

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย



ธัญญา จันทร์ตรง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2549

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

ชื่อเรื่อง

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

โดย

ธัญญา จันทร์ตรง

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.วิวรรณ มุขดี)

วันที่ 10 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2549

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)

วันที่ 16 เดือน พ.ค. พ.ศ. 49

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์นครศ รังควัด)

วันที่ 10 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2549

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)

วันที่ 16 เดือน พ.ค. พ.ศ. 49

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองวุฒิ เพ็ชรประดับ)

รองประธานกรรมการ โครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 19 เดือน พ.ค. พ.ศ. 49

ชื่อเรื่อง	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวธัญญา จันทร์ตรง
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.วิวรรณ มุขดี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ด้านการจัดการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสภาพทางกายภาพ และด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (2) เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่สังกัดสถาบันการศึกษาในเขตพื้นที่ต่างกันและเรียนในสายวิชาต่างกัน จำนวน 220 คน โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของประชากรแต่ละโรงเรียน แล้วทำการสุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงเรียนอย่างง่าย (simple random sampling) โดยวิธีการจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น แบบสอบถาม (questionnaires) สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และความเชื่อมั่น (reliability) เท่ากับ 0.92 ข้อมูลที่รวบรวมได้ผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ได้ผลการวิจัยดังนี้

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์อยู่ในระดับดีทั้งด้านสถานภาพทางกายภาพ ด้านการจัดการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ตามลำดับ โดยมีภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ อยู่ในระดับดีด้วย

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ อยู่ในระดับดี คือ ด้านสถานภาพทางกายภาพ ด้านการจัดการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ตามลำดับ โดยมีภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ อยู่ในระดับดีด้วย

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เรื่องที่มีค่าคะแนนภาพลักษณ์สูง 10 อันดับแรก คือ 1) ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน 2) ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน 3) การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย 4) ความเป็นครูและความสามารถของอาจารย์ผู้สอน

5) การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษาเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ 6) ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา 7) การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา 8) ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ 9) การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย และ 10) ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย ตามลำดับสำหรับเรื่องที่มีค่าคะแนนภาพลักษณ์ต่ำ 10 อันดับสุดท้าย คือ 1) พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา 2) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย 3) การแต่งกายของนักศึกษา 4) ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย 5) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย 6) ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ 7) การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาของมหาวิทยาลัย 8) การทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ 9) ความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไปของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ และ 10) ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา

จากการเปรียบเทียบภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตพื้นที่ต่างกัน และสายวิชาการศึกษาต่างกัน พบว่านักเรียนมีทรรศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อยู่ในระดับดี แต่ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในทรรศนะของนักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองกับนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองทุกด้าน

ส่วนภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ พบว่า ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

Title	The image of Uttaradit Rajabhat University on the points of view of secondary school students
Author	Miss Tanya Jantrong
Degree of	Master of Arts in Communications
Advisory Committee Chairperson	Dr.Wiwat Mookdee

Abstract

The purposes of the study were: 1) to study the images of Uttaradit Rajabhat University on the points of view of secondary school students in the following aspects: students' personality, educational management, public relation, university physical properties and the overview comparing with other universities; and 2) to compare the images of Uttaradit Rajabhat University on the points of view of secondary school students in different educational areas and strands. The sample using simple random sampling were 220 students. The data were collected by means of questionnaires created by the researcher with content validity and reliability of 0.92.and analyzed by SPSS/PC^{*}.

It was found that the images of Uttaradit Rajbhat University viewed by the secondary school both in town and out of town was at a good level on university physical properties, educational management, public relation and student's personality consecutively. The overview comparing to other universities was also at a good level.

The images of Uttaradit Rajbhat University viewed by the secondary school both academic and vocational strands was at a good level on university physical properties, educational management, public relation and students' personality consecutively. Also, the overview comparing to other universities was at a good level.

The images of Uttaradit Rajbhat University that were in the first top ten were as follows: 1) the expertise lectures; 2) the knowledgeable lecturers; 3) the chance offering university education for local communities; 4) self-actualization for teachers and lecturers' ability; 5) the opportunity for local communities to study when comparing with other universities; 6) the suitability of being a higher education institution; 7) the students' talent and self-confidence;

8) the convenience of transportation; 9) The state of being local university; and 10) the suitability of university buildings.

The images of Uttaradit Rajbhat University that were in the lowest 10 were as follows: 1) the students' behavior in public; 2) the public relation concerning off campus activities; 3) the students' dressing; 4) the service charge on university tuition fee; 5) the public relation concerning on campus activities; 6) the service charge on tuition fee comparing with other universities; 7) the public relation concerning student entrance; 8) making the students to have close relationship with guardians and communities comparing with other universities; 9) the university popularity comparing with other universities; 10) the fairness on entrance examination.

On comparing the opinions of the secondary school students from different educational areas and strands about the images of Uttaradit Rajbhat University, it was found that the images of Uttaradit Rajbhat University viewed by the in town students and the out of town students has statistical significance difference at .05 level of confidence. The out of town secondary school students showed better profile than the in town secondary school students and the image of Uttaradit Rajbhat University viewed by academic and vocational school students did not have statistical significance difference at .05 level of confidence.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.วิวรรณ มุขดี ประธานกรรมการที่ปรึกษา รศ.ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ และ รศ.นคเรศ รังควัต กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาเป็นผู้ให้ คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางด้านวิชาการต่าง ๆ ตลอดจนคอยติดตามความคืบหน้า และตรวจสอบ แก้ไขความถูกต้องของวิทยานิพนธ์ จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ. ดร.ฉัตรนภา พรหมมา ผศ.สมพิศ สุขแสน ผศ.จรูญ คำทิพย์ ผศ.ดร.ระพีพันธ์ โพธิ์ศรี ผศ.สัมพันธ์ พูนนารถ และ ผศ.สุสติ ทรัพย์สาร คณะอาจารย์ ที่ให้ความกรุณาช่วยพิจารณาความเหมาะสมของแบบสอบถามและให้ข้อเสนอแนะอันเป็น ประโยชน์ต่อการพัฒนาแบบสอบถามให้สมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณ คุณถัดดา จันทร์ตรง มารดาของผู้วิจัย ผู้ซึ่งมีพระคุณ สูงสุดในชีวิตที่คอยให้กำลังใจและดูแลเอาใจใส่ในสุขภาพของผู้วิจัยมาโดยตลอดทำให้วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.เรืองเดช วงศ์หล้า และ ผศ.สิทธิชัย หาญสมบัติ ตลอดจนคณะกรรมการพิจารณาทุนการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ทุกท่านที่ให้โอกาส และพิจารณาให้ผู้วิจัยได้รับเงินทุนเพื่อการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท จนสำเร็จเป็นมหาบัณฑิต ได้ด้วยความภาคภูมิใจ

ขอขอบคุณ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขต 1 และสถาบันการศึกษาในจังหวัด อุดรดิตถ์เกือบทุกแห่ง ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถิติจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย ตลอดจนน้องๆ นักเรียนทุกคน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้ ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

ขอขอบคุณญาติพี่น้องทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจให้เสมอ เพื่อนร่วมงานที่แสนดี ที่คอยเป็นเพื่อนคู่คิดและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัย รวมถึงนักศึกษา โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยในการเก็บข้อมูลจนครบถ้วน

ัญญา จันทร์ตรง

พฤษภาคม 2549

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญเรื่อง	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาของปัญหา	1
ความสำคัญของปัญหา	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	9
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	11
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์	12
แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร	13
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	15
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	21
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	27
ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	47
แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ตามแนวคิด การพัฒนางานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเชิงรุก ปี 2548	63
กรอบแนวคิดในการวิจัย	68
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	69
สถานที่ดำเนินการวิจัย	69
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	70
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	73

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
การทดสอบเครื่องมือ	73
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	74
การวิเคราะห์ข้อมูล	75
ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย	76
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	77
ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	77
ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามเขตพื้นที่ของสถาบันการศึกษาและสายวิชาที่นักเรียนเรียน	80
ตอนที่ 3 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตพื้นที่ต่างกัน และเรียนในสายวิชาที่ต่างกัน	130
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	154
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	156
สรุปผลการวิจัย	157
ข้อเสนอแนะ	164
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	164
ข้อเสนอแนะในการการวิจัยครั้งต่อไป	168
บรรณานุกรม	169
ภาคผนวก	173
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	174
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	181

สารบัญตาราง

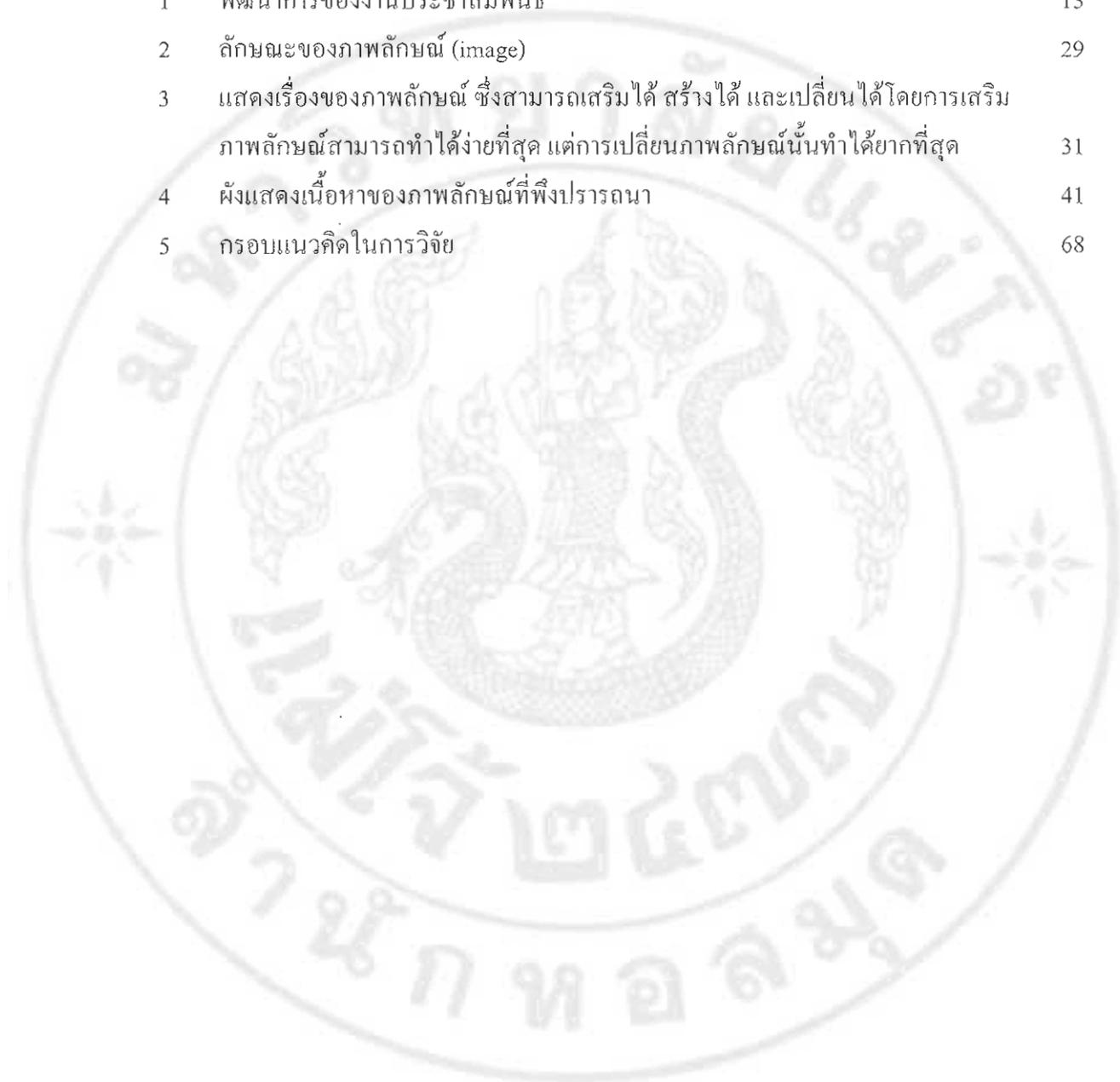
ตาราง		หน้า
1	ประเภทสถาบันการศึกษาตามสายวิชาที่เปิดสอน	7
2	ประเภทสถาบันการศึกษาตามเขตพื้นที่ของสถาบันการศึกษา	8
3	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายตามกลุ่มที่แบ่งตามเขตที่ตั้งของสถานศึกษาและสายวิชาการศึกษา	71
4	จำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่ได้จากการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของประชากรแต่ละโรงเรียน	71
5	จำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	79
6	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์	91
7	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านการจัดการศึกษาในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์	91
8	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์	94
9	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านสถานภาพทางกายภาพในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์	95
10	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์	96
11	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในแต่ละด้านโดยรวมในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์	97
12	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
13	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านการจัดการศึกษาในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ	109
14	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านการประชาสัมพันธ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ	112
15	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านสถานภาพทางกายภาพในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ	113
16	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ	114
17	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ในแต่ละด้าน โดยรวมในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ	115
18	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	127
19	เปรียบเทียบภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่อยู่ในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตต์	138
20	เปรียบเทียบภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ	150

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	พัฒนาการของงานประชาสัมพันธ์	13
2	ลักษณะของภาพลักษณ์ (image)	29
3	แสดงเรื่องของภาพลักษณ์ ซึ่งสามารถเสริมได้ สร้างได้ และเปลี่ยนได้โดยการเสริม ภาพลักษณ์สามารถทำได้ง่ายที่สุด แต่การเปลี่ยนภาพลักษณ์นั้นทำได้ยากที่สุด	31
4	ผังแสดงเนื้อหาของภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา	41
5	กรอบแนวคิดในการวิจัย	68



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีหน่วยงาน องค์กร หรือ สถาบันต่างๆ ในสังคมมากมายกำลังเพียรพยายามอย่างยิ่งที่จะสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายที่ตนเกี่ยวข้องอยู่ รวมทั้งกลุ่มประชาชนทั่วไปด้วย เพื่อให้ประชาชนมีความรู้สึกรับรู้ถึงคุณค่าของหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันไปในทางที่ดี (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540: 76) ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้นและเป็นเรื่องที่หลายองค์กรให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นการดำเนินงานที่มุ่งให้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับประชาชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กรได้

“ภาพลักษณ์” จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญสำหรับหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันต่างๆ ในสังคม หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์ในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัย หรือเกลียดชังต่อหน่วยงานนั้น รวมทั้งอาจไม่ให้ความร่วมมือ สนับสนุนต่อหน่วยงานหรือสถาบันนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม หากหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนก็จะมีความเชื่อถือ ศรัทธา ไว้วางใจ หรือให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี (อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโฆษิต, 2542: 131)

ในกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมยุคโลกาภิวัตน์นั้น ภาพลักษณ์ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสารและสังคมการสื่อสาร บุคคลและองค์กรต่าง ๆ จะมีลักษณะเป็นสาธารณะมากขึ้น ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและบุคลากร จึงนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากในการที่จะทำให้องค์กรมีชื่อเสียง ได้รับความร่วมมือ เชื่อถือ ศรัทธา และทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (วาสนา จันทร์สว่าง และคณะ, 2541: 12)

ภาพลักษณ์จึงเป็นภาพของสถาบัน องค์กร หรือบุคคล ที่เกิดจากความรู้สึกในจิตใจของคนเราว่าดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ฯลฯ หรือรู้สึกเฉย ๆ ไม่ดีไม่เลว ถ้าความคิดเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดี หรือปานกลาง ก็จะต้องรีบเร่งสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น หากภาพลักษณ์ตกต่ำลง จะพาให้การดำเนินงานของสถาบันล้มเหลวได้ (วิจิตร อาวะกุล, 2534: 21)

ดังนั้น ภาพลักษณ์ขององค์กรจึงมีความสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว องค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชนและมวลชนมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อสารมวลชน ทำให้คนในสังคมต่าง ๆ รับทราบข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้อย่างกว้างขวาง ทุกคนต้องการรับรู้ และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือ ไว้วางใจ และการสนับสนุนร่วมมือให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเกลียดชัง ภาพลักษณ์จึงเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดี แม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้ง่าย เสมือนหนึ่งร่างกายของคนที่แข็งแรง มีภูมิคุ้มกันโรค หากได้รับเชื้อโรคหรือมีอาการเจ็บป่วย อาการก็จะไม่ร้ายแรงและหายเร็วกว่าปกติ (ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร, 2537)

สำหรับสังคมยุคใหม่ที่เต็มไปด้วยความหลากหลายซับซ้อนและไร้พรมแดนองค์กรที่จะประสบความสำเร็จได้ในยุคนี้จำเป็นต้องมีคุณลักษณะและภาพลักษณ์ที่ดีปรากฏแก่สาธารณชนและสังคม เป็นที่นิยมชมชอบ มีความเชื่อถือ มั่นใจ และศรัทธา จากหน่วยงานและองค์กรทั่วไป อันเป็นปัจจัยส่งเสริมสนับสนุนให้การดำเนินการไปสู่เป้าหมายอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและก้าวไปอย่างมั่นคง (วาสนา จันทรสว่าง และคณะ, 2541: 37)

ในแวดวงการศึกษาของสังคมไทยก็เช่นกัน เราจะพบว่าสถาบันการศึกษาในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอุดมศึกษา ทั้งสถานบันการศึกษาของรัฐและเอกชนต่างมีการแข่งขันกันเปิดรับนักเรียนนักศึกษามากขึ้น ทำให้หลาย ๆ สถาบันการศึกษาต้องพัฒนาและมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้เรียนและประชาชนมีความมั่นใจศรัทธา และร่วมมือกับสถาบันในการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏ ทั้ง 41 แห่งทั่วประเทศ เป็นสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนในระดับอุดมศึกษา เหมือนกับมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนทั่วไป แต่จากสภาวะการแข่งขันของสถาบันอุดมศึกษาที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งเริ่มวางแผนพัฒนาศักยภาพของสถาบันเพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่ยอมรับของท้องถิ่นและคนในสังคมมากขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นมหาวิทยาลัยที่รับนักศึกษาในสายสามัญ และสายอาชีพเข้ามาศึกษาต่อ โดยมีการประชาสัมพันธ์และแนะแนวการศึกษาให้กับนักเรียนทุกโรงเรียนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ประกอบกับประสบการณ์ของผู้วิจัยที่มีโอกาสไปแนะแนวทางการศึกษาต่อให้กับนักเรียนตาม โรงเรียนต่าง ๆ ทั้งในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ ได้สังเกตเห็นว่านักเรียนที่ศึกษาในสายอาชีพและนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองส่วนใหญ่ตั้งใจฟัง และให้ความสนใจเป็นอย่างดี แต่ยังไม่สามารถสรุปได้ว่า นักเรียนกลุ่มนี้มองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้าน

ต่าง ๆ ตีฆากน้อยเพียงใด แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคต์ในทรรสนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดอุดรดิคต์ ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของมหาวิทยาลัย เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคต์ในเรื่องต่าง ๆ ให้ดีขึ้นต่อไป

ความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคต์ เป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏที่อยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง เดิมโตจากโรงเรียนฝึกหัดครูจังหวัดอุดรดิคต์ เป็นวิทยาลัยครูอุดรดิคต์ เป็นสถาบันราชภัฏอุดรดิคต์ในปี พ.ศ. 2535 และเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคต์เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2547 มีพันธกิจหลักสำคัญ คือ การเปิดโอกาสทางการศึกษาให้แก่คนในท้องถิ่น ตลอดจนการสร้างเสริมเข้มแข็งทางวิชาการให้เกิดขึ้นเพื่อนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าภาวะการแข่งขันในการเปิดรับนักศึกษาของสถาบันการศึกษา ต่าง ๆ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคต์นับเป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่งซึ่งต้องเข้าสู่ระบบของการแข่งขันกับมหาวิทยาลัยราชภัฏด้วยกันเองและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน จากสถิติในการสมัครรับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคต์ที่ผ่านมา พบว่า ปีการศึกษา 2545 มีจำนวนผู้สมัครสอบคัดเลือก 7,208 คน ปีการศึกษา 2546 มีจำนวน 6,723 คน และปีการศึกษา 2547 มีจำนวน 2,242 คน (สำนักส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคต์, 2547) จำนวนผู้สมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคต์มีจำนวนลดน้อยลง โดยที่ยังไม่ได้ศึกษาถึงสาเหตุและอาจจะเป็นปัญหาสำคัญต่อไปหากไม่รีบดำเนินการแก้ไข

จากพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ มาตราที่ 7 ที่กำหนดให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชู ภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของ ปวงชน โดยให้มหาวิทยาลัยเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน วิจัย ให้บริการทางวิชาการ แก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอดพัฒนาเทคโนโลยี ทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครูประกอบกับในมาตราที่ 8 ที่กล่าวถึงภาระหน้าที่หลักของมหาวิทยาลัยว่ามหาวิทยาลัยจะต้อง

1. แสวงหาความจริงเพื่อสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และภูมิปัญญาสากล

2. ผลิตบัตินคิดที่มีความรู้คู่คุณธรรม สำนึกในความเป็นไทย มีความรักและ

3. ผูกพันต่อท้องถิ่น อีกทั้งส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในชุมชน เพื่อช่วยให้อันคนในท้องถิ่นรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง การผลิตบัณฑิตดังกล่าว จะต้องให้มีจำนวนและคุณภาพสอดคล้องกับแผนการผลิตบัณฑิตของประเทศ

4. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่า ความสำนึก และความภูมิใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่นและของชาติ

5. เรียนรู้และเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนาและนักการเมืองท้องถิ่น ให้มีจิตสำนึกประชาธิปไตย คุณธรรม จริยธรรม และความสามารถในการบริหารงานพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

6. เสริมสร้างความเข้มแข็งของวิชาชีพครู ผลิตและพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา ให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสมกับการเป็นวิชาชีพชั้นสูง

7. ประสานความร่วมมือและช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและองค์กรอื่นทั้งในและต่างประเทศ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

8. ศึกษาและแสวงหาแนวทางพัฒนาเทคโนโลยีพื้นบ้านและเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เหมาะสมกับการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น รวมถึงการแสวงหาแนวทางเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดการ การบำรุงรักษาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน และ

9. ศึกษา วิจัย ส่งเสริมและสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากแนวพระราชดำริในการปฏิบัติการกิจ ของมหาวิทยาลัย เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

ด้วยเหตุนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จึงต้องการที่จะยกระดับฐานะและพัฒนาศักยภาพของมหาวิทยาลัยให้เป็นที่ยอมรับและสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง การตอบสนองแนวทางของพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏฉบับนี้ จึงถือเป็นภารกิจหลักอันสำคัญของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ที่จะต้องมุ่งเน้นการพัฒนาด้านการจัดการศึกษาทั้งทางวิชาการและวิชาชีพให้มีคุณภาพ ส่งเสริม ทำนุบำรุง อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อม ให้อยู่คู่สังคมไทย ตลอดจนการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่ผู้เรียน เพื่อต้องการให้ผู้สำเร็จการศึกษาของมหาวิทยาลัย มีความรู้ ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรมในการประกอบวิชาชีพและการดำเนินชีวิต ตลอดจนมีส่วนร่วมช่วยเหลือ พัฒนาท้องถิ่นและสังคมให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป

จะเห็นได้ว่าพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์คือการเป็นมหาวิทยาลัย เพื่อท้องถิ่นนั่นเอง การสร้างภาพลักษณ์ที่ถูกต้อง ตลอดจนการสร้างชื่อเสียง ศรีทธาให้แก่ผู้ที่จะเข้าศึกษาต่อและประชาชนในท้องถิ่นจึงเป็นเรื่องสำคัญและน่าสนใจ เพราะภาพลักษณ์เดิมของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์คือวิทยาลัยครูที่มีความเชี่ยวชาญและมุ่งมั่นในการผลิตครูมาช้านาน

ดังนั้น การศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่า จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งผลการศึกษาวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนา และประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและถูกต้องให้เกิดขึ้นกับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่าที่อยู่ในท้องถิ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพนักศึกษา การจัดการศึกษา การประชาสัมพันธ์ สถานภาพทางกายภาพ และภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ จำแนกตามเขตที่ตั้งของโรงเรียน และสาขาวิชาที่นักเรียนเรียน
2. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาในเขตพื้นที่ต่างกันและเรียนในสาขาวิชาต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริหารเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุนในเรื่องการสร้าง การพัฒนา และการรักษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมากขึ้น
2. มหาวิทยาลัยมีแบบแผนในการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแต่ละด้านอย่างชัดเจน
3. ฝ่ายประชาสัมพันธ์นำข้อมูลที่เป็นจุดเด่นของมหาวิทยาลัยไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ในการรับสมัครนักศึกษาหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป
4. บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยได้ทราบถึงจุดดี และจุดด้อยของมหาวิทยาลัยตระหนักถึงสำคัญและมีส่วนร่วมในการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมากขึ้น

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตไว้ 4 เรื่องเท่านั้น คือ

1. ขอบเขตเรื่องประชากร

ประชากรที่ศึกษาเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุตรดิตถ์ เขต 1, 2 และนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 หรือปวช.3 ของสถาบันการศึกษาที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ และโรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนสายอาชีพ จำนวน 3,791 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 220 คน

2. ขอบเขตเรื่องเนื้อหา

การศึกษาภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ศึกษาเฉพาะภาพลักษณ์ใน 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา
- 2) ด้านการจัดการศึกษา
- 3) ด้านการประชาสัมพันธ์
- 4) ด้านสถานภาพทางกายภาพ
- 5) ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น

3. ขอบเขตเรื่องสถานที่

จะศึกษาเฉพาะสถาบันการศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ทั้งในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ ที่สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุตรดิตถ์ เขต 1, 2 จำนวนทั้งสิ้น 19 แห่ง สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา 3 แห่ง และโรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนสายอาชีพ จำนวน 1 แห่ง รวม 23 แห่ง สามารถแบ่งประเภทของสถาบันการศึกษาที่ศึกษา โดยแบ่งตามสาขาวิชาที่เปิดสอนและเขตพื้นที่ของสถาบันการศึกษา ดังตาราง 1 และ 2

ตาราง 1 ประเภทของสถาบันการศึกษาตามสายวิชาที่เปิดสอน

ประเภทของสถาบันการศึกษาตามสายวิชาที่เปิดสอน		
สายสามัญ	สายอาชีพ	ทั้งสองสาย
โรงเรียนอุตรดิตถ์	โรงเรียนอุตรดิตถ์เทคโนโลยี	โรงเรียนน้ำป่าคชนูปถัมภ์
โรงเรียนอุตรดิตถ์ครุณี	โรงเรียนน้ำป่าคชนูปถัมภ์	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์
โรงเรียนอุตรดิตถ์วิทยา	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	โรงเรียนพิชัย
โรงเรียนทุ่งกะโล่วิทยา	โรงเรียนพิชัย	โรงเรียนลับแลพิทยาคม
โรงเรียนแสนตอวิทยา	โรงเรียนลับแลพิทยาคม	โรงเรียนทองแสนขันวิทยา
โรงเรียนวังกะพี้พิทยาคม	โรงเรียนทองแสนขันวิทยา	
โรงเรียนน้ำริดวิทยา	วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	
โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	วิทยาลัยสารพัดช่างอุตรดิตถ์	
โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	
โรงเรียนน้ำป่าคชนูปถัมภ์		
โรงเรียนฟากท่าวิทยา		
โรงเรียนบ้านโคกพิทยาคม		
โรงเรียนพิชัย		
โรงเรียนบ้านโคกพิทยา		
โรงเรียนคาราพิทยาคม		
โรงเรียนลับแลศรีวิทยา		
โรงเรียนลับแลพิทยาคม		
โรงเรียนด่านแม่คำมันพิทยา		
กรมโรงเรียนทองแสนขันวิทยา		

ตาราง 2 ประเภทของสถาบันการศึกษาตามเขตพื้นที่ของสถาบันการศึกษา

ประเภทของสถาบันการศึกษาตามเขตพื้นที่	
สถาบันการศึกษาในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์	สถาบันการศึกษานอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์
โรงเรียนอุตรดิตถ์	โรงเรียนอุตรดิตถ์วิทยา
โรงเรียนอุตรดิตถ์ครุณี	โรงเรียนทุ่งกะโล่วิทยา
โรงเรียนอุตรดิตถ์เทคโนโลยี	โรงเรียนแสนตอวิทยา
วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	โรงเรียนวังกะพี้พิทยาคม
วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	โรงเรียนน้ำริดวิทยา
วิทยาลัยสารพัดช่างอุตรดิตถ์	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์
	โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ
	โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์
	โรงเรียนฟากท่าวิทยา
	โรงเรียนบ้านโคกพิทยาคม
	โรงเรียนพิชัย
	โรงเรียนบ้านโคกพิทยา
	โรงเรียนดาราพิทยาคม
	โรงเรียนลับแลศรีวิทยา
	โรงเรียนลับแลพิทยาคม
	โรงเรียนด่านแม่คำมันพิทยาคม
	โรงเรียนทองแสนขันวิทยา

4. ขอบเขตเรื่องเวลา

การศึกษารุ่นนี้ใช้เวลาสำหรับการดำเนินการในระหว่างภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2546 ถึง ภาคเรียนที่ 3 ปีการศึกษา 2548 เท่านั้น (กรกฎาคม 2546 ถึง พฤษภาคม 2549)

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ หรือภาพตามความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งในที่นี้หมายถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ภาพในใจดังกล่าวอาจได้มาจากทั้งประสบการณ์ตรง (direct experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (indirect experience) ของบุคคลนั้น ๆ เอง เช่น การได้ประสบกับตัวเอง การได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของบุคคลอื่น หรือจากการเปิดรับข่าวสาร

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีชั้นปีที่ 6 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุดรดิตถ์ เขต 1, 2 และนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 (ปวช.3) ในสถาบันการศึกษาที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาและสถาบันการศึกษาเอกชน ในจังหวัดอุดรดิตถ์

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และ ปวช. 3 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ในด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา การจัดการศึกษา การประชาสัมพันธ์ สถานภาพทางกายภาพ และภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น

นักเรียนในเขตพื้นที่ต่างกัน หมายถึง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่สังกัดสถาบันการศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

สถาบันการศึกษาในเขตตัวเมือง หมายถึง สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนสายสามัญและสายอาชีพ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ ได้แก่ โรงเรียนอุดรดิตถ์ โรงเรียนอุดรดิตถ์ ครุณี โรงเรียนอุดรดิตถ์เทคโนโลยี วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรดิตถ์ วิทยาลัยสารพัดช่างอุดรดิตถ์ และวิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตถ์

สถาบันการศึกษานอกเขตตัวเมือง หมายถึง สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนสายสามัญและสายอาชีพ ซึ่งตั้งอยู่นอกเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ ได้แก่ โรงเรียนอุดรดิตถ์วิทยา โรงเรียนทุ่งกะโล่วิทยา โรงเรียนแสนตอวิทยา โรงเรียนวังกะพี้พิทยาคม โรงเรียนน้ำริดวิทยา โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์ โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ โรงเรียนน้ำป่าดชนูปถัมภ์ โรงเรียนฟากท่าวิทยา โรงเรียนบ้านโคกพิทยาคม โรงเรียนพิชัย โรงเรียนบ้านโคกพิทยา โรงเรียนคาราพิทยาคม โรงเรียนลับแลศรีพิทยา โรงเรียนลับแลพิทยาคม โรงเรียนด่านแม่คำมันพิทยาคม และโรงเรียนทองแสนขันวิทยา

นักเรียนที่เรียนสายวิชาที่ต่างกัน หมายถึง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนสายสามัญและสายอาชีพ

การเรียนสายสามัญศึกษา หมายถึง การเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 6 กับสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ โรงเรียนอุดรดิตถ์ โรงเรียนอุดรดิตถ์ครุณี โรงเรียนอุดรดิตถ์วิทยา โรงเรียนทุ่งกะโล่วิทยา โรงเรียนแสนตอวิทยา โรงเรียนวังกะพืดพิทยาคม โรงเรียนน้ำริดวิทยา โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์ โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ โรงเรียนน้ำป่าดชนูปถัมภ์ โรงเรียนฟากท่าวิทยา โรงเรียนบ้านโคกพิทยาคม โรงเรียนพิชัย โรงเรียนบ้านโคกพิทยา โรงเรียนคาราพิทยาคม โรงเรียนลับแลศรีพิทยา โรงเรียนลับแลพิทยาคม โรงเรียนด่านแม่คำมันพิทยาคม และ โรงเรียนทองแสนขันวิทยา

การเรียนสายอาชีพ หมายถึง การเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) กับสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรดิตถ์ วิทยาลัยสารพัดช่างอุดรดิตถ์ วิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตถ์ โรงเรียนอุดรดิตถ์เทคโนโลยี โรงเรียนน้ำป่าดชนูปถัมภ์ โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์ โรงเรียนพิชัย โรงเรียนลับแลพิทยาคม และโรงเรียนทองแสนขันวิทยา

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
 - ลักษณะของทัศนคติ
 - องค์ประกอบของทัศนคติ
 - การเกิดทัศนคติ
 - งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
 - ลักษณะของภาพลักษณ์
 - องค์ประกอบของภาพลักษณ์
 - ประเภทของภาพลักษณ์
 - การเกิดและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
 - ภาพลักษณ์องค์กร
 - งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
7. แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ตามแนวคิด
การพัฒนางานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเชิงรุก ปี 2548
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์

ความสำคัญ

การสื่อสาร มีความสำคัญและจำเป็นต่อมนุษย์ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคม การที่สังคมหนึ่ง ๆ จะดำรงอยู่ได้อย่างปกติสุข ย่อมต้องมีกรอบหรือกฎเกณฑ์บางประการในการกำหนดให้บุคคลที่อยู่ร่วมกันมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ กระบวนการทางสังคมจะเกิดขึ้นได้ และบรรลุวัตถุประสงค์อย่างดีและมีประสิทธิภาพ ถ้าการสื่อสารในสังคมมีประสิทธิภาพ (เกคินี จุฑาวิจิตร, 2540: 1)

การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งข่าวสารไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจอยู่ในระดับความรู้ หัสนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสารก็ได้ การสื่อสารจึงมีอิทธิพลต่อบุคคล ครอบครัว สังคม และสถาบันต่าง ๆ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 215)

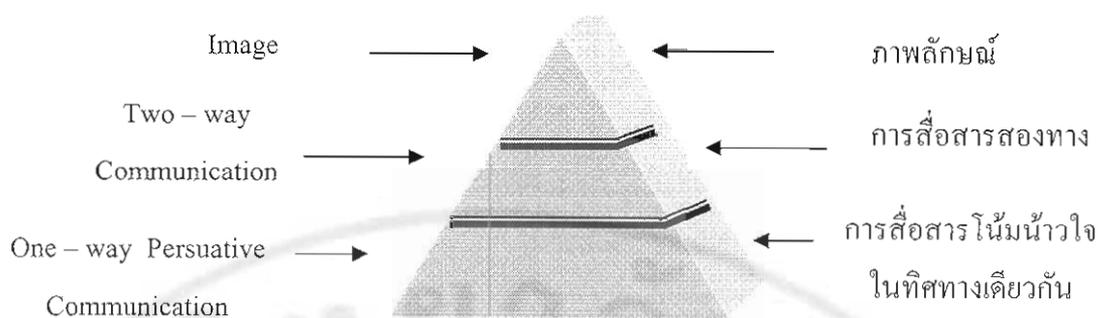
จากการให้สิทธิเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 นั้น ก่อให้เกิดผลกระทบต่องานด้านการประชาสัมพันธ์คือ ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐเกิดความพร้อมต่อสังคม และพร้อมต่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร มีการตื่นตัว กระตือรือร้นที่จะเปิดเผยข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งผลกระทบต่อดังกล่าวจะส่งผลให้สังคมไทยกลายเป็นสังคมสารสนเทศหรือสังคมแห่งข้อมูลข่าวสารอย่างเต็มรูปแบบสมบูรณ์ยิ่งขึ้น (ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542: 231)

Edward L. Bernays ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นหน่วยงาน สถาบันจะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริง ให้เกิดขึ้นในจิตใจประชาชนเพื่อผลทางด้านความประทับใจ (อุบลวรรณ ปิติพัฒนา โหมยิต, 2542: 131)

พัฒนาการงานประชาสัมพันธ์

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540: 90) ได้กล่าวถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่าได้พัฒนาการมาตั้งแต่การสื่อสาร โน้มน้าวใจซึ่งเป็นการสื่อสารแบบทิศทางเดียว มาสู่การสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งเน้นในเรื่องการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และในยุคปัจจุบันก้าวเข้าสู่การสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยเน้นภาพพจน์หรือภาพลักษณ์ (image) สามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง คือเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และเกิดขึ้นจากการปรุงแต่งหรือสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ทั้งนี้การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เป็นความหมายสูงสุดของการประชาสัมพันธ์

ดั่งภาพ 1



ภาพ 1 พัฒนาการของงานประชาสัมพันธ์
ที่มา : พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540: 90)

แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับข่าวสาร

ผู้รับข่าวสาร อาจหมายถึง บุคคลเพียงคนเดียว เช่น การพูดคุยระหว่าง 2 คน หรือ อาจหมายถึงกลุ่มบุคคลก็ได้ในการติดต่อสื่อสารนั้น บุคคลที่เป็นผู้รับสารอาจเปลี่ยนเป็นผู้ส่งสารในเวลาอื่นได้

ผู้รับสาร มีความสำคัญต่อการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการติดต่อสื่อสาร และผู้รับสารมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบอื่นของการสื่อสารอีกด้วย (สันติมา เกษมสันต์ ณ อุรุทยา, 2539: 15)

ดังนั้น การส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการด้วยกัน คือ

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ประกอบด้วย

- 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของตน
- 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ได้แก่ วัย เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

2.1 วัย วัยหรืออายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีวิธีการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อมีอายุมากขึ้น (Myers and Myers, 1982: 5 อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539: 1) นอกจากนั้นโดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน มีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นอายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดความคิดเห็น ความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wiio, Goldhabers and Yates, 1980: 87 อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539: 16)

2.3 การศึกษา มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสารเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่การแปลความ การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับข่าวสารแตกต่างกันไป ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใดเพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการโดยเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมแก่ผู้รับสาร (สมร ทองดี, 2532: 29 อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539: 17)

2.4 ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่ารวมถึงทั้งภูมิหลังครอบครัว เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ อาชีพ รายได้ และความเป็นอยู่ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน จึงอาจกล่าวสรุปว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความต้องการจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำที่กล่าวว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็นและได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้นความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evans, 1962: 772 อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539: 17) ดังนั้นผู้ให้ข่าวสารและบริการ

จึงควรศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวของบุคคล เพื่อจะได้ข่าวสารและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เพราะฉะนั้น การสร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารให้เกิดขึ้น นอกจากต้องคำนึงถึงความพึงพอใจในเรื่องของข่าวสารที่ได้รับ ความเพียงพอของข่าวสารและช่องทางของการติดต่อสื่อสารแล้ว ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยผู้รับสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับความแตกต่างของบุคคลด้วย ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของบุคคลเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้การแปรความรู้สึกรีกนึกคิดของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน และความรู้สึกรีกนึกคิดที่ต่างกันนี้ จะมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใดเป็นผลของระดับความแตกต่างของบุคคลนั้น ๆ นั่นเอง (วุฒิชัย จานง, 2520: 103 อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539: 18)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร

McCombs and Becker (1973 อ้างใน สมัยศึก ถนัดสอน, 2541: 13 - 17) กล่าวว่า บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตสิ่งรอบ ๆ ตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสาร ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปพูดคุยสนทนากับผู้อื่นได้
4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบ ๆ ตัว

กรเปิดรับข่าวสาร

การศึกษาการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะ คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยที่ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ โดย Klapper (1960: 125) ได้แบ่งขั้นตอนในการเปิดรับข่าวสารไว้ ดังนี้

1.1 การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (selective exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน

1.2 การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) บุคคลมักให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น

1.3 การเลือกรับรู้และการตีความหมาย (selective perception and selective interpretation) ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และตีความตามประสบการณ์ของแต่ละคน เพราะความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่การตีความตามความเข้าใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ สภาวะอารมณ์ และแรงจูงใจของผู้รับสารในขณะนั้น

1.4 การเลือกจดจำ (selective retention) หลังจากที่ได้เลือกให้ความสนใจเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำไว้เป็นประสบการณ์ ขณะเดียวกันมักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตน ซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อดั้งเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น

2. การเปิดรับข่าวจากสื่อบุคคล สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบกัน Rogers and Shomaker (no date, cited in Klapper, 1960: 125) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติและพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การติดต่อโดยตรง (direct contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรงแต่มีข้อจำกัดคือ ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่ายและแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (group contact) กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม โดยที่กลุ่มต่าง ๆ จะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุมสัมมนา ก็คือ การจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้ ดังที่ Blumer (1969 อ้างใน สมัยศึก ทัศนตอน, 2541: 16) กล่าวว่า “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมด จะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติและมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจทางนั้นด้วย

Defleur (1969 อ้างใน สมัยศึก ทัศนตอน, 2541: 16 - 17) ได้กล่าวถึงทฤษฎีกลุ่มสังคม (social categories theory) ว่าประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรม การสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกัน เช่น การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นต้น ส่วนในทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (the social relations theory) Defleur แสดงให้เห็นว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีตัวแปรแทรกอีกประเภทหนึ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่าง ผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม โดยที่ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความ โดยมีอิทธิพลของกลุ่ม หรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารใน ลักษณะนี้เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (personal influence) โดยจะมีทฤษฎีการสื่อสารมวลชนสอง ทอด (two-step flow of communication) ที่ความคิดเห็นต่าง ๆ จะไหลผ่านสื่อมวลชนไปยังผู้นำ ความคิดเห็น (opinion leader) ก่อน แล้วจึงมีการถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมนี้ จะก่อให้เกิดเป็นเครือข่าย (interpersonal network) ขึ้นในการสื่อสารมวลชน ซึ่งมีหน้าที่ คือ

1. เป็นช่องทางการถ่ายทอดข่าวสารเข้าในสังคม
2. เป็นแหล่งของอิทธิพลกลุ่มหรืออิทธิพลบุคคลที่มีผลต่อความคิดและการกระทำของสมาชิกในสังคม

นอกจากนี้ในด้านสื่อ (media) Defleur (1970: 114 - 154) ได้รวบรวมแนวคิด พื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในทฤษฎีสื่อสารมวลชน โดยการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรก (intervening variables) ระหว่างสื่อซึ่งเป็น ตัวกระตุ้น (stimulus) กับการตอบสนอง (response) โดยแยกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างของเอกบุคคล (the individual differences theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงความแตกต่างของมนุษย์ในด้าน โครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล การที่มนุษย์ เรียนรู้ต่าง ๆ กัน มีสภาวะแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาต่างกัน เป็นผลให้เกิดรูปแบบของทัศนคติ ค่านิยม

ความเชื่อประกอบกันเป็นบุคลิกภาพเหล่านี้ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมแบบของการรับรู้ หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการรับข่าวสารต่าง ๆ แตกต่างกัน

2. ทฤษฎีการจัดลำดับชั้นทางสังคม (the social categories theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงในสังคมซึ่งประกอบด้วยบุคคลต่าง ๆ ซึ่งรวมตัวกันเป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน โดยนำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการเหมือนกัน เช่น เพศ อายุ รายได้ สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มารวมบุคคลเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน และถือว่ามีโครงสร้างทางสังคมใกล้เคียงกัน โดยถือว่าตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และทำนองเดียวกัน ตัวแปรเหล่านี้ก็จะเป็นตัวแปรแทรกระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคล้าย ๆ กัน และขณะเดียวกันก็จะมีปฏิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารคล้าย ๆ กันด้วย

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (the social relationships theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงความสัมพันธ์ภายในกลุ่มว่ามีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการในกลุ่มเพื่อนบ้าน เครือญาติ มีบทบาทสำคัญต่อการกระทำของบุคคล นักสังคมวิทยาชนบทเชื่อว่า เครือญาติของชาวนามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจ ยอมรับ หรือไม่ยอมรับ การเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ครอบครัวยุคใหม่ในสังคมชนบทมีความผูกพันกับเพื่อนบ้านอย่างแน่นแฟ้น ผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่กระจายข่าวสารความคิด และการตัดสินใจยอมรับบุคคลในสังคมนั้น

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม (the cultural norms theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานและเหตุการณ์แวดล้อมในสังคม เช่น กรณีที่สื่อมีเนื้อหาสาระเป็นไปตามบรรทัดฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง ก็มีผลให้บุคคลคล้อยตามเพราะโดยปกติแล้วบุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานของสังคม เขากล่าวว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมของบุคคล 3 ทาง คือ

- เนื้อหาของสื่อมวลชนสามารถย้ำแบบอย่าง ต่อความเป็นอยู่ที่จะทำให้อันคนเชื่อว่า แบบอย่างต่าง ๆ ในสังคมจะถูกดำรงไว้ต่อไปหากบุคคลในสังคมส่งเสริมสนับสนุน
- สื่อมวลชนสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันในสังคม
- สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแบบอย่างการดำรงชีวิต และพฤติกรรมจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่งได้โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่แต่ต้องใช้ระยะเวลาเปลี่ยน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นันทิ์ ดารานันท์ (2538: 1 - 2) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพพจน์ของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย ในทรรศนะของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ทำอากาศยานกรุงเทพ: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้โดยสารภายในประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าในปัจจุบันผู้โดยสารชาวไทยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ทอท. หรือไม่ โดยศึกษาถึงลักษณะทั่วไป และปัจจัยที่มีผลต่อความรู้สึก ความเข้าใจที่ผู้โดยสารชาวไทยมีต่อ ทอท. และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ทอท. ของผู้โดยสารชาวไทย รวมทั้งศึกษาทัศนคติที่ผู้โดยสารชาวไทยมีต่อการให้บริการของ ทอท. ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ทำอากาศยานกรุงเทพ และมีต่อภาพพจน์ด้านต่าง ๆ ของ ทอท. ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ เดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ และเดินทางโดยเครื่องบินโดยสารนาน ๆ ครั้ง
2. กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ ทอท. แล้ว ร้อยละ 67.8 และยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ทอท. ร้อยละ 32.2
3. กลุ่มตัวอย่างเคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ทอท. เพียงร้อยละ 45.4 และในจำนวนนี้ ร้อยละ 58.7 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับ ทอท. ทางหนังสือพิมพ์ และทางนิตยสาร ร้อยละ 21.8 อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างได้เสนอแนะให้ ทอท. โฆษณาและประชาสัมพันธ์ช่องทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด
4. ทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อการให้บริการของ ทอท. ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ทำอากาศยานกรุงเทพ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ก่อนข้างดี แต่บริการรถรับจ้างสาธารณะและลานจอดรถยนต์ สสมควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข
5. ทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อภาพพจน์ด้านต่าง ๆ ของ ทอท. อยู่ในเกณฑ์ปานกลางก่อนข้างดี โดยมีภาพพจน์ด้านความมั่นคงของหน่วยงานอยู่ในเกณฑ์ดี ในขณะที่ภาพพจน์ด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม และภาพพจน์ด้านความซื่อตรงในการดำเนินงาน สสมควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข
6. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ ทอท. นอกจากนี้ เพศ และ ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างยังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อภาพพจน์ด้านต่าง ๆ ของ ทอท. ด้วย

สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ทอท. ของกลุ่มตัวอย่างกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ทอท. และทัศนคติที่มีต่อภาพพจน์ด้านต่าง ๆ ของ ทอท. พบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

๖

กุลธิดา ธรรมวิภังค์ (2545: ก) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี: ศึกษาเฉพาะกรณี 19 โรงเรียนในชุมชน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจร.) ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สายวิทย์-คณิต จาก 19 โรงเรียนในชุมชนใกล้เคียง และเพื่อสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันของ มจร. ในทรรศนะของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปในระดับปานกลาง สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด คือ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุกระจายเสียง กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจาก มจร. ในระดับน้อย เนื่องจากไม่ค่อยมีเวลา และเห็นว่า มจร. ไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อวิทยุโทรทัศน์ สำหรับภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์กรอยู่ในระดับดีทั้ง 5 ด้าน คือ มุ่งมั่นเป็นมหาวิทยาลัยที่ใฝ่เรียนรู้ มุ่งสู่ความเป็นเลิศในเทคโนโลยีและการวิจัย มุ่งธำรงปณิธานในการสร้างบัณฑิตที่เก่งและดี มุ่งก้าวไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำในระดับโลก และ มุ่งสร้างชื่อเสียงและเกียรติภูมิให้เป็นที่ยอมรับของประชาคม

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ ผู้รับข่าวสารและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่าการติดต่อสื่อสารในยุคปัจจุบันมุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์หรือภาพลักษณ์ (image) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น การส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการด้วยกัน คือ ความต้องการของผู้รับสาร ความแตกต่างในเรื่องวัย เพศ การศึกษา ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ความคาดหวังและความพึงพอใจ ของผู้รับสารด้วย เพราะปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารและมีทัศนคติที่แตกต่างกัน และจากงานวิจัยที่ศึกษาสรุปได้ว่า

1. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่าง
2. เพศ และ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมาย

คำว่า ทัศนคติ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Attitude” ซึ่งแปลว่า ความรู้สึก ความเห็น ในทางจิตวิทยาถือว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรหนึ่งที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยง่าย แต่จะต้องอาศัย การค้นคว้าศึกษาด้วยวิธีที่ซับซ้อน มีผู้ให้คำนิยามหรือความหมายของคำว่า ทัศนคติแตกต่างกัน ดังนี้

Gordon Allport (1967 อ้างใน สมัยศึก ถนัดสอน, 2541: 17) กล่าวสรุปว่าทัศนคติ เป็นสภาพความพร้อมของสมองและประสาทที่จัดไว้เป็นระเบียบ โดยอาศัยประสบการณ์เข้าช่วย ซึ่ง จะมีผลหรือมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หรือประสบการณ์ต่าง ๆ ทั้งหมด ซึ่งมีส่วนเกี่ยวกับบุคคลนั้น

Murphy et al. และ T. Newcomb (1973 อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539: 22) ให้ความหมายว่า ความไม่ชอบ ฟังใจหรือไม่ฟังใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ

Kretch and Crutchfield (1969 อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539: 22) ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นผลรวมของกระบวนการที่ก่อให้เกิดภาพการจูงใจ อารมณ์ยอมรับ และ เกี่ยวพันความรู้ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์บุคคล

จากความหมายที่นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายไว้ จึงอาจสรุปได้ว่า ทัศนคติ เป็นการแสดงความรู้สึกนึกคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งแสดงออกมาในเชิงพฤติกรรมหรือการปฏิบัติทั้ง ในเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับพื้นฐานความเชื่อ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

ลักษณะของทัศนคติ

ทัศนคติดีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนพฤติกรรมโต้ตอบ (predisposition to respond) ต่อ เหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะ หรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมแล้ว
2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา (persistent over time) คือมีความ เชื่อมั่น คงทนถาวรพอสมควร เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติเป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรู้สึก นึกคิด ไม่ว่าจะเป็นในรูปของการแสดงออกโดยวาจา หรือ การแสดงความรู้สึก ตลอดจนงานที่ จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4. ทักษะที่มีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความต่อไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย

องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติแบ่งได้ 3 ประการ คือ (Freeman, 1970 อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539: 23)

1. องค์ประกอบด้านความคิดหรือความเข้าใจ (the cognitive component) ทัศนคติจะแสดงออกมาในลักษณะของความเชื่อว่าจะไร้อะไรจะไร้อะไรผิด
2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (the affective component) ทัศนคติจะแสดงออกมาในลักษณะของความชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรมหรือด้านปฏิบัติ (the behavioral component) ทัศนคติจะแสดงออกมาในลักษณะของการยอมรับหรือปฏิเสธ

การเกิดทัศนคติ (attitude formation)

Rensis Likert (1975 อ้างใน สมัยศึก ถนัดสอน, 2541: 19 - 21) สรุปว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (learning) รับรู้ (perception) จากแหล่งทัศนคติ (source of attitude) ต่าง ๆ ซึ่งมีอยู่มากมาย แหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (specific experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (communication from others) การได้ติดต่อกับบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่น เช่น เด็กจะมีทัศนคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่ผู้ใหญ่สั่งสอนว่าการกระทำอย่างนี้ดีอย่างนั้นไม่ดี
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบหรือแสดงออก ในการชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามพ่อแม่
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (institutional factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด แหล่งที่ทำงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ ไพบูลย์ อินทริวิชา (2517: 17) ได้สรุปไว้ว่า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดทัศนคติของบุคคลได้แก่

1. การเรียนรู้ ได้แก่ การอบรมสั่งสอน อันจะเป็นการสะสมและรวบรวมประสบการณ์เอาไว้เป็นจำนวนมาก เช่น เด็กที่เกิดในครอบครัวนับถือศาสนาพุทธก็จะมีวามเลื่อมใสในพุทธศาสนาเพราะได้รับอิทธิพลจากการอบรมสั่งสอนประสบการณ์ต่างๆ ไว้
2. ประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคลโดยตรง เช่น บุคคลที่เคยรับประทานอาหารทะเลแล้วแพ้ ก็ย่อมจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออาหารทะเล
3. เหตุการณ์ประทับใจในสองข้อแรกนั้น จะเป็นการสะสมประสบการณ์หลาย ๆ ครั้ง และเกิดเป็นทัศนคติ แต่ทัศนคติก็สามารถเกิดขึ้นได้ หากได้รับประสบการณ์เพียงครั้งเดียว และรู้สึกประทับใจ ซึ่งอาจจะประทับใจในทางบวกหรือลบก็ได้
4. การรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน โดยจะยอมรับเอาทัศนคติของผู้ที่เหนือกว่ารับมาปฏิบัติต่อ เช่น รุ่นน้องรับทัศนคติบ้างเรื่องจากรุ่นพี่
5. เกิดจากลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละคน เช่น คนมองโลกในแง่ร้าย ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ
6. เกิดจากอิทธิพลของสื่อมวลชน สื่อมวลชนเป็นแหล่งให้ข้อมูลที่ก่อให้เกิดทั้งความเข้าใจ และอารมณ์ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติได้

นวม สงวนทรัพย์ (2535: 95) อธิบายว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดพัฒนาการของทัศนคติมีด้วยกัน 4 ประการ คือ

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (culture determinants) วัฒนธรรมของสังคมมีอิทธิพลมหาศาลต่อพฤติกรรม ทัศนคติ ความคิดของมนุษย์ กล่าวคือ ทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุมโดยสังคมที่เขาเจริญเติบโตมา
2. ปัจจัยทางจิตวิทยา (psychological determinants) กล่าวคือ ความต้องการ ผลประโยชน์ สติปัญญา ความเครียด ฯลฯ ทางจิตที่แตกต่างกัน ทำให้คนเรามีทัศนคติที่แตกต่างกันได้ แม้ว่าเขาจะเจริญเติบโตมาในบรรยากาศแห่งวัฒนธรรมเดียวกัน
3. ปัจจัยทางภาระหน้าที่ (function determinants) หมายความว่า บุคลิกภาพของบุคคลมีผลกระทบต่อบทบาทแห่งการพัฒนาทัศนคตินั้น ๆ
4. ข้อเท็จจริง (fact) ข้อเท็จจริงเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างทัศนคติ เมื่อความรู้ในข้อเท็จจริงได้เปลี่ยนแปลงไป ทัศนคติของบุคคลก็พลอยเปลี่ยนแปลงไปด้วย

ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น ประกอบด้วย

1. การติดต่อสื่อสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร และหนังสือ เป็นสื่อสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
2. การติดต่ออย่างใกล้ชิด ความใกล้ชิดทำให้คนได้เรียนรู้สภาพที่แท้จริงของแต่ละฝ่าย ความเข้าใจผิดจะหายไป
3. อิทธิพลส่วนบุคคล อิทธิพลส่วนบุคคลนี้เกิดจากอัตลักษณ์ บุคลิกภาพและคุณสมบัติทางจิตใจที่แสดงออกมาทางกายกรรมและวจีกรรม บุคคลผู้เปรียบพร้อมด้วยคุณสมบัติที่ดีดังกล่าวนี้ ย่อมมีอิทธิพลเหนือทัศนคติของคนอื่นได้ง่าย
4. การคัดค้านใจของกลุ่ม ถ้าหากว่า กลุ่มชนได้คัดค้านใจไปในเรื่องใด ทัศนคติของคนในกลุ่มย่อมคล้อยไปตามนั้น

Mcquire (1969: 175 - 176) สรุปไว้ว่า สถานการณ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นประกอบด้วย

1. สถานการณ์การแนะนำ (suggestion situations) ปัจจัยพื้นฐานของสถานการณ์การแนะนำนี้คือ การแข่งขันการนำเสนอในเรื่องที่เกี่ยวกับทัศนคติ หรือพฤติกรรมต่อบุคคลซ้ำ ๆ กันจนกว่าบุคคลนั้นจะยอมรับคำแนะนำ โดยทั่วไป การแนะนำไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลรองรับว่าทำไมบุคคลถึงต้องยอมรับคำแนะนำ และการแนะนำอาจเกิดจากการทำงานของบุคคล หรือมาจากกลุ่มเพื่อนฝูง หัวหน้างาน หรือเกิดจากการแนะนำภายในตัวบุคคลเอง
2. สถานการณ์ความสอดคล้องลงรอยกัน (conformity situations) เป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคม โดยบุคคลพบว่า ความเชื่อของตนนั้นแตกต่างไปจากความเชื่อตามปกติสถานของกลุ่ม หรือผู้มีอำนาจ จึงพยายามเปลี่ยนความเชื่อของตนให้สอดคล้องกับทัศนคติความเชื่อของกลุ่ม หรือผู้มีอำนาจ ซึ่งบางครั้งบุคคลกระทำไปโดยไม่ได้มีแรงกดดันใด ๆ
3. สถานการณ์การพูดคุยภายในกลุ่ม (group discussion situations) คือ การที่สมาชิกภายในกลุ่มเสนอความเห็นที่ขัดแย้งกับความเห็นของบุคคลภายในกลุ่ม ซึ่งเป็นความเห็นที่กลุ่มให้การยอมรับแล้ว แต่เมื่อมีการเสนอข้อโต้แย้งขึ้นมา กลุ่มจึงได้เพิ่มเติมข้อโต้แย้งนั้นลงไป ในวัตถุประสงค์เป้าหมายด้วย
4. สารโน้มน้าวใจ (persuasive messages) คือการที่บุคคลได้รับสารที่มีการชี้แจงข้อโต้แย้งของบุคคลและชี้ให้เห็นว่า ทำไมบุคคลต้องยอมคล้อยตาม

5. การปลูกฝังความคิดใหม่ (intensive indoctrination) การปลูกฝังความคิดใหม่นี้เปรียบเสมือนการล้างสมอง ลบความคิดเก่าออกไป และนำความคิดใหม่เข้าไปแทน โดยผู้ทำการปลูกฝังได้ปฏิบัติตามขั้นตอนที่ 1-4 มาก่อนแล้ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชญา กรรณานูวัฒน์ (2540: ก) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในทัศนะของพนักงานทั่วประเทศ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารในทัศนะของพนักงานทั่วประเทศ รวมทั้งศึกษาว่าพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจการดำเนินงานของธนาคารอย่างไร และเพื่อสำรวจทัศนคติของพนักงานที่มีต่อธนาคารในด้านต่าง ๆ เช่น สวัสดิการ อัตราเงินเดือน เทคโนโลยี การบริหารองค์การ การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มากที่สุด มีสถานภาพสมรสมากกว่าโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนอายุงานระหว่าง 6 – 15 ปี สูงสุด
2. กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคารร้อยละ 60.13 และกลุ่มที่ขาดความรู้ความเข้าใจ ร้อยละ 39.87
3. ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อธนาคารในด้านต่าง ๆ อยู่ในเกณฑ์ต่ำ สมควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข
4. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ ด้านต่าง ๆ ของธนาคาร อยู่ในระดับปานกลาง คือ ความมั่นคงและการทำประโยชน์ต่อประเทศชาติ ส่วนภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ สมควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข
5. ผลการตอบคำถามนำในการวิจัยพบว่า ตัวแปรด้านอายุ สถานภาพ การศึกษา และอายุงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคาร ตัวแปรด้านเพศ เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคาร ผลการวิจัยได้กล่าววว่า พนักงานของธนาคารมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคาร และมีทัศนคติต่อธนาคารในด้านต่าง ๆ อยู่ในเกณฑ์ต่ำ อีกทั้ง ความคิดเห็นที่พนักงานมีต่อภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของธนาคาร อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อแก้ภาพลักษณ์ของธนาคาร ในทัศนะของพนักงานให้ดีขึ้นให้ได้ โดยการกำหนดวัตถุประสงค์ วางแผน และดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรให้ได้ในที่สุด

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นการแสดงความรู้สึกรู้สึกนึกคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งแสดงออกมาในเชิงพฤติกรรมหรือการปฏิบัติทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับพื้นฐานความเชื่อ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ ประสบการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ล้วนทำให้แต่ละคนมีทัศนคติที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางภาระหน้าที่ และ ข้อเท็จจริง ถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างทัศนคติ ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น ประกอบด้วย

1. การติดต่อสื่อสาร
2. การติดต่ออย่างใกล้ชิด
3. อิทธิพลส่วนบุคคล และ
4. การตัดสินใจของกลุ่ม

ทัศนคติของแต่ละคนสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้เป็นผลมาจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่แต่ละคนจะได้รับ เช่น การยอมรับในคำแนะนำจากบุคคลอื่น หรืออิทธิพลทางสังคม โดยบุคคล จะเปลี่ยนความเชื่อของตนให้สอดคล้องกับปทัสถานความเชื่อของกลุ่ม หรือผู้มีอำนาจ ทั้งนี้รวมถึงการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นของบุคคลภายในกลุ่ม ซึ่งกลุ่มให้การยอมรับแล้ว และการโน้มน้าวใจเพื่อการปลูกฝังความคิดใหม่จากกลุ่มบุคคล จากงานวิจัยที่ได้ศึกษาสรุปเป็นสมมติฐานต่อไปได้ว่า

1. อายุ สถานภาพ การศึกษา และอายุงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง
2. เพศ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความหมาย

สำหรับคำว่า “ภาพลักษณ์” นั้น เป็นคำที่ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยเฉพาะองค์กรต่าง ๆ เรื่องภาพลักษณ์นั้นถือเป็นเครื่องมือในการบริหารงานในหน่วยงานให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วไป โดยมีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ภาพลักษณ์” ไว้แตกต่างกันออกไป คือ

จิราภรณ์ สีขาว (2546) แห่งสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคำนิยามของ “ภาพลักษณ์” ไว้ว่าเป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยตรง หรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

นอกจากนี้ยังให้คำนิยามของคำว่า “ภาพลักษณ์องค์กร” (corporate image) ไว้ว่าเป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับจากประสบการณ์ หรือมีความรู้ ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงาน หรือสถาบัน โดยการกระทำหรือพฤติกรรมขององค์การบริหาร ผลิตภัณฑ์การบริหาร และการประชาสัมพันธ์ จะเข้ามามีบทบาทต่อภาพลักษณ์องค์กรด้วย

คำนิยามของภาพลักษณ์ในแวดวงการบริหารธุรกิจสมัยใหม่และการตลาด มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ไว้แตกต่างกันดังนี้คือ

Philip Kotler (2000: 553) ปรมาจารย์ด้านการตลาดอธิบายถึงคำ ภาพลักษณ์ (image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

ส่วน Frank Jefkins (1993: 21 - 22) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ (corporate image) หมายถึง ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจ และได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ส่วนหนึ่งการกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (corporate identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

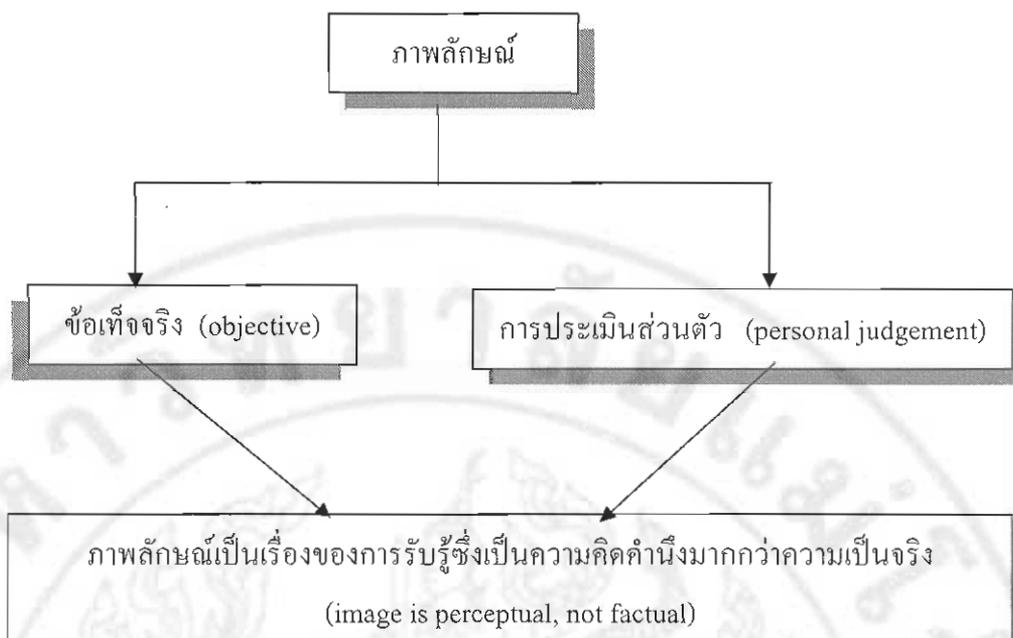
นอกจากนี้ วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2540: 81 - 82) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท (corporate image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง หมายรวมไปถึงด้านการบริหาร หรือการจัดการของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมไปถึง ผลิตภัณฑ์ (product) และบริการ (service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท จึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง โดยครอบคลุมทั้งตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

ลักษณะของภาพลักษณ์

เสรี วงษ์มณฑา (2540: 27 - 28, 30 - 31) กล่าวว่า ลักษณะของภาพลักษณ์ (image) คือองค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริง (objective fact) กับการประเมินส่วนตัว (personal judgement) ภาพลักษณ์เป็นผลรวมระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัว ทำให้เกิดภาพลักษณ์ ซึ่งเกิดจากการรับรู้ (perceptual) ของบุคคลที่ไม่ใช่ข้อเท็จจริง (factual) เกิดภาพลักษณ์ค่อนข้างแน่นอน เกือบจะตายตัว (fixed) เป็นภาพที่ฝังลึกในใจเปลี่ยนแปลงค่อนข้างยาก ซึ่งเกิดจากการรับรู้ของคนทั่วไป

จากคำนิยามข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์เป็นเรื่องของการรับรู้ ไม่ใช่เป็นข้อเท็จจริง จากการศึกษาที่ผสมกันนี้ทำให้กล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์เป็นเรื่องของการรับรู้หรือความคิดคำนึง มากกว่าข้อเท็จจริง ซึ่งภาพลักษณ์ที่คิดคำนึงอาจจะตรงกับความเป็นจริงหรือไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้ ดังนั้นภาพลักษณ์จึงอยู่ในขอบข่ายของความคิดคำนึงมากกว่าความเป็นจริง

ดังภาพ 2



ภาพ 2 แสดงลักษณะของภาพลักษณ์ (image)

ที่มา : เสรี วงษ์มณฑา (2540: 28)

นอกจากนี้ รัตนาดี ศิริทองถาวร (2546: 155-156) ยังได้กล่าวถึงลักษณะภาพลักษณ์ขององค์การที่สำคัญไว้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์เกิดจากความประทับใจ

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดจากความประทับใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนได้รับ และสิ่งเหล่านี้จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำของหน่วยงาน

2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ กล่าวคือ อาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้ อันเนื่องมาจากสภาพการณ์ภายในหรือปัจจัยภายนอกองค์การมากระทบ ดังนั้นองค์การต่าง ๆ จึงจะต้องมีการสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์การอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบว่าภาพลักษณ์ขององค์การเป็นอย่างไรและจะได้ส่งเสริม รักษา หรือแก้ไขให้ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การคงอยู่ตลอดไป

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่หยุดนิ่ง

หมายถึง ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ต้องไม่ได้แย้งกับความจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับความจริง นั่นคือ ปรัชญา นโยบาย การดำเนินงาน การประพฤติปฏิบัติ รวมทั้งคุณภาพของสินค้าหรือบริการขององค์กร

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ

ภาพลักษณ์เป็นการสร้างภาพในใจของคนเราเกี่ยวกับบุคคล องค์กร สถาบัน หรือสิ่งต่าง ๆ ให้มันคงเป็นที่ยอมรับโดยอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดผลใด ๆ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในบุคคล หรือองค์กรสถาบันนั้น

5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจน

ภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมขึ้นเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อตอบสนองจิตใจ และความรู้สึกทางอารมณ์ได้อย่างชัดเจนต่อกลุ่มประชาชน เช่น โรงแรมแห่งหนึ่งต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความหรูหราสะดวกสบาย การนำเสนอภาพลักษณ์นี้ให้ออกมาเป็นรูปธรรมด้วยภาพของสถานที่ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกแก่แขกผู้มาพักในแผ่นพับแนะนำโรงแรม

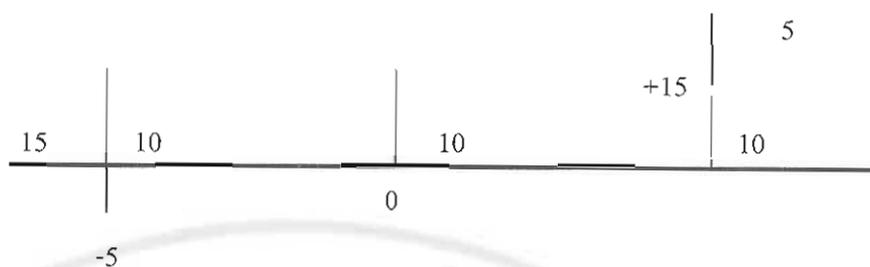
6. ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่ายและแตกต่าง

นั่นคือ ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ ง่ายต่อการจดจำ มีความแตกต่าง แต่สิ่งความหมาได้ครบถ้วนตรงตามต้องการ เช่น เครื่องหมาย (logo) คำขวัญ (slogan) เป็นต้น ซึ่งก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้มีเอกลักษณ์ (identity) ที่โดดเด่นนั่นเอง

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ มีดังนี้

1. ภาพลักษณ์ นั้นสามารถเสริมได้ (reinforce) หมายถึง การทำให้ภาพพจน์เดิมที่มีอยู่แล้วแรงขึ้น
2. ภาพลักษณ์นั้นสามารถสร้างได้ (build) หมายถึง สาธารณชนไม่มีภาพเป็นบวกหรือลบเกี่ยวกับบริษัทหรือองค์กร จึงต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีขึ้น
3. ภาพลักษณ์ที่สามารถเปลี่ยนได้ (change) หมายถึง การทำในสิ่งที่ไม่ดีให้ดีขึ้น ลักษณะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ทั้ง 3 นี้สามารถอธิบายได้ ดังภาพ 3



ภาพ 3 แสดงเรื่องของภาพลักษณ์ ซึ่งสามารถเสริมได้ สร้างได้ และเปลี่ยนได้โดยการ เสริม ภาพลักษณ์สามารถทำได้ง่ายที่สุด แต่การเปลี่ยนภาพลักษณ์นั้นทำได้ยากที่สุด
ที่มา : เสรี วงษ์มณฑา (2540: 31)

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

Boulding (1975: 159) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบของภาพลักษณ์ อาจแยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริง องค์ประกอบทั้งสี่ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ไม่สามารถจะแยกเป็นส่วน ๆ ได้อย่างเด็ดขาดดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (perceptual component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ (cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้ตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงเรียนรู้ (cognitive component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้สึเกี่ยวกับลักษณะประเภท คุณสมบัติ (attribute) ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (affective component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (cognitive component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้นอันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา

การเกิดภาพลักษณ์ในเชิงของการสื่อสารตามแนวคิดของโบลดิง มุ่งพิจารณาในสาระของลักษณะการรับรู้ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพลักษณ์

เป็นสิ่งสำคัญ ลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้ว จะก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และการกระทำ จนเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลมีประสบการณ์มา กล่าวคือ จะมีสิ่งที่ถูกสังเกต ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกรับรู้ผ่านเข้ามาทางการรับรู้ ซึ่งได้แก่สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคลอาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งที่ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ ในรูปต่าง ๆ จากข้อมูลที่ได้ หรือจากการสังเกตที่ผ่านมา โดยกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งจะต้องมีการให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นด้วยการนำไปสู่การสร้างความรู้ ที่มีการแยกแยะลักษณะประเภท และความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ นั้น เป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นจากการตีความและให้ความหมายด้วยตัวเราเอง แต่สิ่งที่ถูกสังเกต ความรู้ที่สร้างมานี้เองได้ไปเกี่ยวข้องกับพื้นฐานประสบการณ์เดิม เช่น ทักษะ ค่านิยม เกิดเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งที่ถูกสังเกตนั้น ๆ แล้วพัฒนาเป็นความผูกพันที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ และความรู้นี้อาจจะแสดงออกก็ได้ แต่เป็นความรู้สึกที่มีความพร้อมที่จะแสดงออกและเป็นการกระทำที่มีทิศทางด้วย

เมื่อภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้ว ได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้เข้ามาใหม่ เกิดการกระทบต่อภาพลักษณ์อาจมีสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งใน 3 ประการต่อไปนี้เกิดขึ้นได้ คือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงเดิมไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามามีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิม และสามารถเรียกกรองความสนใจ ทำให้เกิดการประเมินคุณค่า และอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ในสารทำให้ภาพลักษณ์เดิมถูกเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง ในกรณีที่บางครั้งอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างที่ค้ำจุนภาพลักษณ์นั้นอยู่

โครงสร้างของความรู้ของแต่ละคนหรือภาพลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ไม่เพียงแต่ประกอบไปด้วย “ข้อเท็จจริง” (fact) เท่านั้น แต่ยังประกอบด้วยจินตนาการอีกด้วย

เมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในความรู้สึกนึกคิดของตนแล้วภาพลักษณ์นี้ก็จะย่อมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ภาพลักษณ์ที่ได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะไปเหนี่ยวนำพฤติกรรมของผู้บริโภคและสาธารณชนให้คล้อยตามไปในทิศทางเดียวกันได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์อาจต้องไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของพฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพลักษณ์ถึงแม้จะยากแต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่สูญเสียไปแล้ว การพยายามสรรหาข้อมูลให้แก่บุคคลเพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของเขานั้น ข้อมูลอาจจะถูกปฏิเสธได้ หากข้อมูลดังกล่าวไปขัดแย้งกับความคิดเห็นตามความเชื่อเดิม ทักษะ ค่านิยม

ของบุคคล ข้อมูลใหม่ที่ให้ไปนั้น อาจจะถูกคิดว่าผิดหรือเป็นการบิดเบือนได้ ดังนั้นถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะไม่หยุดนิ่งก็ตาม แต่การเปลี่ยนแปลงก็กระทำได้อยาก

คุณลักษณะของภาพลักษณ์

Boorstion (1973) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นความคิดที่ดี มองเห็นสิ่งต่าง ๆ ดีเลิศ ซึ่งความเป็นจริงแล้วจะดีเลิศอย่างนั้นเป็นไปไม่ได้ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เราสร้างขึ้นมา เห็นได้ เชื่อถือได้ มองเห็นได้ชัดเจน ง่ายแก่การเข้าใจ ซึ่งภาพลักษณ์นี้มีคุณลักษณะ 6 ประการ คือ

1. an image is synthetic ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาโดยมีการวางแผนการสร้างสรรค์ขึ้นมาให้บรรลุวัตถุประสงค์และรู้สึกประทับใจ

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

3. an image is passive ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่คงอยู่ และถูกสมมติขึ้นมาให้มีความเหมาะสมกับสภาพเหตุผล และความเป็นจริงที่ผู้สร้างภาพลักษณ์ถูกคาดหวังว่าจะสามารถทำได้ ทำให้ได้ตามภาพลักษณ์นั้น และผู้รับก็คาดหวังว่าภาพลักษณ์จะเป็นไปตามที่ได้รับนั้น

4. an image is vivid and concreat ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ชัดเจน และลงทน

5. an image is simplified ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้เข้าใจได้ง่าย

6. an image is ambigious ภาพลักษณ์มีความคลุมเครือ ความคลุมเครือนั้น ล่องลอยอยู่ระหว่างจินตนาการและความรู้สึก และอยู่ระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริง

Boorstion ยังได้กล่าวถึง “ภาพ” ที่มนุษย์ตั้งใจสร้างขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่เหตุการณ์เทียมซึ่งก็หมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อจำลองเหตุการณ์ ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ บัวสติน กล่าวถึงลักษณะของเหตุการณ์เทียมไว้ดังนี้ คือ

1. ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่เกิดขึ้นเพราะว่ามีผู้วางแผนไว้
2. มีการเสนอซ้ำ
3. ความน่าสนใจของเหตุการณ์เทียมจะอยู่ที่ความกำกวมของเหตุการณ์ที่ถูกนำเสนอ ยังมีความเคลือบแคลงเท่าไร ก็ยิ่งน่าสนใจเท่านั้น
4. เป็นการคาดเดาส่งที่น่าจะเกิดขึ้นในอนาคตจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

บิวสตีน กล่าวว่า “ภาพลักษณ์” ก็คือ อุดมคติเทียม นั่นเอง ซึ่งมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. เป็นสิ่งไม่จริง สร้างขึ้นเพื่อสนองต่อวัตถุประสงค์และสร้างความประทับใจบางอย่าง
2. ภาพลักษณ์จะไม่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ได้เลย ถ้าหากคนไม่เชื่อถือ ภาพลักษณ์จะอยู่ได้ก็ต่อเมื่อไม่ขัดกับกฎของสามัญสำนึก ภาพลักษณ์ที่ดีต้องน่าเชื่อถือ
3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกกระทำ เพราะภาพลักษณ์ถูกกำหนดว่าจะต้องเหมาะสมกับความเป็นจริง ภาพลักษณ์ต้องเหมาะสมกับหน่วยงานหรือองค์กรและผู้รับ (คนดูหรือลูกค้าของหน่วยงานหรือองค์กร ในที่นี้หมายถึง นักศึกษา) ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้คือ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้สอดคล้องกับบุคคลหรือผู้สร้างภาพลักษณ์และผู้รับ
4. ภาพลักษณ์ต้องเข้าใจง่าย โดยจะเลือกกล่าวถึงข้อดีบางอย่างของผลิตภัณฑ์ บุคคล สถาบัน หรือองค์กร
5. ภาพลักษณ์มีลักษณะเรียบง่าย การง่ายและเด่นทำให้คนจำได้
6. ภาพลักษณ์มีสองนัย อยู่ระหว่างจินตนาการ และความรู้สึกระหว่างความคาดหวังและความจริง

ประเภทของภาพลักษณ์

“ภาพลักษณ์” ที่กล่าวถึงกันในวงการธุรกิจ การตลาด การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ พอจะจำแนกได้ดังนี้ (พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร, 2537: 124 - 125, 129)

1. ภาพลักษณ์เชิงซ้อน (multiple image)

เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐานว่าบุคคลในสังคมนั้นมาจาก “ร้อยพ่อพันแม่” มาจากแหล่งต่าง ๆ มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม การศึกษาและอื่น ๆ ที่ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์กรต่างกัน ดังนั้นจะหวังว่า สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไปได้ ยิ่งไปกว่านี้ในตัวบุคคลหนึ่งก็อาจมีทั้งภาพลักษณ์ในทางบวก (ต่อเรื่องหนึ่ง) และภาพลักษณ์ในทางลบ (อีกเรื่องหนึ่ง) ได้เช่นกัน

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (current image)

เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงลบหรือบวกก็ได้ จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดมาโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนาก็ตาม หน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้ เมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น หรือพบภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่ต้องการ ก็อาจนำไปพิจารณาตัดสินใจต่อไปได้

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (mirror image)

ก็เปรียบได้กับเวลาที่คนเราส่องกระจก เขาก็จะเห็นภาพของตัวเองในกระจก ในภาพนั้นเขาอาจมองว่าสวย สง่างามดี หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของเขา ในกรณีนี้ก็เช่นกัน ผู้บริหารอาจมองว่าองค์กรได้ทำโน่นทำนี่ดีมากแล้ว ดังนั้น ภาพลักษณ์ขององค์กรจึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความเป็นจริงจะเป็นเช่นไร ก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ทั้งนี้ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองอะไรที่แตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์พึงปรารถนา (wish image)

เป็นภาพลักษณ์ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการจะให้องค์กรของตนเป็น เช่นนั้น เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์กรที่มีความเจริญรุ่งเรือง เป็นองค์กรที่ให้คำตอบแบบที่ยุติธรรมแก่พนักงาน เป็นต้น การกำหนดความปรารถนา เปรียบเสมือนการกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่เราจะได้ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้น ๆ

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (optimum image)

หมายถึงภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น จากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจการรับรู้ (perception) ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อมวลชนและสื่อที่เราควบคุมได้ และสภาพแวดล้อมที่ยากจะควบคุม และอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตนและตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ทำให้การกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่เราจะได้ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้น ๆ

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (correct and incorrect image)

เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (ข่าวลือ อุบัติเหตุ ฯลฯ) และหรือกระบวนการสื่อสาร และหรือการรับรู้ข่าวสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้วก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน แต่จะต่างกันว่าภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (product / service image)

สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเองเช่นเดียวกับองค์กรสินค้าหรือบริการบางอย่าง อาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี แต่สินค้าหรือบริการบางอย่างกลับมีภาพลักษณ์ในทางตรงกันข้าม เมื่อสินค้าหรือบริการที่องค์กรมี ไม่ว่าจะจะมีภาพลักษณ์เชิงลบหรือบวก หรือกลาง ๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจาก

สังคม นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์สินค้าก็จะมีความเกี่ยวพันเป็นอย่างมาก

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (brand image)

เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้าเพียงแต่กรณีนี้เป็น “ตราสินค้า” “ชื่อยี่ห้อสินค้า” หรือ “logo” “สัญลักษณ์” “ดอกบัว” เป็นต้น

9. ภาพลักษณ์องค์กร (corporate image)

เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กร โดยรวมถึงสินค้า ชื่อยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหารบริษัท ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ ความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (institutional image)

ซึ่งคล้ายกับภาพพจน์องค์กรดังข้างต้น เพียงแต่มุ่งมองเฉพาะตัวบริษัท หรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบต่อสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง เจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาด หรือตราสินค้า อะไรทั้งสิ้น นอกจากบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

การเกิดภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์อาจเกิดขึ้นได้โดยสามารถแยกพิจารณาได้เป็น 4 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (events and environment)

คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมนี้ก็จะมีความสัมพันธ์ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่เพียงบางส่วนของเหตุการณ์ หรือบางเหตุการณ์เท่านั้นที่คนเราจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดีหรือเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร คงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์โดยรอบเรา กลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการหดหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร (communication channel)

ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลาย จะสามารถเข้ามาสู่ตัวเราได้ โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ก็มีประสิทธิภาพทางการรับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านี้ตัวเนื้อหาสาระ วิธีการจัดข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ก็มีความสัมพันธ์

กับช่องทางการสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุป ช่องทางการสื่อสารจะเป็นประเด็นแรกของการรับรู้ เหตุการณ์ซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของ “ข่าวสาร” และตัว “สื่อ” ย่อมมีความสำคัญสูงสุด

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (personal elements)

เกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับ สารนั้น องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคล คือทักษะของการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรมต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไร จะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนคนอื่น หรือมีความนิยมชมชอบหรือไม่น่าสนใจ หรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้ เป็นสำคัญ ดังนั้น ถึงแม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางการสื่อสาร และเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตาม จะมีความหมายอะไรหรือไม่ องค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นคำตอบที่ดีมากกว่าอย่างอื่น

4. การรับรู้และความประทับใจ (perception and impression)

ภาพลักษณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อน โดย “การรับรู้” (perception) ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” (หรือเรียกว่าเป็นไปตามความลำเอียงเฉพาะบุคคลก็จะไม่ผิดนัก) ส่วนความประทับใจ (impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวพันกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมาก (ไม่ว่าจะบวกหรือลบ) ก็จะมี ความทรงจำและจดจำได้มากและนาน และเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณ์อะไรขึ้นได้แล้ว ก็จะเป็นภาพลักษณ์เท็จจริงได้ช้ากว่าการที่มีความประทับใจน้อย หรือไม่มีความประทับใจเลย

ความเข้าใจในกระบวนการเกิดและการสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือ เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ตามสภาพแวดล้อม โดยที่องค์กรมิได้ดำเนินการใดๆ และเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการสร้างภาพที่องค์กรปรารถนาจะให้เป็น (ดวงพร คำคุณวิวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536: 83) ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับหรือผู้บริโภคมีการสรุปความคิดรวบยอดจากการรับรู้ข้อมูล ข้อมูลนั้นต้องชัดเจน มุ่งประเด็นที่เป็นภาพลักษณ์จำนวนมากพอ มาจากหลายช่องทางมาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จนทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ คิดและรู้สึกได้ว่าองค์กร สินค้า และบริการนั้นเป็นอย่างไร หากมีการสื่อสารที่ดี ภาพนั้นจะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดความมั่นใจและเกิดเป็น

ภาพลักษณ์ ดังนั้นภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอ สำหรับการสื่อสารในลักษณะซ้ำหลายครั้งและผ่านสื่อหลายช่องทาง

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

1. เมื่อตัดสินใจได้ว่าจะใช้ข้อดีข้อเสียใดเป็นจุดแข็งในการสร้างภาพลักษณ์ โดยใช้หลักการสร้างภาพลักษณ์ที่มีความสำคัญประการหนึ่ง คือ การกำหนดภาพขององค์กร สินค้าและบริการ ให้มีความแตกต่าง (differentiation) จากผู้อื่นแล้ว จึงสร้างภาพให้ชัดเจนเป็นรูปธรรม โดย ผู้สร้างต้องมีความสามารถในการสื่อสาร เลือกใช้ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาพ สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ ฯลฯ ที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนไม่อ้อมค้อมให้ต้องตีความ เป็นภาษาที่น่าสนใจ (attraction) เหมาะสมกับสภาพการณ์ โดยการสร้างภาพในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความคิดและการกระทำในลักษณะที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) จึงจะทำให้ภาพลักษณ์มีความเด่นและน่าสนใจ

2. การเผยแพร่ภาพลักษณ์สู่สาธารณชน เป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญ โดยจะต้องมีการเผยแพร่ภาพลักษณ์นั้นผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ด้วยจึงห้วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการยอมรับในที่สุด การกระจายภาพนั้น สื่อมวลชนเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ดังนั้นจึงเป็นความจำเป็นที่จะต้องทำให้สื่อมวลชนยอมรับและเห็นด้วยกับภาพลักษณ์นั้นตั้งแต่ในเบื้องต้น เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการเผยแพร่ภาพลักษณ์สู่มวลชนต่อไป

นอกจากนี้ การสำรวจภาพลักษณ์อย่างสม่ำเสมอ นำผลการสำรวจมาเปรียบเทียบดูความเปลี่ยนแปลง และใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงานสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ จะเป็อีกวิธีหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานภาพลักษณ์เป็นไปอย่างสมบูรณ์ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างแท้จริง

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

ชัยนันท์ นันทพันธ์ (2535: 19) กล่าวว่า การที่องค์กรทราบเกี่ยวกับสิ่งที่องค์กรกระทำยังไม่เพียงพอ องค์กรควรทราบและเข้าใจถึงทัศนคติ ความต้องการของแต่ละกลุ่ม ตลอดจนการรับรู้ของกลุ่มคนที่มิต่อองค์กร ซึ่งจะมีความสำคัญมากกว่า เพราะเป็นแนวทางให้ องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างถูกต้อง อันจะทำให้แต่ละกลุ่มมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร จึงอาจกล่าวได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น นอกจากจะกำหนดภาพลักษณ์ ตัวรวมขององค์กรแล้ว จะต้องกำหนดภาพลักษณ์ที่ต้องการในสายตาของคนแต่ละกลุ่มด้วย

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (positive image) ทำได้ดังนี้

1. ค้นหาข้อดี และข้อเสีย หรือจุดอ่อนขององค์กรที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อศึกษาวิเคราะห์และหาทางวางแผนดำเนินงานในขั้นต่อไป การค้นหาอาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติท่าทีและความรู้สึกนึกคิดของประชาชนกลุ่มเป้าหมายรวมถึงอาจใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง
2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์กร หรือสถาบันต้องการให้เกิดขึ้นในใจของประชาชน เช่น อาจถามตนเองว่าสถาบันคือใคร ทำอะไร จุดยืนของสถาบันคืออะไร และหน่วยงานหรือสถาบันต้องการจะให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในด้านใด หรือต้องการให้รู้สึกนึกคิดและมีท่าทีต่อหน่วยงาน หรือสถาบันของเราอย่างไรบ้าง เป็นต้น จากนั้นก็นำมาพิจารณาประกอบการวางแผนเพื่อดำเนินงานต่อไป
3. คิดหัวข้อ (theme) ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้คือเนื้อหาข่าวสารที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชาชนอาจใช้คำขวัญ (slogan) หรือข้อความสั้น ๆ ที่ได้ใจความกินใจ และชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งที่สำคัญ คือ หัวข้อเหล่านี้ต้องมีอิทธิพลโน้มน้าว ชักจูงใจประชาชนให้เกิดภาพพจน์ตามที่เรารต้องการ
4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

ภาพลักษณ์องค์กร

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537: 127) กล่าวถึงการกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาขององค์กร ควรควบคุมเนื้อหา (content) ไว้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (related with target publics) กล่าวคือ องค์กรน่าจะมีการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นเพื่อนที่ดี ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนในฐานะผู้ขายหรือเพื่อนร่วมดำเนินธุรกิจเดียวกัน โดยอาจเน้นภาพของความซื่อสัตย์สุจริต การให้ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมพัฒนาความเจริญรุ่งเรืองแก่ธุรกิจประเภทนั้น
2. สินค้าหรือตราสินค้า (product or brand) ทุกองค์กรย่อมมีธุรกิจไม่ว่าจะขายสินค้าหรือขายบริการ โดยหลายกรณีเชื่อว่า ถ้าหากต้องการจะสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สินค้าหรือบริการนั้นๆ แล้ว ก็ควรพิจารณาถึงตราสินค้าของบริษัทด้วย ตัวอย่างภาพลักษณ์ของสินค้าอาจเป็นสินค้าของแม่บ้านสมัยใหม่ สินค้าที่ให้ความสะดวกรวดเร็ว หรือในกรณีของตราสินค้ายี่ห้อ อาจเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่มีคุณภาพคงทน ภาพลักษณ์ของสินค้าที่ทำด้วยมือ เป็นต้น

3. ความปลอดภัย มลภาวะ และเทคโนโลยี (safety pollution and technology) ในส่วนนี้จะเป็ยคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับองค์กรทั่วไปว่า ในปัจจุบันอาจมีการเน้นแตกต่างกัน แต่ที่มักจะพุดกันมากในปัจจุบัน คือ ความปลอดภัย การไม่มีมลภาวะ และควรรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบการทำงาน หรือใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า

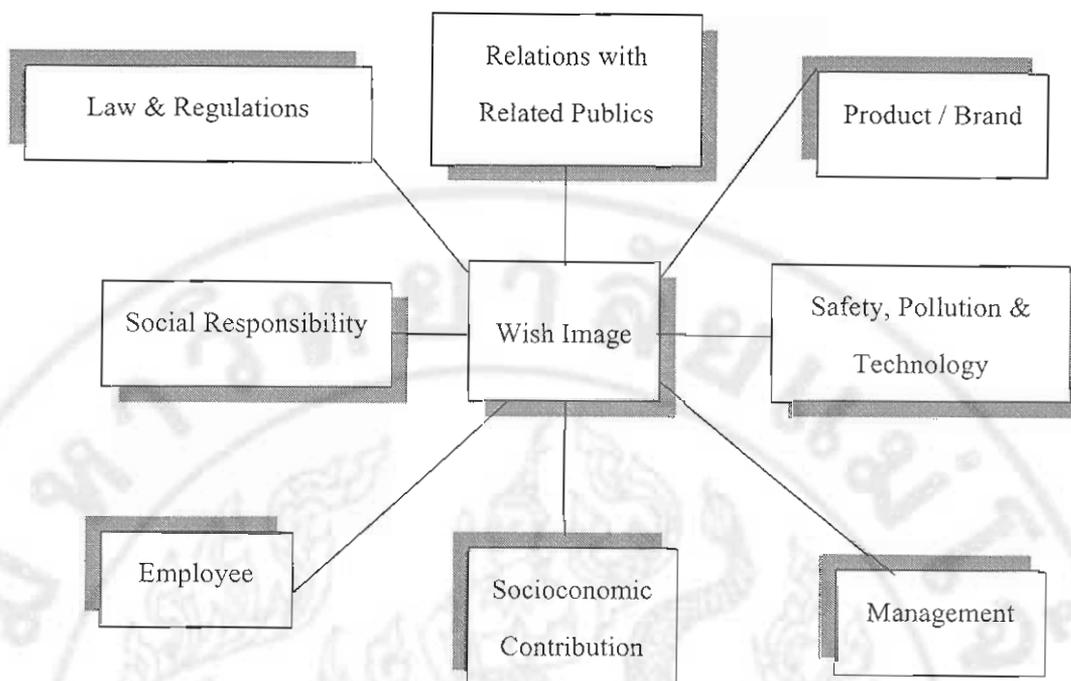
4. การมีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจและสังคม (socio-economics contribution) การที่องค์กรเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ก็ย่อมมีหน้าที่สร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่สังคม ส่วนภาพพจน์ที่นิยมสร้างกันมักเป็นเรื่องของการสร้างงานพัฒนาสภาพความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น การมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจประกอบกัน

5. พนักงาน (employee) ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับพนักงานก่อนข้างจะมีความสำคัญมาก เพราะองค์กรจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ถ้าไม่มีพนักงาน และก็ไม่สามารถจะเจริญเติบโตได้ถ้าปราศจากพนักงาน ส่วนภาพลักษณ์ที่สร้างมักเป็นเรื่องของค่าตอบแทนที่ยุติธรรม การมีสวัสดิการที่ดี ฯลฯ

6. ความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ว่าองค์กรนี้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม นั่นคือ การมีความรับผิดชอบต่อช่วยเหลือเมื่อเกิดสาธารณภัย หรือเข้าร่วมโครงการณรงค์ของชมรมสร้างสรรคไทย “ดาวพิเศษ” หรือ “รักแม่น้ำเจ้าพระยา” เป็นต้น

7. การจัดการ (management) การจัดการนี้ถือว่าเป็นระบบที่จะให้้องค์กรเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า และหรือทำให้้องค์การมีผลผลิตที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น หากองค์กรใดมีการบริหารที่มีคุณภาพ แน่แน่นอนว่าองค์กรนั้นก็ย่อมมีภาพลักษณ์ที่ดี

8. กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ (law and regulation) องค์กรที่จะเป็นที่ยอมรับแก่สมาชิกของสังคมได้ องค์กรนั้นจะต้องมีความประพฤติในกรอบของกฎหมายหรือขนบธรรมเนียมที่ดีของสังคม ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้จึงมีความจำเป็นเช่นกัน



ภาพ 4 แสดงเนื้อหาของภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา
ที่มา: พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร (2537: 127)

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

1. ภาพของความรู้
2. ภาพของความคิดและความสุภาพอ่อนน้อม
3. ภาพของความขยันขันแข็ง
4. ภาพของความทันสมัย
5. ภาพของประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการ
6. ภาพของความรับผิดชอบต่อลูกค้าประชาชน
7. ภาพของความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ยังกล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์อาจเป็นไปได้ทั้ง ๆ ที่องค์กรไม่มีเจตนาที่จะเสริมสร้างขึ้นมา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

1. พฤติกรรมขององค์กรเป็นไปในทางลบจริง ๆ ไม่สามารถควบคุมหรือปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ภายในเวลาอันสมควร เช่น การบริหารงานไม่มีประสิทธิภาพ การบริการไม่สะดวก ทั่นใจ ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของพนักงาน เป็นต้น

2. พฤติกรรมขององค์กรอาจจะดี แต่ข่าวสารบางอย่างที่ออกไปบางอย่าง อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ก่อให้เกิดข่าวลือ หรือข่าวร้ายที่ไม่เป็นความจริง

3. พฤติกรรมขององค์กรดี แต่ไม่เป็นไปหรือไปไม่ถึงขนาดที่ประชาชนคาดหวัง เช่น บริการดีแล้วแต่พนักงานยังขาดอัธยาศัยไมตรี ทำให้รู้สึกที่ไม่เต็มใจบริการ เป็นต้น

4. พฤติกรรมขององค์กรดี แต่อาจมีคู่แข่งที่ไม่ปรารถนาดีคอยปล่อยข่าวหรือให้ข่าวในทางกลับกัน

5. สื่อมวลชนประสงค์จะได้ข่าวจากองค์กร แต่องค์กรไม่ให้ข่าว สื่อมวลชนอาจใช้วิธีลงข่าวเพื่อหวังที่จะให้มีการแถลงหรือแก้ข่าว

ภาพลักษณ์ขององค์กรในแต่ละองค์กรย่อมมีความแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการดำเนินการและจุดยืน (position) ขององค์กรนั้น ๆ เช่น ดร.อำนาจ วีรธรรม (2527: 7) ท่านผู้มีประสบการณ์การทำงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ที่องค์กรที่ดีพึงมีไว้ดังนี้

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

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตลาวัณย์ บุนนาค (2539: ง) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในระดับดี หรืออาจเรียกได้ว่ามหาวิทยาลัยเอกชนมีภาพลักษณ์เชิงบวกเฉลี่ย 3.53 โดยที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 54.6 ไม่สนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน และมีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน ร้อยละ 45.4 ให้เหตุผลดังนี้ คือ สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐ

ไม่ได้ สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการหรือสนใจ และสาขาวิชาที่ศึกษามีคุณภาพดีเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

นอกจากนี้ยังพบว่า ภาพลักษณ์ที่เด่นที่สุดของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย คือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีการดำเนินงานร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างชาติที่มีชื่อเสียง รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีอุปกรณ์การเรียนการสอน อุปกรณ์การปฏิบัติการอย่างพอเพียง ฯลฯ สำหรับภาพลักษณ์ที่ด้อยที่สุดหรือเรียกได้ว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงลบ คือ การเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชน

คณะกรรมการศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ (2542: 29 - 30) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์สถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ตามทัศนะของนักศึกษา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ ศึกษาคุณลักษณะของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ตามทัศนะของนักศึกษา และ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ลักษณะของนักศึกษาต่อคุณลักษณะของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาภาค กศ.พท.พิเศษหญิง มาจากคณะวิทยาการจัดการสอบเข้าศึกษาต่อในสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ โดยเลือกเป็นอันดับที่ 1 ในระหว่างการศึกษามีบ้านพักเป็นของตนเอง นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากไม่ได้ทำงานนอกเวลาเรียนจบการศึกษาจากสถาบันการศึกษาในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ มีคะแนนเฉลี่ยสะสมจากสถานศึกษาเดิมอยู่ระหว่าง 2.51 – 3.25

ด้านการเข้าร่วมกิจกรรมพบว่า กิจกรรมที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่นิยมเข้าร่วมมาก 3 อันดับ คือ กิจกรรมทางประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม กิจกรรมศึกษาค้นคว้า และกิจกรรมกองเชียร์กีฬา ตามลำดับ

ด้านบุคลิกภาพของเพื่อนสนิทในสถาบัน ลักษณะที่พบมาก 3 อันดับแรก คือ เป็นผู้ใฝ่รู้และรักความก้าวหน้า มีอารมณ์ขัน และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ตามทัศนะของนักศึกษาใน มิติด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ภาพลักษณ์ของอาจารย์ ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา และภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ทั้ง 5 มิติ นักศึกษามองว่ามีภาพลักษณ์อยู่ในระดับที่ดี

สำหรับการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของนักศึกษากับคุณลักษณะของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ใน 5 มิติภาพลักษณ์ พบว่า เพศ ประเภทนักศึกษา และ จังหวัดหรือภูมิลำเนาของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นนักศึกษาที่เพศต่างกันประเภท

นักศึกษาที่ต่างกัน และ จังหวัดภูมิลำเนาที่ต่างกัน ไม่ทำให้ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของสถาบัน ราชภัฏอุดรดิตถ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตรึงตรา ทับส่งแสง (2541: ง) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความรู้ ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงทัศนะที่มีต่อภาพลักษณ์ของ กรมประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัย พบว่า

1. ภูมิหลังของประชาชนกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 25 – 29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท
2. ความรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ อยู่ในระดับปานกลาง คือ ทราบว่ากรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานราชการ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี คำขวัญของกรมประชาสัมพันธ์ คือ กรมประชาสัมพันธ์ ก้าวไกล ร่วมใจพัฒนา อุทิศตนและเวลา สร้างสรรค์ชาติต่อมวลชน การให้บริการข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ผ่านทาง สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์ และประชาสัมพันธ์จังหวัด รวมทั้งทราบว่า กรมประชาสัมพันธ์สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ที่ซอยอารีย์สัมพันธ์ (ใกล้กระทรวงการคลัง)
3. ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า กรมประชาสัมพันธ์มีภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านการบริการ การนำเสนอ นวัตกรรม หรือ ผู้บริหารออกมาในทางที่ดี ที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป
4. ช่องทางและการเปิดรับข่าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง ซึ่งเป็นสื่อที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และต้องการทราบข่าวสารในเรื่องของการขยายเครือข่ายวิทยุและโทรทัศน์มากที่สุด
5. การทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ พบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความรู้ ความเข้าใจ และมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านเพศและอายุ พบว่า เพศและอายุที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจและมีทัศนะต่อ กรมประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา (2539 : ก) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ขององค์การ โทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ ภาพลักษณ์ขององค์การ โทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

และเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงานและการให้บริการของ
องค์กรโทรศัพท์ฯ ผลการวิจัย พบว่า

1. ลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และฐานะทาง
เศรษฐกิจที่แตกต่างกันมีเพียงอายุและอาชีพเท่านั้นที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ
องค์กรโทรศัพท์ฯ แตกต่างกัน

2. ลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และฐานะทาง
เศรษฐกิจที่แตกต่างกัน มีเพียงอายุที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ
องค์กรโทรศัพท์ฯ แตกต่างกัน

3. การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กร โทรศัพท์ฯ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเรื่องต่าง ๆ คือ องค์กรโทรศัพท์ฯ สามารถสร้างสรรค์และทำ
ประโยชน์ต่อสังคมได้มาก เป็นองค์กรที่ดี และมั่นคง ทำให้บุคคลภายนอกอยากจะเข้าร่วมงาน
ในองค์กรโทรศัพท์ฯ เป็นจำนวนมาก และเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารให้
ก้าวหน้าอยู่เสมอ การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กร โทรศัพท์ฯ ที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึง
พอใจของผู้ใช้บริการนั้นจะเป็นเรื่องของ ความไม่แน่ใจในการให้บริการขององค์กร โทรศัพท์ฯ
การขาดความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ และขาดการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ต่อ
สาธารณชน

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุป
ได้ว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน
บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์
โดยตรง หรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

ส่วนภาพลักษณ์องค์กรจะเป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับจาก
ประสบการณ์ หรือมีความรู้ ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงาน หรือสถาบัน
โดยการกระทำหรือพฤติกรรมองค์กร การบริหาร ผลผลิตภัณฑการบริการ และการประชาสัมพันธ์
จะเข้ามามีบทบาทต่อภาพลักษณ์องค์กรด้วย

สำหรับการเกิดภาพลักษณ์นั้น พิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้ว
จะก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และการกระทำ จน
เกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลมีประสบการณ์มา และภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลง
ได้ยาก บุคคลในสังคมนั้น มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม การศึกษาและอื่น ๆ ที่
ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์กรต่างกัน ดังนั้นจะหวังว่า สมาชิกในสังคม

จะมีภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไปได้ ยิ่งไปกว่านี้ในตัวบุคคลหนึ่งก็อาจมีทั้งภาพลักษณ์ในทางบวก ต่อเรื่องหนึ่งและภาพลักษณ์ในทางลบกับอีกเรื่องหนึ่งได้เช่นกัน

สำหรับปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ ประกอบด้วยเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (events and environment) ช่องทางการสื่อสาร (communication channel) องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (personal elements) การรับรู้และความประทับใจ (perception and impression)

ในการมองภาพลักษณ์ขององค์กรแต่ละองค์การว่าดีหรือไม่นั้น ย่อมต้องมีหลักเกณฑ์ในการมอง ซึ่งแต่ละคนอาจมีหลักในการมองภาพลักษณ์ขององค์กรที่แตกต่างกันออกไป โดยส่วนใหญ่ภาพลักษณ์องค์กรจะครอบคลุมถึงเรื่องความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (related with target publics) สินค้าหรือตราสินค้า (product or brand) ความปลอดภัย มลภาวะ และเทคโนโลยี (safety pollution and technology) การมีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจและสังคม (socio-economics contribution) พนักงาน (employee) ความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) การจัดการ (management) มีการบริหารที่มีคุณภาพ กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ (law and regulation) องค์กรที่จะเป็นที่ยอมรับแก่สมาชิกของสังคมได้ และจากงานวิจัยที่ศึกษาสรุปจากสมมติฐานได้ว่า

1. เพศ ประเภทนักศึกษา และ จังหวัดภูมิตำเนา ไม่ทำให้ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน
2. ระดับการศึกษา อาชีพ ความรู้ ความเข้าใจที่ต่างกัน ทำให้ทัศนยะของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน
3. เพศและอายุไม่ทำให้ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน
4. เพศ การศึกษา และฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง
5. อายุและอาชีพ ที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน
6. เพศ การศึกษา อาชีพ และฐานะทางเศรษฐกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

จากการตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สมมติฐานในการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทัศนยะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ดังนี้

1. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์
2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญมองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในสายอาชีพ

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

สภาพทางกายภาพ

ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ตั้งอยู่เลขที่ 27 ถนนอินใจมี ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ตลอดแนวรั้วด้านหน้าสถาบันซึ่งเป็นทิศเหนือติดกับถนนอินใจมี อันเป็นถนนเชื่อมระหว่างอำเภอเมืองกับอำเภอลับแล ทางด้านหลังสถาบันซึ่งเป็นด้านทิศใต้ติดต่อกับสถานีสื่อสารและโทรคมนาคมของกระทรวงคมนาคมส่วนทางด้านทิศตะวันออกติดต่อกับวิทยาลัยสารพัดช่างอุตรดิตถ์ และสำนักงานแขวงทางอุตรดิตถ์ อีกด้านหนึ่งเป็นแนวรั้วด้านทิศตะวันตกตลอดแนวเป็นคลองชลประทาน หากรวมกับพื้นที่คณะเกษตรและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยจะมีพื้นที่ทั้งสิ้น 282 ไร่ 3 งาน 87 ตารางวา

อาคารเรียนและอาคารประกอบที่สำคัญประกอบด้วย อาคารเรียน จำนวน 20 อาคาร ห้องสมุด จำนวน 2 อาคาร อาคารกีฬา จำนวน 3 อาคาร หอพัก จำนวน 11 อาคาร และอาคารประกอบอื่น ๆ จำนวน 9 อาคาร สำนักมาตรฐานการศึกษาสถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์ (2545: 16)

SWOT Analysis

จากเอกสารประกอบการประชุมสัมมนา โดยสำนักวางแผนและพัฒนา สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์ (2545: 20-27) พบว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มีดังนี้

จุดแข็ง (strength)

1. เป็นองค์กรที่อยู่คู่กับท้องถิ่น รู้จักท้องถิ่น มีประสบการณ์ในท้องถิ่นหลากหลายด้าน
2. มีเครือข่ายในท้องถิ่นค่อนข้างแน่นหนา
3. เป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย
4. มีประสบการณ์ด้านการผลิตครู

5. มีบุคลากรที่รักองค์กร มีความสามัคคี เป็นหนึ่งเดียวกัน
6. เป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก สามารถดำเนินการได้ในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ใช้งบในการดำเนินการไม่สูง สามารถจัดการศึกษาในราคาถูกลงได้
7. ในระยะ 5 ปีข้างหน้า มีบุคลากรที่มีประสบการณ์สูงและบุคลากรรุ่นใหม่ ผสมผสานกันอย่างเหมาะสม สามารถถ่ายทอดประสบการณ์ในการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี
8. การเปลี่ยนแปลงเป็นนิติบุคคล สามารถปรับเปลี่ยนสภาพความเป็นอยู่ ตลอดจนสามารถวางแผนการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพ
9. อยู่ในท้องถิ่นที่ไม่มีมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ตั้งอยู่ ซึ่งไม่ต้องแข่งขันกันมาก
10. มีประสบการณ์ในการจัดการศึกษาหลายรูปแบบ
11. มีการเตรียมการเพื่อเป็นมหาวิทยาลัย และได้รับการยอมรับว่าเป็นแบบอย่างได้ เช่น งานบริหารงานบุคคล งบประมาณ การประกันคุณภาพ การทำงานรูปองค์กรคณะบุคคล
12. มีประสบการณ์ในการพึ่งตนเอง สามารถจัดการศึกษาที่มีคุณภาพได้โดยอาศัยงบประมาณจากรัฐน้อยกว่างบประมาณจากรายได้ตนเอง

สถานะแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยที่เป็นจุดแข็ง

1. คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีพื้นฐานความเป็นครูสูง เพราะมีพื้นฐานมาจากการเป็นสถาบันผลิตครู ส่วนคณาจารย์ที่ไม่มีวุฒิศึก มหาวิทยาลัยได้จัดให้มีการฝึกอบรมวิชาชีพครูให้ เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ครูได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. บุคลากรของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีความสนิทสนมคุ้นเคยกันสูง ความร่วมมือกันในการปฏิบัติภารกิจและกิจกรรมอื่น ๆ จึงเป็นไปได้ด้วยดีเสมอมา มหาวิทยาลัยถือเป็นนโยบายสำคัญที่จะต้องให้บุคลากรทุกคนได้มีส่วนร่วมในกิจการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเพื่อรักษาความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันไว้ให้ได้มากที่สุด
3. นักศึกษาส่วนใหญ่ของมหาวิทยาลัยเป็นคนในพื้นที่จังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่านที่ยังมีความเป็นไทยค่อนข้างสูง ความประพฤติเรียบร้อย ให้เกียรติและเชื่อฟังครูอาจารย์ดี ทำให้ปัญหาเกี่ยวกับความประพฤติมีน้อย นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังคงรักษารูปแบบการอยู่หอพักไว้อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่สมัยเป็นเพียงโรงเรียนฝึกหัดครู กิจกรรมหอพักช่วยเสริมสร้างคุณลักษณะบางประการให้แก่นักศึกษาโดยไม่สามารถไปหาจากที่อื่นได้
4. มหาวิทยาลัยมีการปรับตัวทั้งในด้านระบบบริหารจัดการและวิชาการอย่างต่อเนื่อง การดำเนินการดังกล่าว ช่วยให้มีมหาวิทยาลัยเป็นผู้นำในด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ระบบการจัดสรรงบประมาณ การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษา เป็นต้น

5. มหาวิทยาลัยมีสภาประจํามหาวิทยาลัยที่เข้มแข็ง ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ จากทั้งภายในและภายนอก นายกสภาประจํามหาวิทยาลัยทุกท่านจะต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรากฏ ผลงานทั้งในด้านวิชาการและการบริหาร เป็นที่ยอมรับของประชาคมในระดับชาติ

6. คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ มีความคุ้นเคยกับท้องถิ่นและมีกิจกรรม ร่วมกับท้องถิ่นอยู่ตลอดเวลา ความรู้จักท้องถิ่นมีในระดับค่อนข้างสูง ทำให้การปฏิบัติการกิจใน ฐานะมหาวิทยาลัยอุดมศึกษาของท้องถิ่นสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและยาวนาน โดยไม่ ปรากฏการต่อต้านหรือทอดทิ้งจากบุคลากร ทุกคนตระหนักในหน้าที่และบทบาทของตน ในการเป็นผู้ช่วยเหลือท้องถิ่น ลักษณะเช่นนี้ ช่วยให้อุดมการณ์ของมหาวิทยาลัยยังคงรักษามาได้ อย่างมั่นคง

จุดอ่อน (weakness)

1. ด้านทรัพยากร
 - 1.1 ขาดครุภัณฑ์ ห้องปฏิบัติการ อาคาร ในบางสาขา เช่น เทคโนโลยี อุตสาหกรรม
 - 1.2 ได้รับงบประมาณน้อยในภาพรวม
 - 1.3 หลักสูตรมีจำนวนจำกัดและเป็นลักษณะทั่ว ๆ ไป
2. บุคลากร
 - 2.1 ได้รับการพัฒนาจากวิทยาลัยครู ชำนาญ และมีประสบการณ์เฉพาะด้าน การผลิตครู ส่วนสายอื่นยังมีประสบการณ์ไม่มาก
 - 2.2 จำนวนอาจารย์ คุณวุฒิอาจารย์ และผลงานทางวิชาการยังไม่ได้ตาม มาตรฐานอุดมศึกษา
 - 2.3 ไม่ได้รับการพัฒนาดังต่อเนื่อง เช่น การผลิตบุคลากรรุ่นใหม่ที่จะมา สืบทอดภารกิจ ทั้งนี้เพราะกระทรวงศึกษาธิการใหม่มีงบประมาณในการให้ทุนการศึกษาเหมือน ทบวง
 - 2.4 ได้รับการฝึกเป็นอาจารย์ผู้สอนมากกว่านักวิจัย
 - 2.5 มีจำนวนชั่วโมงสอนและงานพิเศษอื่น ๆ มาก ทำให้ไม่มีเวลาที่จะทำ ผลงานทางวิชาการ หรือปฏิบัติการกิจอื่น
 - 2.6 บุคลากรกลุ่มใหญ่ ทำงานมานาน อาจเหนื่อยล้าจากการทำงาน ส่วน บุคลากรที่เข้ามาใหม่บางคนยังไม่มีประสบการณ์ในการจัดการศึกษาและวิจัย

2.7 ระบบบริหารบุคคลในมหาวิทยาลัยยังไม่สร้างแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากร โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่เป็นข้าราชการ ยังได้รับเงินเดือน สวัสดิการ และความมั่นคงในการทำงานน้อยกว่าข้าราชการ

2.8 ระบบราชการมีความมั่นคงสูง ทำให้บุคลากรบางคนไม่สนใจที่จะพัฒนาตนเองและองค์กร

3. นักศึกษาที่เข้ามาศึกษา อาจมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนปานกลาง เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ การจัดการศึกษาบางหลักสูตรอาจมีปัญหาบ้าง นอกจากนี้ยังยากจน ซึ่งอาจมีอุปสรรคในการเรียนในบางครั้ง

4. ตั้งอยู่ในภูมิภาคที่มีจำนวนประชากรไม่มาก และจังหวัดที่ตั้งไม่มีจุดสนใจที่จะชักนำให้ นักศึกษาเลือก

5. ตั้งอยู่ในชุมชนหรือจังหวัดที่มีประชากรมีรายได้ต่ำ โอกาสที่จะได้สนับสนุนจากชุมชนมีน้อย รวมทั้งการดำเนินการที่จะได้มาซึ่งรายได้ ก่อนข้างจะทำได้ยาก

6. ประสบการณ์ในการจัดการศึกษาระดับชาติ ในสาขาต่าง ๆ และนานาชาติยังไม่เพียงพอ

7. ค่านิยมในภาพลักษณ์การอุดมศึกษายังมีไม่สูงหรือดีเท่าอุดมศึกษาขนาดใหญ่

สถานะแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อน

1. เนื่องจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยมีจำนวนมาก เมื่อรวมทุกระดับทุกโครงการ มีจำนวนมากกว่า 1 หมื่นคน ขณะที่มีอาจารย์ประมาณ 200 คน จึงต้องแบกรับภาระนักศึกษามากกว่า 50 คน ต่ออาจารย์ 1 คน ในขณะที่มหาวิทยาลัยอื่นจะมีอัตราเฉลี่ยประมาณ 10 คน ต่ออาจารย์ 1 คน ขณะเดียวกันการสอนนักศึกษาหลายรอบหลายโครงการช่วยให้อาจารย์มีรายได้พิเศษและมหาวิทยาลัยมีรายได้เพื่อพัฒนาองค์กร แต่ก็ทำให้อาจารย์มีเวลาเตรียมสอนน้อยลง ไม่มีเวลาศึกษาค้นคว้าวิจัยในสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการสอนนักศึกษา ไม่มีเวลาเขียนเอกสารตำรา บางคนไม่ยอมไปศึกษาต่อเพราะขาดรายได้พิเศษที่เฉลี่ยแล้วมากกว่าเงินเดือนที่ได้รับจากราชการ ปัญหาคุณภาพอาจารย์จึงเกิดขึ้นและจำเป็นต้องแก้ปัญหาโดยเร่งด่วน เพราะคุณภาพอาจารย์เป็นปัจจัยสำคัญของคุณภาพบัณฑิต

2. คุณภาพบัณฑิตไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้จ้างงาน เพราะหลักสูตรจำนวนมากที่สร้างขึ้นมักใช้ฐานจากประสบการณ์เดิมของอาจารย์ที่ได้จากการเรียนในมหาวิทยาลัย ซึ่งบางอย่างล้าสมัย ขาดการศึกษาวิจัยความต้องการของผู้จ้างงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลปรับปรุงหลักสูตร อีกทั้งกระบวนการปรับปรุงหลักสูตรมีขั้นตอนมากและ

ใช้เวลานานไม่ทันกับความเปลี่ยนแปลงของตลาด บัณฑิตราชภัฏส่วนหนึ่งจึงถูกปฏิเสธไม่ยอมรับจากตลาดแรงงาน

3. การฝึกประสบการณ์วิชาชีพเป็นกระบวนการสำคัญในการยกระดับคุณภาพบัณฑิตที่สำคัญอย่างยิ่ง แต่ถูกละเลยและลดความสำคัญลงตามลำดับ อาจเนื่องมาจากการขาดแคลนแหล่งฝึกประสบการณ์ ขาดอาจารย์ติดตามนิเทศงาน ขาดระบบการประเมินที่มีประสิทธิภาพ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่ไม่ตรงกับความรู้ ความสามารถที่เรียนตามหลักสูตร ความไม่เชื่อมั่นในความสามารถของนักศึกษาฝึกงาน ทำให้แหล่งฝึกประสบการณ์ไม่มอบงานสำคัญให้ปฏิบัติ ปัญหาเหล่านี้นำไปสู่ความด้อยคุณภาพของบัณฑิตอย่างแน่นอน

4. ปัญหาการจัดแผนการเรียนของนักศึกษาแต่ละรุ่นที่มหาวิทยาลัยพยายามจัดให้ นักศึกษาทุกคนเรียนให้จบภายในเวลาสั้นที่สุด ทำให้เป็นภาระมากที่ต้องจัดหาผู้สอนให้ครบ บางภาคเรียนอาจารย์บางท่านสอนถึง 7 รายวิชา ซึ่งเกินความสามารถของมนุษย์ที่จะสอนให้มีคุณภาพได้ นอกจากนี้การส่งเสริมให้นักศึกษาวางแผนจัดรายวิชาของตนเองและรับผิดชอบตนเอง ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญที่บัณฑิตพึงมี ยังไม่มีการจัดกระทำ ระบบการจัดรายวิชาของนักศึกษา จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขเพื่อให้รายวิชาสอนของอาจารย์แต่ละคนลดจำนวนลดลง และฝึกนักศึกษาให้ดูแลตนเองได้ อันเป็นการเพิ่มคุณภาพบัณฑิตได้อีกทางหนึ่ง

5. บุคลากรของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีพื้นฐานและเชี่ยวชาญทางด้านการผลิตครูแต่ขาดประสบการณ์ในสาขาวิชาชีพอื่น ขณะเดียวกัน มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเพื่อไปสอนในสาขาวิชาใหม่ไม่ค่อยได้ผล เพราะส่วนใหญ่มีอายุมาก ไม่พร้อมสำหรับการตั้งต้นใหม่ ส่วนการจัดหาอาจารย์ใหม่ที่มีคุณวุฒิตรงกับสาขาวิชา มีข้อจำกัดจากนโยบายลดอัตรากำลังภาครัฐ ด้วยเหตุดังกล่าวส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาของบัณฑิต ยิ่งนักศึกษาที่เข้าเรียนในมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มี พื้นฐานความสามารถทางวิชาการค่อนข้างต่ำ จึงทำให้เป็นปัญหามากยิ่งขึ้น

6. มหาวิทยาลัยราชภัฏ ไม่เป็นนิติบุคคลขาดอำนาจในการตัดสินใจดำเนินการด้วยตนเอง การขาดความเป็นอิสระในการบริหารการตัดสินใจ นำไปสู่ความล่าช้า แก้ปัญหาไม่ตรงจุดและการที่ต้องรอพิจารณาว่าส่วนรวมจะอย่างไรแล้ว จึงมีการสั่งการเป็นลักษณะของการแก้ปัญหาแบบยาสารพัดประโยชน์ซึ่งไม่สามารถส่งเสริมให้การบริหารมหาวิทยาลัยมีประสิทธิภาพได้ จึงจำเป็นต้องแก้ไขโดยเร่งด่วน

7. การขาดแคลนบุคลากรสายสนับสนุน แต่ละมหาวิทยาลัยมีข้าราชการสายสนับสนุนประมาณ 12 – 13 คน และนักการภารโรงอีกประมาณ 40 คน ทำให้มหาวิทยาลัยต้องใช้อาจารย์ส่วนหนึ่งมาช่วยปฏิบัติงานสนับสนุน เช่น งานธุรการ งานพัสดุ งานทะเบียน งานห้องสมุด ฯลฯ และต้องใช้งบรายได้ของมหาวิทยาลัยจ้างบุคลากรอีกส่วนหนึ่ง เพื่อช่วยให้งาน

ดำเนินไปได้ แต่ผลที่ได้รับก็คือ คุณภาพงานค่อนข้างต่ำ เพราะไม่ใช่มีอาชีพสำหรับงานนั้น ๆ การพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน (ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ใช่ผู้ปฏิบัติงานประจำ) กระทำได้น้อย เพราะมีการเปลี่ยนแปลงผู้ปฏิบัติงานบ่อย จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนเช่นกัน

8. ระบบการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยไม่เอื้อต่อการวิจัยและการผลิตผลงานทางวิชาการ ซึ่งควรเป็นภารกิจหลักของบุคลากร เช่น การจัดการศึกษาหลายโครงการ การมีนักศึกษามากเกินไป อาจารย์ต้องสอนมากจนไม่มีเวลาศึกษา ค้นคว้าและวิจัย ไม่มีระเบียบการลาพักผ่อนเพื่อทำผลงานทางวิชาการ ไม่มีผลตอบแทนแก่ผู้ผลิตผลงานที่ชัดเจนในระดับจูงใจให้อยากทำ เป็นสถานะที่ต้องเร่งปรับปรุงแก้ไขอย่างรีบด่วน

9. ปัญหาระบบบริหารแบบราชการ ซึ่งเน้นเอกสารและต้องเป็นไปตามขั้นตอน จะทำงานสักอย่างหนึ่งต้องคำนึงถึงระเบียบข้อบังคับ ผู้ปฏิบัติงานอยู่ในภาวะต้องระมัดระวังต่อการผิดระเบียบ ระบบราชการเป็นเสมือนผู้คุมที่คอยจับผิดตลอดเวลา สร้างความยากลำบากแก่ผู้ปฏิบัติ จึงเกิดสภาพที่ถอยเบี่ยงหน้าระบบราชการ ปัญหาการทำงานแบบเช้าชามเย็นชาม จึงเกิดขึ้น สิ้นปีก็ได้เลื่อนขั้นเงินเดือนเหมือนคนอื่น ผู้ปฏิบัติงานมาจับผิดข้อดีกับ ผู้ไม่รับผิดชอบงานได้รับผลตอบแทนเกือบไม่แตกต่าง สภาพเช่นนี้นำไปสู่คุณภาพงานที่ลดลงเรื่อย ๆ ต้องได้รับการแก้ไข

10. ปัญหาการจ้างลูกจ้างชั่วคราวที่จ้างในอัตราค่าจ้างต่ำ ไม่มีระบบเลื่อนขั้นเงินเดือน ขาดความมั่นคงในอาชีพทำให้ได้ลูกจ้างที่มีความสามารถแต่ขาดความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน ขาดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่สั่งไม่ทำ เป็นต้น ระบบการจ้างงานจึงต้องได้รับการแก้ไข

11. ในสถานะที่ขาดแคลนทั้งงบประมาณและบุคลากร แต่โครงสร้างการบริหาร กลับแบ่งสายงานย่อยมากมาย ทำให้ต้องใช้สถานที่ อุปกรณ์และบุคลากรประจำในหน่วยงานมากขึ้น โดยที่บางหน่วยงานมีงานประจำในแต่ละวันที่ไม่คุ้มกับงบประมาณที่จ่ายไป อีกทั้งมีการสร้างภาวะความผูกพันระหว่างบุคคลอีกด้วย การเลิกจ้างทำได้ยาก การใช้งบประมาณและบุคลากรในลักษณะนี้กล่าวได้ว่าเป็นระบบที่ไร้ประสิทธิภาพจำเป็นต้องแก้ไขโดยเร่งด่วน

12. การจัดสรรงบประมาณแผ่นดินที่ได้รับผ่านสำนักงานสภามหาวิทยาลัยราชภัฏ มักไม่ตรงกับความต้องการของมหาวิทยาลัย การจัดสรรในระดับกรมขาดความชัดเจน ไม่เป็นธรรม มีความล่าช้า แนวทางการพัฒนาของมหาวิทยาลัยไม่ได้รับการตอบสนองเท่าที่ควร เพราะสำนักงานสภามหาวิทยาลัยมองเป็นภาพรวม ความคิดเช่นนี้คือการกำหนดให้ทุกมหาวิทยาลัยราชภัฏต้องมีอะไรเหมือน ๆ กัน ซึ่งไม่น่าจะเหมาะสม มหาวิทยาลัยแต่ละแห่งควรมีเอกลักษณ์และความโดดเด่นของตนเอง มีความหลากหลาย และเป็นทางเลือกของประชาชน

โอกาส (opportunity)

1. การปรับเปลี่ยนทิศทางเป็นนิติบุคคลและเป็นมหาวิทยาลัย จะทำให้
 - 1.1 สามารถกำหนดทิศทางอนาคตของตนเอง มีทางเลือกให้เลือกหลายทิศทาง มีโอกาสที่จะเลือกสิ่งที่ดีที่สุด
 - 1.2 มีความเป็นอิสระ ทั้งด้านการบริหารจัดการ บริหารวิชาการ สามารถดำเนินการทุกอย่างเสร็จสิ้นในสถาบัน จะช่วยให้สถาบันคิดใหม่ ทำใหม่ได้ง่าย
 - 1.3 เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง พัฒนาสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น
 - 1.4 สร้างสิ่งใหม่ ที่จะเป็นการเปิดโอกาสให้สถาบันสามารถดำรงอย่างมีคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการหลักสูตร การเรียนการสอน การวิจัย
 - 1.5 ชื่อ “มหาวิทยาลัย” จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้ดีขึ้นในสายตาของนักศึกษา ผู้ปกครอง และบุคคลทั่วไป
2. มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ในท้องถิ่นที่ไม่มีมหาวิทยาลัยอื่นตั้งอยู่ ในท้องถิ่นมีทรัพยากรและสิ่งที่จะต้องพัฒนามากมาย มหาวิทยาลัยราชภัฏมีโอกาสที่จะสร้างภารกิจในท้องถิ่น และสร้างคุณค่าให้กับตนเองได้นาน ไม่น้อยกว่า 20 ปี
3. ตั้งอยู่ในภูมิภาคที่ไม่มีมหาวิทยาลัยอื่นมาเป็นคู่แข่ง มีโอกาสที่จะจัดการศึกษา หรือปฏิบัติการกิจได้หลายรูปแบบและขยายตัวได้หลายทาง
4. ใช้จุดแข็งของมหาวิทยาลัยที่มีอยู่เดิม เช่น วัฒนธรรมองค์กร ขนาดองค์กร ประสบการณ์ในท้องถิ่น มาเป็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและการปฏิบัติการกิจของมหาวิทยาลัย
5. สร้างโอกาสให้กับตนเองด้วยการสร้างคุณค่าแก่มหาวิทยาลัยด้วยการพัฒนาท้องถิ่นที่เป็นฐานรากที่สำคัญของประเทศ ซึ่งเหล่านี้เป็นจุดเน้นหรือนโยบายของรัฐบาล ถ้าทำสำเร็จจะสร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัย
6. สร้างโอกาสให้กับตนเอง ด้วยการเป็นมหาวิทยาลัยของท้องถิ่น มหาวิทยาลัยของคนจน สร้างภาพลักษณ์ของการเป็นมหาวิทยาลัยที่ “จัดการศึกษาที่มีคุณภาพ แต่ราคาถูก” ถ้าทำได้ นั่นคือ “สุดยอดของการเป็นมหาวิทยาลัยในยุคใหม่”
7. มหาวิทยาลัยได้สรรหาบุคลากรรุ่นใหม่จำนวน 70 คน ในขณะที่รัฐไม่ให้อัตราค่าจ้าง สามารถสร้างเป็นโอกาสที่จะพัฒนาให้เป็นกำลังสำคัญของมหาวิทยาลัยในอนาคต
8. รัฐมีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น งบประมาณของประเทศเกือบร้อยละ 40 จะลงสู่ท้องถิ่น ถ้ามหาวิทยาลัยสามารถประสาน ทำความร่วมมือกับท้องถิ่นได้ อาจสามารถใช้ทรัพยากรร่วมกับท้องถิ่นในการจัดการศึกษา ซึ่งถือว่าการได้งบประมาณอีกทางหนึ่ง

การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมของมหาวิทยาลัยที่เป็นสิ่งสนับสนุนโอกาส

1. พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 กำหนดให้สถานศึกษาที่เปิดสอนถึงระดับปริญญาตรีมีสถานะเป็นนิติบุคคล เปิดโอกาสให้สถาบันมีอิสระในการดำเนินงาน สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง และยังเปิดโอกาสให้เป็นสถาบันในกำกับของรัฐบาลอีกด้วย ภาวะการณ์เช่นนี้ ช่วยสนับสนุนให้สถาบันสามารถวางแผนและดำเนินการพัฒนาไปในทิศทางที่สถาบันต้องการ ได้สะดวกและมีประสิทธิภาพขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นได้รวดเร็วและดีกว่าเดิม

2. การจัดการศึกษาพื้นฐาน 12 ปี โดยไม่เก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาจะทำให้ผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่ามากยิ่งขึ้นความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาจะเพิ่มมากขึ้นด้วย ในขณะที่ภาวะทางการเงินของประชาชนยังมีปัญหา ทำให้ความต้องการศึกษาในพื้นที่ใกล้บ้านเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดสำหรับผู้ต้องการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น

3. กระแสผลักดันการพัฒนาประเทศให้สามารถแข่งขันได้กับนานาประเทศ จะเป็นตัวเร่งให้รัฐบาลต้องพัฒนาคุณภาพการศึกษา ส่งผลให้สถานศึกษาทุกระดับได้รับการสนับสนุนมากขึ้น ภายใต้กระบวนการนี้ การตรวจสอบมาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา จะต้องกระทำควบคู่กันไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ได้ดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษามาอย่างต่อเนื่อง จึงอยู่ในสถานะที่มีความพร้อมมากกว่ามหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน

4. จังหวัดอุดรดิตถ์เป็นเขตเชื่อมต่อระหว่างภาคเหนือตอนบนกับภาคเหนือตอนล่างและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงสามารถจัดการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นได้หลากหลาย ประชากรในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ประกอบด้วยกลุ่มชนหลายวัฒนธรรม เช่น ไทยล้านนา ไทยอีสาน ไทยพวน ไทยกรุงเก่าสุโขทัย เป็นต้น ความหลากหลายทางวัฒนธรรม นำมาซึ่งความหลากหลายขององค์ความรู้ท้องถิ่นซึ่งมีคุณค่าต่อการเรียนรู้อย่างมหาศาล

5. มหาวิทยาลัยมีความผูกพันกับท้องถิ่นสูงและสืบเนื่องมายาวนาน ท้องถิ่นให้ความเชื่อถือไว้วางใจในสถาบัน ความร่วมมือในด้านต่าง ๆ จึงมีต่อกันอย่างกว้างขวางและนับวันจะขยายตัวมากขึ้น อันจะเห็นได้จากโครงการความร่วมมือต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่เสมอ ๆ กล่าวได้ว่ามหาวิทยาลัยคือความหวังของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

6. จังหวัดอุดรดิตถ์เป็นจังหวัดที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ ค่าครองชีพต่ำกว่าจังหวัดอื่นส่วนใหญ่ในภูมิภาคเดียวกัน ทั้งค่าที่พักอาศัย ค่าอาหาร ช่วยให้นักศึกษาที่มาจากท้องถิ่นอื่นสามารถอยู่ได้ด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำ

อุปสรรค (threat)

1. ช่วงรอยต่อของการเปลี่ยนแปลงอาจเกิดปัญหาในเชิงปฏิบัติ อาจทำให้เกิดความขัดแย้งภายในองค์กร ตัวอย่างเช่น งานบุคลากรที่อาจมีบางคนได้ บางคนเสีย การปรับโครงสร้างองค์กร บางส่วนต้องบูรรวมกัน
2. การเข้าไปอยู่ร่วมในกลุ่มสำนักงานการอุดมศึกษา อาจทำให้เกิดการเปรียบเทียบกับอุดมศึกษาอื่น ๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผลการเปรียบเทียบอาจมีข้อมูลที่เป็นทางลบต่อมหาวิทยาลัยในภาพลักษณ์ต่อสาธารณชน
3. พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ กำหนดให้มีอุดมศึกษาขึ้นหลายสถาบัน รวมทั้งกลุ่มอาชีวศึกษาและให้มีการแข่งขันแบบเสรี กรณีนี้อาจทำให้ส่งผลกระทบต่อการรับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยในบางสาขาวิชา
4. การมีทรัพยากรจำกัด ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร งบประมาณ ครุภัณฑ์ อาคาร อาจเป็นอุปสรรคในการจัดการศึกษาในยุคการแข่งขัน การแย่งทรัพยากร ซึ่งการที่มหาวิทยาลัยมีศักยภาพด้านทรัพยากรน้อย อาจเสียโอกาสในการที่จะเข้าแข่งขันเพื่อรับโอกาสในการจัดสรรทรัพยากร เช่น ทุนวิจัย การเปิดสอนในบางสาขาวิชา

สถานะแวดล้อมที่เป็นอุปสรรค

1. ค่านิยมของสังคมทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศที่พิจารณาคุณค่าของคนที่มีปริญญาบัตรเป็นเบื้องต้น เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนพยายามทุกวิถีทางที่จะให้ตนได้รับปริญญาเพื่อใช้เป็นใบเบิกทาง โดยไม่สนใจว่าปริญญานั้นมีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานหรือไม่ ค่านิยมดังกล่าวเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ความสนใจศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองลดความสำคัญลง ประกอบกับส่วนใหญ่เป็นผู้พลัดหวังจากการสอบคัดเลือกเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยส่วนกลาง พื้นความรู้เดิมจึงสู้นักศึกษามหาวิทยาลัยส่วนกลางไม่ได้ เมื่อรวมกันกับสภาพดังกล่าวข้างต้น แม้อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏจะใช้ความพยายามเพียงใดก็ยังไม่สามารถสอนให้บัณฑิตมีคุณภาพเท่าเทียมมหาวิทยาลัยส่วนกลางได้
2. นักศึกษาส่วนใหญ่ของมหาวิทยาลัยมาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อย และด้วยโอกาสประมาณ 80% จะขอกู้ยืมกองทุนเพื่อการศึกษา ความพร้อมทางการเรียนจึงต่ำ เพราะขาดสิ่งสนับสนุนที่เพียงพอจากครอบครัว ประกอบกับงบประมาณแผ่นดินที่มหาวิทยาลัยได้รับจากรัฐบาลก็อยู่ในอัตราที่ต่ำอย่างต่อเนื่อง เพิ่งจะได้รับในอัตราใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยอื่นเมื่อเริ่มแผนฯ 8 แต่ก็ยังต่ำกว่าอยู่มาก โดยเฉพาะงบลงทุนและทุนพัฒนาอาจารย์ที่แตกต่างกันอย่างมากมาย งบประมาณแผ่นดินจัดให้ซื้อหนังสือเข้าห้องสมุดปีละประมาณ 3 แสนบาท เมื่อเฉลี่ยต่อหัว

นักศึกษาไม่ถึง 100 บาท ซึ่งหนังสือชื่อเรื่องละ 5 เล่ม ได้ไม่เกิน 300 ชื่อเรื่อง ดังนั้นตำราบางเล่มอายุมากกว่า 20 ปี ก็ยังต้องจัดไว้บนชั้นให้ยืมทั้ง ๆ ที่บางส่วนล้าสมัยจนใช้ไม่ได้แล้ว สภาพเหล่านี้นำไปสู่ความด้อยคุณภาพของบัณฑิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มหาวิทยาลัยไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากนักศึกษาในอัตราสูง ๆ ได้ เพราะนักศึกษาส่วนใหญ่ยากจน ดังกล่าวแล้ว ยิ่งไปกว่านั้นมหาวิทยาลัยยังต้องรับภาระบีบคั้นจากนักรการเมืองและสังคมให้รับนักศึกษาเพิ่มขึ้นทั้ง ๆ ที่ไม่มีงบประมาณเป็นการเพิ่มปัญหาให้วิกฤตยิ่งขึ้น

3. การเปิดเสรีทางการค้ามีผลให้การจัดการศึกษามีฐานะเป็นธุรกิจบริการที่ต่างประเทศสามารถเปิดมหาวิทยาลัยในประเทศไทยได้สะดวกมากขึ้นคาดว่าในอนาคตจะมีมหาวิทยาลัยต่างประเศมาเปิดดำเนินการในเขตภาคเหนืออย่างแน่นอน ในขณะที่รัฐบาลพยายามผลักดันให้มหาวิทยาลัยของไทยปรับสภาพเป็นหน่วยงานในกำกับของรัฐบาลเพื่อประสิทธิภาพในการบริหารและจัดการศึกษาภายใต้งบประมาณที่จำกัด มหาวิทยาลัยหลายแห่งจึงพยายามจัดตั้งวิทยาเขตและเปิดโครงการพิเศษเพื่อหารายได้ตามแนวนโยบายพึ่งตนเอง สถานการณ์เช่นนี้บังคับให้มหาวิทยาลัยต้องเร่งปรับปรุงตนเองในทุกด้านเพื่อให้เท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่งอื่นจึงจะอยู่ได้

4. ระบบการจัดสรรงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงานและการเปรียบเทียบคุณภาพผลผลิตเพื่อประกอบการตัดสินใจมอบหมายให้ผู้ที่มิมีประสิทธิภาพสูงกว่าเป็นผู้ดำเนินการที่สำนักงานงบประมาณจะนำมาใช้ในอนาคตอันใกล้นี้ เป็นภาวะการณ์ที่มหาวิทยาลัยจะต้องเร่งปรับปรุงตนเองอย่างมากเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสำนักงานงบประมาณและสังคม หากมหาวิทยาลัยไม่สามารถผ่านเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กำหนดจะเป็นปัญหาต่ออนาคตของมหาวิทยาลัยอย่างยิ่ง

5. นโยบายลดอัตราค่าเล่าเรียนภาครัฐที่กำลังดำเนินการอยู่ สร้างปัญหาความขาดแคลนกำลังคนของมหาวิทยาลัยอย่างยิ่ง ในขณะที่มหาวิทยาลัยต้องรับนักศึกษามากขึ้นแต่อาจารย์กลับลดจำนวนลงทุกปี แม้จะพยายามแก้ปัญหาโดยจ้างอาจารย์พิเศษมาช่วยสอนได้ แต่ก็มีปัญหาเรื่องความเชี่ยวชาญของอาจารย์อัตราจ้าง เพราะโดยระเบียบการจ้างของกระทรวงการคลังและความไม่มั่นคงในตำแหน่งของอัตราจ้าง ทำให้มหาวิทยาลัยไม่สามารถสรรหาอาจารย์คุณภาพดีสูง ประสิทธิภาพสูงมาเป็นอาจารย์ได้ ปัญหานี้หากไม่ได้รับการแก้ไขในอีก 4-5 ปีข้างหน้า จะเป็นปัญหาที่วิกฤตที่สุดของอุดมศึกษาไทย

6. ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีอยู่ ทำให้การลงทุนเพื่อพัฒนามหาวิทยาลัยอยู่ในภาวะชะงักงัน หากภายใน 2 ปีข้างหน้า มหาวิทยาลัยยังคงมีรายได้ทั้งจากงบประมาณแผ่นดินและนอกงบประมาณแผ่นดินในระดับปัจจุบันจะเกิดปัญหาความเสื่อมของครุภัณฑ์อย่างรุนแรง โดยไม่สามารถหามาทดแทนได้ โดยเฉพาะที่เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยจำเป็นต้อง

เตรียมการและทอยแก้ปัญหาล่วงหน้า หากรอช้าการแก้ปัญหาอาจต้องใช้งบประมาณสูงมากจนไม่สามารถทำได้

7. ปัญหาการยอมรับคุณภาพของบัณฑิตของมหาวิทยาลัยทั้งในภาครัฐและเอกชนในระดับ โปแกรมวิชา จำเป็นต้องดำเนินการแก้ไขตั้งแต่ตัวหลักสูตร ชื่อปริญญาบัตร มาตรฐานการเรียนการสอนและการประเมินผลการศึกษา การประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานและบุคคลภายนอกได้ทราบว่ามหาวิทยาลัยมิได้ผลิตเฉพาะครูเท่านั้น การสร้างผลงานและแสดงความสามารถในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อสังคม เป็นต้น หากไม่สามารถแก้ภาพพจน์เชิงลบดังกล่าวได้ มหาวิทยาลัยคงไม่สามารถดำรงอยู่ได้เช่นกัน

จากแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พ.ศ. 2547 - 2555 โดยสำนักวางแผนและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (2547: 1 - 5) พบว่า

ปรัชญา (philosophy) ของมหาวิทยาลัย

“มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างสรรค์ศิลปวิทยา”

วิสัยทัศน์ (vision) ของมหาวิทยาลัย

ภายในปี 2555 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์จะเป็นมหาวิทยาลัยขนาดกลางมุ่งพัฒนาทางด้านสังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยการวิจัยควบคู่การเรียนการสอนเพื่อใช้องค์ความรู้ในการพัฒนาอย่างกลมกลืนกับท้องถิ่น

พันธกิจ (mission) มหาวิทยาลัย

สอน วิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ส่งเสริมวิชาการแก่สังคม วิชาการวิชาชีพชั้นสูง และสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ปรับปรุง ถ่ายทอด และพัฒนาเทคโนโลยี ทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู มีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืนเพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน

จากแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พ.ศ. 2547 - 2555 ได้กล่าวถึงจุดหมาย วัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ไว้ดังนี้คือ

จุดมุ่งหมาย (goal)

จุดมุ่งหมายของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ตามแผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้เป็น จุดหมายของแผนยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นให้เกิดผลลัพธ์ (outcome) และผลกระทบ (impact) ต่อท้องถิ่น และสังคม หลังจากที่ท้องถิ่นและสังคมได้ใช้ผลผลิต (output) ของมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยจึง กำหนดจุดหมาย ดังนี้

เป็นมหาวิทยาลัยคุณภาพของปวงชนที่ได้รับการยอมรับจากประชาชน และองค์กร ท้องถิ่นว่ามหาวิทยาลัยมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์ (objectives)

วัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เป็นวัตถุประสงค์ในระดับผลผลิต (output) ของมหาวิทยาลัยที่เกิดจากการจัดการศึกษา การสนับสนุนการจัดการศึกษา การวิจัย การบริการทางวิชาการ การส่งเสริมศิลปะ และวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์กำหนด วัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อผลิตบัณฑิตและเพิ่มคุณภาพในระดับอุดมศึกษา ทั้งทางด้านวิชาการและ วิชาชีพชั้นสูง ตามสภาพความต้องการของท้องถิ่นและประเทศชาติ โดยจัดการศึกษาให้เชื่อมโยง กับการศึกษา นอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ให้โอกาสบุคคลในท้องถิ่นเข้าศึกษาไม่น้อย กว่าร้อยละ 70 ของนักศึกษาทั้งหมด มุ่งเน้นให้ผู้สำเร็จการศึกษามีความรู้ ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรม มีความพร้อมที่จะออกไปรับใช้ท้องถิ่นและประเทศชาติ โดยผู้เข้าศึกษา สามารถสำเร็จการศึกษตามหลักสูตรภายในเวลาที่กำหนดไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนผู้เข้า ศึกษา

2. เพื่อผลิตนักเรียนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยโรงเรียนสาธิตที่เป็น แบบอย่างของโรงเรียนชั้นนำ มุ่งผลิตนักเรียนที่มีคุณภาพและคุณธรรม มีนักเรียนสอบได้ในแต่ละ ชั้นปีไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 เป็นแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และสนับสนุนการจัดการศึกษาใน ระดับอุดมศึกษาให้มีคุณภาพมากขึ้น

3. เพื่อผลิตผลงานวิจัย เอกสาร ตำรา บทความทางวิชาการ โดยการวิจัย มหาวิทยาลัย การวิจัยเพื่อพัฒนาวิชาการและวิชาชีพ และการวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นแบบมี ส่วนร่วม ให้มีผลงานวิจัยทั้งของอาจารย์และนักศึกษาไม่น้อยกว่า 10 เรื่องต่อปี เป็นผลงานการวิจัย ที่พิมพ์เผยแพร่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของจำนวนผลงานวิจัยทั้งหมด ให้มีเอกสารตำราไม่น้อยกว่า 10 ชื่อเรื่องต่อปี และมีบทความทางวิชาการไม่น้อยกว่า 10 เรื่องต่อปี

4. เพื่อบริการทางวิชาการแก่สังคม ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทย และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเผยแพร่นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เหมาะสม ก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น โดยให้มีกิจกรรมบริการทางวิชาการในรูปแบบต่างๆ ไม่น้อยกว่า 20 กิจกรรมต่อปี

5. เพื่อเพิ่มคุณภาพของบุคลากร ให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะและเจตคติที่สอดคล้องกับการพัฒนาการศึกษาด้วยการอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน อย่างน้อยคนละ 1 ครั้งต่อปี เพิ่มศักยภาพของอาจารย์ด้านคุณวุฒิให้มีสัดส่วนปริญญาเอก : โท : ตริ 10 : 85 : 5 เพิ่มตำแหน่งทางวิชาการปีละไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนที่มีอยู่เดิม โดยให้มีสัดส่วนของศาสตราจารย์ : รองศาสตราจารย์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ : อาจารย์ 1 : 9 : 40 : 50 และเพิ่มคุณวุฒิของบุคลากรสายสนับสนุนให้ได้ตามคุณลักษณะเฉพาะงาน (job specification) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ในช่วงเวลาของแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2547 – 2555

6. เพื่อปรับปรุงและพัฒนาระบบการบริหารงานทั่วไป งานบุคลากร งานวิชาการ งานกิจการนักศึกษา งานพัสดุ งานงบประมาณและการเงิน ให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงของมหาวิทยาลัยและสามารถดำเนินการตามภารกิจได้อย่างมีคุณภาพ โดยให้มีการปรับปรุงโครงสร้างออกข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ และคำสั่ง ตามความเหมาะสม

ยุทธศาสตร์ (strategies)

การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ดำเนินการตามยุทธศาสตร์หลักของมหาวิทยาลัย 3 ยุทธศาสตร์ คือ

1. ยุทธศาสตร์ 4 สอดคล้อง ได้แก่ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศของรัฐบาล ยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ ยุทธศาสตร์การพัฒนาคูมศึกษา และยุทธศาสตร์ในระดับพื้นที่ตามความต้องการของท้องถิ่นอย่างเหมาะสมกับศักยภาพของมหาวิทยาลัย

2. ยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศ ได้แก่ ความเป็นเลิศทางวิชาการ (คุณภาพอาจารย์ หลักสูตร การเรียนการสอน การวิจัยและความสามารถทางวิชาการของบัณฑิต) ความเป็นเลิศด้านทักษะวิชาชีพและทักษะเสริม (การใช้ภาษาต่างประเทศและสารสนเทศ) ความเป็นเลิศด้านคุณธรรมและจริยธรรม ความเป็นเลิศด้านสุขภาพอนามัยและกีฬา และความเป็นเลิศด้านการบริหารจัดการ

3. ยุทธศาสตร์ความเสมอภาคทางโอกาสและทั่วถึง ได้แก่ ความเสมอภาคในการดำเนินงานของบุคลากรประจำที่เป็นข้าราชการกับบุคลากรประจำตามสัญญา การใช้ระบบสมัครตรง (admission) ของนักเรียนให้มีโอกาสได้เข้าเรียนตลอดปี การเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ได้ใน

ทุกเวลาและสถานที่ การเลือกเรียนโดยสมัครใจ (free enrollment) การเทียบประสบการณ์ การเทียบโอนระหว่างมหาวิทยาลัย การขยายพื้นที่บริการสู่วิทยาเขต การช่วยเหลือด้านทุนการศึกษาแก่เด็กยากจน การมีส่วนร่วมในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นให้สูงขึ้น การอนุรักษ์ทรัพยากรรักษาสิ่งแวดล้อมและทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรมร่วมกับประชาชน

กลยุทธ์ (tactics)

จากยุทธศาสตร์ที่ได้กล่าวมา สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนามหาวิทยาลัยเพื่อรองรับยุทธศาสตร์หลักทั้ง 3 ดังนี้

ยุทธศาสตร์ 4 สอดคล้อง

กลยุทธ์ที่ 1

ปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศของรัฐบาล ยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุดมศึกษา และยุทธศาสตร์ในระดับพื้นที่ตามความต้องการของท้องถิ่น อย่างเหมาะสมกับศักยภาพของมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ที่ 2

จัดทำแผนงานและแผนปฏิบัติการรองรับแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยที่ได้ปรับปรุงแล้ว โดยให้ครอบคลุมมาตรฐานการศึกษาของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์กรมหาชน) ยกเลิกแผนงานเดิมที่ปฏิบัติไม่ได้และไม่สนองยุทธศาสตร์ของประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3

จัดโครงสร้างองค์กรใหม่ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของรัฐบาล และพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏและบริหารจัดการ โดยยึดหลักประสิทธิภาพ ประหยัด และประสิทธิผล ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรร่วมกัน หน่วยงานมีขนาดเล็กลงตัวในการให้บริการ วางตัวบุคลากรให้เหมาะสม เพิ่มการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง

กลยุทธ์ที่ 4

พัฒนาระบบการจัดการทางด้านพัสดุ การเงินและงบประมาณให้ผ่าน 7 มาตรฐานของสำนักงานงบประมาณ

ยุทธศาสตร์สู่ความเป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ 5

ยกระดับมาตรฐานการประกันคุณภาพทุกหน่วยงานให้ได้รับการรับรองมาตรฐานให้บริการภาครัฐและมาตรฐานคุณภาพการศึกษา โดยมุ่งประกันคุณภาพการศึกษาทุกแผนงานตามภารกิจ

กลยุทธ์ที่ 6

ยกระดับคุณภาพบัณฑิตทุกโปรแกรมวิชาและพัฒนาโปรแกรมวิชาที่มีศักยภาพสูงให้มีความเป็นเลิศในกระบวนการผลิตบัณฑิต ตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า จนถึงปัจจัยนำออก และยกระดับคุณภาพในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของโรงเรียนสาธิตให้เป็นเลิศ เป็นแบบอย่างของโรงเรียนชั้นนำ ผลิตนักเรียนที่มีคุณภาพ และคุณธรรม เป็นแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสนับสนุนการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้มีคุณภาพมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 7

ส่งเสริมให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยศึกษาต่อ วิจัย และจัดทำผลงานทางวิชาการเพื่อกำหนดตำแหน่งทางวิชาการให้มากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 8

พัฒนาหลักสูตรใหม่และปรับปรุงหลักสูตรเดิมให้ทันสมัย มีความเป็นสากลมีลักษณะบูรณาการโดยให้ท้องถิ่นและสถานประกอบการมีส่วนร่วม

กลยุทธ์ที่ 9

ส่งเสริมให้นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยมีความรู้ ความสามารถในการใช้ภาษาและสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ 10

ส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้แบบ active learning และใช้กิจกรรมนักศึกษาในการพัฒนาด้านร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญา โดยให้นักศึกษาได้สัมผัสกับท้องถิ่นและสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับประชาชน

กลยุทธ์ที่ 11

พัฒนาสำนักวิทยบริการให้เป็นแหล่งค้นคว้าข่าวสารความรู้ และข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย สามารถให้บริการในลักษณะห้องสมุดมีชีวิต (living library)

ยุทธศาสตร์ความเสมอภาคทางโอกาสและทั่วถึง

กลยุทธ์ที่ 12

ปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสิทธิและการดำเนินงานของบุคลากรประจำตามสัญญาให้ทัดเทียมกับบุคลากรประจำที่เป็นข้าราชการ ให้มีความมั่นคง ได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมเหมาะสมกับภาระงาน ประสบการณ์ ความสามารถและผลงานที่มีคุณค่า

กลยุทธ์ที่ 13

ปรับปรุงระบบและระเบียบการประเมินบุคลากรให้มีความเที่ยงตรงและมีความเชื่อมั่นสูงขึ้น

กลยุทธ์ที่ 14

ร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นให้โอกาสองค์กรส่วนท้องถิ่นเข้ามาร่วมพัฒนามหาวิทยาลัยและปฏิบัติงานตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยร่วมกับท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ร่วมกันสอดส่องดูแลความเสมอภาคในการใช้สิทธิประโยชน์ของประชาชน ร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากร รักษาสิ่งแวดล้อมและทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ 15

ให้โอกาสทางการศึกษาทั้งหลักสูตรระยะสั้นและหลักสูตรระยะยาว ด้วยการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ใช้ระบบสมัครตรงเข้าศึกษาได้ตลอดปี เข้าถึงสื่อการเรียนรู้ทางไกลและทางไกลของสถาบันได้ตลอดเวลา โดยผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ตำราอิเล็กทรอนิกส์ (e - book) สนับสนุนด้านทุนการศึกษาแก่ผู้ที่ยากจน ให้โอกาสในการเทียบโอนประสบการณ์ และเทียบโอนวิชาระหว่างมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ที่ 16

ให้โอกาสในการเลือกเรียนหลักสูตรต่าง ๆ และรายวิชาที่เปิดสอนด้วยระบบเลือกเรียนตามความสมัครใจ (free enrollment)

กลยุทธ์ที่ 17

ขยายพื้นที่บริการการศึกษาลงสู่วิทยาเขต หรือศูนย์บริการการศึกษาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ตามสภาพความต้องการของท้องถิ่น และความพร้อมของมหาวิทยาลัย โดยคำนึงถึงโอกาส ความเสมอภาคทางการศึกษา คุณภาพในการให้บริการการศึกษา และความอยู่รอดเติบโตของมหาวิทยาลัย

**แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ตามแนวคิด
การพัฒนางานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเชิงรุก ปี 2548**

1. จัดทำโครงการความร่วมมือกับสื่อมวลชนทุกแขนง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน นำมหาวิทยาลัยให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
2. จัดตั้งเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และทำหน้าที่ในการติดต่อประสานงานกับสมาชิกเครือข่ายประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชน องค์กรท้องถิ่น หน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ รวมถึงแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
3. จัดทำชุดป้ายนิเทศการรับนักศึกษา ออกแบบกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ
4. จัดทำรายการโทรทัศน์แนะนำจังหวัดอุตรดิตถ์และมหาวิทยาลัยในรูปแบบวีซีดี พร้อมกับคณะต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก
5. จัดทำรายการวิทยุเพื่อการศึกษา เพื่อการเผยแพร่หลักสูตรต่าง ๆ โดยเน้นการรับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยในเชิงรุก
6. เสาะแสวงหาข้อมูล ข่าวสารภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อจัดทำเป็นข่าวในหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ เผยแพร่ให้กับนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัย

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเป้าหมายการผลิตนักเรียนในหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย

หลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย มีหลักการดังนี้

1. เป็นการศึกษาเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะเฉพาะด้านที่สามารถนำไปประกอบอาชีพให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและสังคม
2. เป็นการศึกษาที่สนองการพัฒนาอาชีพในท้องถิ่นหรือการศึกษาต่อ
3. เป็นการศึกษาที่ส่งเสริมการนำกระบวนการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ท้องถิ่น และประเทศชาติ

จุดหมาย

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นการศึกษาที่มุ่งหวังให้ผู้เรียนพัฒนาคุณภาพชีวิตและการศึกษาต่อให้สามารถเลือกแนวทางที่จะทำประโยชน์ให้กับสังคมตามบทบาท

และหน้าที่ในฐานะเป็นพลเมืองดีตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข โดยให้ผู้เรียนได้พัฒนาสังคมด้วยแนวทางและวิธีการใหม่ ๆ และบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม

ในการจัดการศึกษาตามหลักสูตรนี้จะต้องมุ่งปลูกฝังให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะดังนี้

1. มีความรู้และทักษะในวิชาสามัญเฉพาะด้าน
2. มีความรู้เกี่ยวกับวิทยาการและเทคโนโลยีต่าง ๆ
3. สามารถเป็นผู้นำ และเป็นผู้บริการชุมชนเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยทั้งส่วนบุคคลและส่วนรวม
4. สามารถวางแผนแก้ปัญหาในชุมชนของตน
5. มีความภูมิใจในความเป็นไทย เสียสละเพื่อส่วนรวม ให้ความช่วยเหลือผู้อื่นอย่างเท่าเทียมกัน
6. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถนำแนวทางหรือวิธีการใหม่ ๆ ไปใช้ในการพัฒนาชุมชนของตน
7. มีเจตคติที่ดีต่ออาชีพ และเห็นช่องทางประกอบอาชีพ
8. มีนิสัยรักการทำงาน เต็มใจทำงานร่วมกับผู้อื่นและมีทักษะในการจัดการ
9. เข้าใจในสภาพและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทยและในโลก มุ่งมั่นในการพัฒนาประเทศ ตามบทบาท และหน้าที่ของตนตลอดจนอนุรักษ์และเสริมสร้างทรัพยากร ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเป้าหมายการผลิตนักเรียนในหลักสูตรอาชีวศึกษา

ปรัชญากรมอาชีวศึกษา

ทักษะเยี่ยม	มีความรู้ ความสามารถในวิชาชีพที่เรียนมา เป็นเยี่ยม สามารถประกอบอาชีพได้
เยี่ยมคุณธรรม	มีน้ำใจดี น้ำใจงาม มีความละเอียดที่จะกระทำผิด มีความกล้าต่อบาปบุญคุณโทษ
ล้ำเลิศวิชาการ	สามารถสร้างสรรค์ สร้างงานและพัฒนาวิชาชีพแห่งตน
ใช้เวลาให้เกิดคุณค่า	รู้คุณค่าแห่งเวลาเวลาที่ รู้จักศิลปะของการใช้เวลาเวลาที่ให้มีประโยชน์แก่ตนเอง แก่การงานและแก่วิชาชีพของตน

ปรัชญา (vision) วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์

นักศึกษา มีความรู้และทักษะตามมาตรฐานวิชาชีพ มีคุณธรรมจริยธรรม มีจิตสำนึก ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสืบสานวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เลือกลงใช้เทคโนโลยี ได้เหมาะสมและสามารถพึ่งตนเองได้

วิสัยทัศน์การอาชีวศึกษา

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเป็นองค์กรที่มุ่งมั่นในการบริหารจัดการ การอาชีวศึกษาสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยรวมสถานศึกษาขึ้นเป็นสถาบัน การอาชีวศึกษาให้เป็นศูนย์แห่งความสามัคคี ที่จะเกื้อกูลทรัพยากรต่อกัน ให้เกิดความแข็งแกร่ง ในทุกสาขาวิชาชีพ เพื่อสร้างคุณภาพในการผลิตกำลังคนตั้งแต่ระดับกึ่งฝีมือ ระดับ ฝีมือระดับ เทคนิค และระดับเทคโนโลยี ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล สอดคล้อง กับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ความต้องการของตลาดแรงงาน และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

พันธกิจการอาชีวศึกษา

การอาชีวศึกษาเป็นการจัดการศึกษาและฝึกอบรมวิชาชีพ เพื่อผลิตและพัฒนากำลังคน ทั้งในระดับกึ่งฝีมือ ระดับฝีมือ ระดับเทคนิค และระดับเทคโนโลยี ในทุก สาขาวิชาอย่างมีคุณภาพ และมาตรฐาน ให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และความก้าวหน้า ทางด้านเทคโนโลยี สามารถสนองความ ต้องการของตลาดและการประกอบอาชีพอิสระ สรุปพันธกิจ ได้ดังนี้

1. จัดทำหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน
2. จัดการเรียนการสอนอย่างมีคุณภาพได้มาตรฐาน
3. จัดการเรียนการสอน โดยเน้นการฝึกปฏิบัติจริงในสถานศึกษาและในสถาน

ประกอบการ

พันธกิจ (mission) วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์

1. จัดการศึกษาให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา
2. พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะฝีมือตามมาตรฐานวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม ตามความต้องการของตลาดแรงงาน มีความสามารถในการจัดการ และการ แก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบและมีเหตุผล

3. กำกับการใช้ข้อมูล สารสนเทศและเทคโนโลยีให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ และชุมชน
4. ประสานสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อให้บริการทางวิชาการ สืบสานวัฒนธรรม ประเพณี และนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการเรียนการสอน พัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม
5. จัดสภาพแวดล้อมให้ส่งเสริมการเรียนรู้ และพัฒนาจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จุดเน้นการจัดการอาชีวศึกษา 9 ประการ

1. ผู้เรียนอยากเรียนสาขาอะไร ต้องได้เรียนสาขาวิชานั้น
2. ปรับเปลี่ยน ระบบและวิธีการรับนักศึกษาใหม่
3. ประกันคุณภาพ การมีงานทำ
4. เพิ่มประสิทธิภาพการแนะแนวอาชีวศึกษา
5. สร้างงาน สร้างรายได้ ฝึกเป็นเจ้าแก
6. การเทียบโอน ประสบการณ์ ให้ผู้ใช้แรงงานและผู้ประกอบอาชีพ
7. มีช่องทางพิเศษสำหรับผู้เรียนเก่ง (fast track)
8. ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมลงทุน
9. จัดโรงงานให้มีในโรงเรียน จัดโรงเรียนให้มีโรงงาน

แนวทางในการปฏิรูปการอาชีวศึกษาไปสู่ความสำเร็จ

การดำเนินการปฏิรูปการอาชีวศึกษาไปสู่ความสำเร็จได้นั้นจะต้องยึดแนวทางการดำเนินการที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความสอดคล้อง ระหว่างหลักสูตรของสถานศึกษากับความต้องการของบุคคลในชุมชนหรือสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นภายใต้ การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยเน้น การปฏิบัติจริงและปฏิบัติงานในสถานประกอบการ
2. ความร่วมมือ ระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการ ในการพัฒนา ผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถและพัฒนาการทั้งด้านทักษะวิชาชีพและทักษะชีวิตร่วมกันสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้เรียน ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติรวมทั้งมีการเชื่อมโยงและประยุกต์สู่การปฏิบัติจริง กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการเทียบโอนประสบการณ์ของผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ใน

สถานประกอบการกับประสบการณ์การเรียนรู้ การสอนในสถานศึกษา เพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลที่สนใจศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ควบคู่กับการศึกษาไปพร้อม ๆ กัน

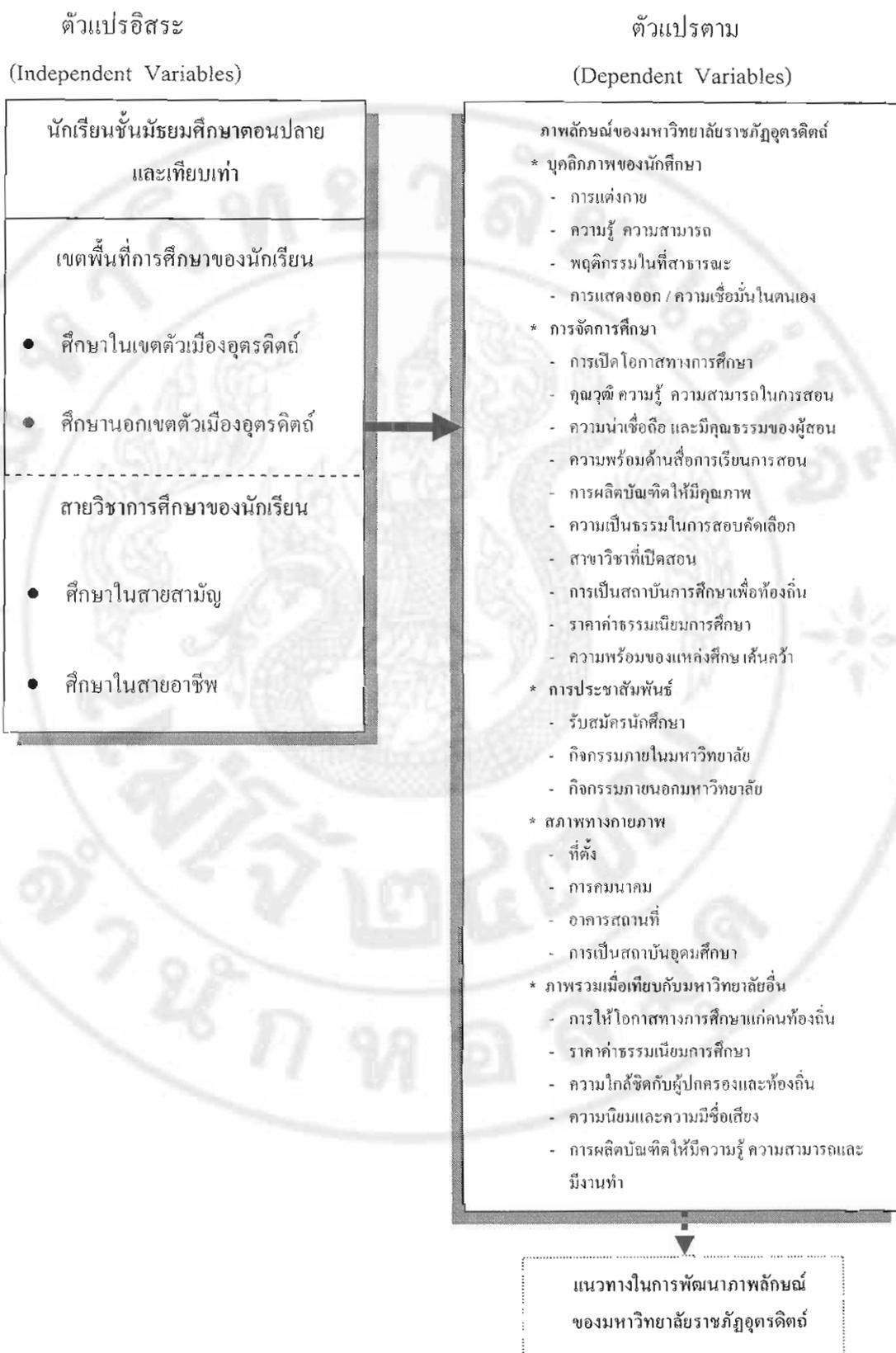
3. คุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษา คุณลักษณะสำคัญของผู้สำเร็จการศึกษาด้านอาชีวศึกษาจะต้องเป็นที่ยอมรับขององค์กร ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการผลผลิตของสถานศึกษา ซึ่งจะมีทั้งหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน คุณลักษณะสำคัญ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไป 3 ประการ คือ

3.1 เป็นคนดีคนเก่งมีความสุข

3.2 เป็นคนคิดเป็นทำเป็นแก้ปัญหาเป็น

3.3 เป็นคนที่สามารถปรับตัวเข้ากับชุมชนหรือสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ โดยเฉพาะความเก่งนั้น จะมีทักษะความชำนาญตามมาตรฐานวิชาชีพ (vocational standard) ของหลักสูตรและสอดคล้องกับมาตรฐานอาชีพ (occupation standard) ที่กำหนด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) และใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ในการดำเนินงานดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1, 2 จำนวน 19 แห่ง สถานศึกษาที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 3 แห่ง และโรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนสายอาชีพ จำนวน 1 แห่ง รวม 23 แห่ง ได้แก่

1. โรงเรียนอุตรดิตถ์
2. โรงเรียนอุตรดิตถ์ครุณี
3. โรงเรียนอุตรดิตถ์วิทยา
4. โรงเรียนทุ่งกะโล่วิทยา
5. โรงเรียนแสนตอวิทยา
6. โรงเรียนวังกะพืดพิทยาคม
7. โรงเรียนน้ำริดวิทยา
8. โรงเรียนตรอนศรีสินธุ์
9. โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ
10. โรงเรียนน้ำป่าดงหนูป่าม้ง
11. โรงเรียนฟากท่าวิทยา
12. โรงเรียนบ้านโคกพิทยาคม
13. โรงเรียนพิชัย
14. โรงเรียนบ้านโคกพิทยา
15. โรงเรียนดาราพิทยาคม
16. โรงเรียนลับแลศรีพิทยา

17. โรงเรียนลับแลพิทยาคม
18. โรงเรียนด่านแม่คำมันพิทยาคม
19. โรงเรียนทองแสนขันวิทยา
20. โรงเรียนอุตรดิตถ์เทคโนโลยี
21. วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์
22. วิทยาลัยสารพัดช่างอุตรดิตถ์
23. วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สายสามัญและสายอาชีพระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุตรดิตถ์ เขต 1, 2 นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในสถานศึกษาที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ และโรงเรียนเอกชน รวมจำนวนทั้งสิ้น 3,791 คน

กลุ่มตัวอย่าง

ได้จากการเปิดตารางสำเร็จรูปสำหรับกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัย (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2545: 134) พบว่า ประชากรจำนวน 3,791 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 10% จะต้องใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 213 คน ($N = 3,791 / n = 213$) เพื่อให้การแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามเขตที่ตั้งของโรงเรียนที่ศึกษาและสายการศึกษาเป็นตัวเลขที่ลงตัว ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 220 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มแบบกลุ่ม (cluster random sampling) ดังนี้

1. แบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่มย่อย โดยแบ่งตามเขตที่ตั้งของสถานศึกษาและสาขาวิชาที่นักเรียนศึกษา คือ
 - 1.1 นักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองสายสามัญ
 - 1.2 นักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองสายอาชีพ
 - 1.3 นักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองสายสามัญ

1.4 นักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองสายอาชีพ

2. จัดให้แต่ละกลุ่มมีขนาดเท่า ๆ กัน เพื่อให้มีความแปรปรวนระหว่างกลุ่มน้อยที่สุด ได้ดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายตามกลุ่มที่แบ่งตามเขตที่ตั้งของสถานศึกษาและสายวิชาการศึกษา

เขตที่ตั้งของ สถานศึกษา	ในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์		นอกเขตตัวเมือง อุตรดิตถ์		รวม	
	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
สายวิชาการศึกษา						
สายสามัญ	875	55	1,296	55	2,171	110
สายอาชีพ	1,546	55	74	55	1,620	110
รวม	2,421	110	1,370	110	3,791	220

3. กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของประชากรแต่ละโรงเรียน ดังตาราง 4

ตาราง 4 จำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่ได้จากการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของประชากรแต่ละโรงเรียน

โรงเรียน / สถานศึกษา	ประชากร		จำนวนที่สุ่มกลุ่มตัวอย่าง	
	สายสามัญ	สายอาชีพ	สายสามัญ	สายอาชีพ
สถานศึกษาในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์				
1. อุตรดิตถ์	422	-	27	-
2. อุตรดิตถ์ครุณี	453	-	28	-
3. วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	-	346	-	12
4. วิทยาลัยสารพัดช่าง อุตรดิตถ์	-	182	-	7
5. วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	-	621	-	22
6. อุตรดิตถ์เทคโนโลยี	-	397	-	14

ตาราง 4 (ต่อ)

โรงเรียน / สถานศึกษา	ประชากร		จำนวนที่สุ่มกลุ่มตัวอย่าง	
	สายสามัญ	สายอาชีพ	สายสามัญ	สายอาชีพ
สถานศึกษานอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์				
1. อุดรดิตถ์วิทยา	92	-	4	-
2. หุ่นกะโล่วิทยา	50	-	2	-
3. แสนตอวิทยา	38	-	2	-
4. วังกะพีพิทยาคม	37	-	2	-
5. ท่าปลาประชาอุทิศ	143	-	6	-
6. น้ำป่าคชานุปลั๊ก	152	38	6	28
7. ฟากท่าวิทยา	125	-	5	-
8. บ้านโคกพิทยาคม	66	-	3	-
9. พิชัย	195	36	8	27
10. บ้านโคกพิทยา	22	-	1	-
11. คาราพิทยาคม	15	-	1	-
12. ลับแลศรีวิทยา	23	-	1	-
13. ลับแลพิทยาคม	81	-	3	-
14. ด่านแม่คำมันพิทยาคม	33	-	1	-
15. ทองแสนจันวิทยา	85	-	4	-

ที่มา : สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดอุตรดิตถ์ เขต 1 และ เขต 2

ฝ่ายทะเบียน : วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ วิทยาลัยสารพัดช่างอุตรดิตถ์

วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์ และ โรงเรียนอุตรดิตถ์เทคโนโลยี

4. ทำการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) เพื่อให้ได้ตัวนักเรียนที่ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการนำรายชื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายแต่ละโรงเรียนมาจับฉลากให้ได้จำนวนตามสัดส่วนที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaires) ซึ่งประกอบด้วย คำถามแบบเลือกตอบ (check list) คำถามแบบประเมินค่า (rating scale) และคำถามแบบปลายเปิด (openedend questions) โดยแบ่งรายละเอียดของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นคำถามแบบเลือกตอบเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ โรงเรียนที่ศึกษา สายวิชาการศึกษา และข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมี เช่น ความสนใจในการสมัครเข้าศึกษาต่อการได้เคยเข้าไปในมหาวิทยาลัย การได้รับข่าวสาร และ ความรู้จักกับบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

เป็นคำถามแบบประเมินค่าเกี่ยวกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ในประเด็นต่อไปนี้

- บุคลิกภาพของนักศึกษา
- การจัดการศึกษา
- การประชาสัมพันธ์
- สภาพทางกายภาพ
- ภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น

การทดสอบเครื่องมือ

เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีความเที่ยงตรง และมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัย ได้หาความเที่ยงตรง (validity) และความน่าเชื่อถือ (reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรง (validity) ผู้วิจัย ได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่ง ได้แก่ อาจารย์ที่เป็นประธานและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษาจำนวน 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 ท่าน เพื่อพิจารณาโครงสร้างของแบบสอบถาม (construct validity) เนื้อหาและความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) ภาษาที่ใช้ (wording) ตลอดจนความตรงต่อวัตถุประสงค์การวิจัย แล้วนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง หรือค่า IOC (IOC : Index of Item-Objective Congruence) ของแต่ละข้อ โดยใช้เกณฑ์ IOC ตั้งแต่ 0.5 เป็นต้นไป (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2536: 177)

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (tryout) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ ปวช. 2 ในจังหวัดอุดรดิตถ์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเชื่อมั่น (reliability) โดยทดลองใช้ 3 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ทดลองใช้แบบเผชิญหน้า (one by one tryout) นักเรียนจำนวน 3 คน โดยให้นักเรียนตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยซักถามความเข้าใจในคำถามแต่ละข้อ พบว่านักเรียนทั้ง 3 คนไม่เข้าใจบางคำที่ใช้ในข้อคำถาม จึงนำไปปรับเปลี่ยนการใช้ภาษาใหม่อีกครั้งเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น

2.2 นำไปทดลองใช้กับกลุ่มย่อย (small group tryout) นักเรียนจำนวน 6 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจที่ตรงกันของผู้ตอบแบบสอบถามอีกครั้ง พบว่านักเรียนทั้ง 6 คนมีความเข้าใจที่ตรงกัน

2.3 นำไปทดลองใช้กับกลุ่มใหญ่ (large group tryout) จำนวน 40 คน แล้วนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามชุดนี้ เท่ากับ 0.92

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม (field data collection) โดยมีขั้นตอนดำเนินงานดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือถึงผู้อำนวยการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุดรดิตถ์ เขต 1, 2 สถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในจังหวัดอุดรดิตถ์ และโรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนสายวิชาชีพ ที่กลุ่มตัวอย่างศึกษาอยู่ เพื่อขอความร่วมมือและขออนุญาตเก็บข้อมูล ซึ่งออกโดยมหาวิทยาลัยแม่โจ้

2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และให้นักศึกษาโปรแกรมวิชานิติศาสตร์ ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ที่ผ่านการเรียนในรายวิชา การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์มาแล้ว จำนวน 20 คน เป็นผู้ช่วยวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยจะ

ฝึกอบรมเบื้องต้นเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการในการเก็บข้อมูลอย่างละเอียดแก่ผู้ช่วยวิจัยเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล

3. ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยออกเก็บข้อมูล โดยถือหนังสือนำไปยังโรงเรียน/สถานศึกษาเพื่อนำชุดแบบสอบถามไปแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่าง ตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีการสุ่มไว้และรอรับแบบสอบถามนั้นกลับคืนทันที เวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม ถึง 31 ตุลาคม 2547 รวมเป็นเวลา 1 เดือน

4. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แปรผล สรุปผล และรายงานการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประเมินผลและวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (frequency distribution) และหาค่าร้อยละ (percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยการหาค่าเฉลี่ย (mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

3. เปรียบเทียบภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตพื้นที่และสายวิชาการศึกษาที่แตกต่างกัน โดยใช้ t – test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระจากกัน

4. รวบรวมความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ โดยจัดหมวดหมู่และเขียนในรูปของการบรรยาย

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในด้านต่าง ๆ ใช้วิธีการให้คะแนนรวมของ Likert Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 167) แบ่งคะแนนภาพลักษณ์เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีมาก	5	คะแนน
ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี	4	คะแนน
ภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง	3	คะแนน

ภาพลักษณ์อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี	2	คะแนน
ภาพลักษณ์อยู่ในระดับไม่ดี	1	คะแนน

ส่วนเกณฑ์การวัดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์มาตรฐานพิจารณาเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยที่คำนวณโดย (วีรยา ภัทรอาชาชัย, 2539: 355) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	4.51 - 5.00	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดีมาก
คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	3.51 - 4.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดี
คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	2.51 - 3.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.51 - 2.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ค่อนข้างไม่ดี
คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.00 - 1.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ไม่ดี

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ มีระยะเวลาในการดำเนินงานประมาณ 2 ปี 10 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2546 ถึง เดือนพฤษภาคม 2549 มีรายละเอียดดังนี้

1. จัดทำโครงร่างการวิจัย	กรกฎาคม	2546
2. เสนอโครงร่างต่ออาจารย์ที่ปรึกษา	กันยายน	2546
3. เสนอโครงร่างต่อบัณฑิต	ตุลาคม	2546
4. สร้างเครื่องมือและทดสอบเครื่องมือ	มกราคม	2547
5. เก็บรวบรวมข้อมูล	ตุลาคม	2547
6. วิเคราะห์ข้อมูล	พฤศจิกายน	2547
7. เขียนรายงาน - จัดพิมพ์รูปเล่ม	มกราคม	2548
8. ส่งอาจารย์ที่ปรึกษาและบัณฑิตวิทยาลัย	พฤษภาคม	2549

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย” ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 220 คน ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามเขตพื้นที่ของสถานการศึกษาและสายวิชาที่นักเรียนเรียน

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตพื้นที่ต่างกัน และเรียนในสายวิชาที่ต่างกัน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ตาราง 5)

1.1 เพศ

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นเพศหญิงจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 78.60 และเพศชาย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 21.40

1.2 เขตพื้นที่ของสถานการศึกษา

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ศึกษาในสถานการศึกษาที่อยู่ในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ อย่างละเท่า ๆ กัน

1.3 สายวิชาการศึกษา

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ศึกษาในสายสามัญ และสายอาชีพอย่างละเท่า ๆ กัน

1.4 ความสนใจที่จะสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สนใจที่จะสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 72.30 และไม่สนใจสมัครเข้าศึกษาต่อจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 27.70

1.5 การได้มีโอกาสเข้าไปในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เคยมีโอกาสเข้าไปในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 และไม่เคยมีโอกาสเข้าไปในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

1.6 การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 84.10 และไม่เคยได้รับข่าวสาร จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.90

1.7 ความรู้จักกับบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่รู้จักกับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 78.60 และไม่รู้จัก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 21.40

สรุป

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษายู่สถาบันการศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ ตลอดจนเป็นผู้ที่เรียนในสายสามัญและสายอาชีพ อย่างละเท่า ๆ กัน นอกจากนี้ นักเรียนส่วนใหญ่สนใจจะสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ คิดเป็นร้อยละ 72.30 เคยมีโอกาสเข้าไปในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 90 เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 84.10 และเป็นผู้ที่รู้จักกับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 78.60

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดอุดรดิตถ์ส่วนใหญ่สนใจจะสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์นั้น อาจเป็นเพราะนักเรียนมีความใกล้ชิด ผูกพันกับท้องถิ่น เคยมีโอกาสเข้าไปเยี่ยมชมในมหาวิทยาลัย ได้รับข่าวสารของมหาวิทยาลัยบ่อยครั้ง ตลอดจนอาจมองเห็นว่ามีบุคคลในครอบครัวหรือในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่นิยมเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์กันมาก จึงทำให้มองว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมจะเข้าศึกษาต่อและมีความเหมาะสมกับฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว

นอกจากนี้ ยังพบว่านักเรียนส่วนใหญ่เคยมีโอกาสเข้าไปในมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เป็นเพราะว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์มีที่ตั้งอยู่ในเขตตัวเมือง ซึ่งมีความสะดวกในการเดินทาง ประกอบกับการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัย และการเปิดให้บุคคลภายนอกได้เข้ามาใช้บริการ หลายๆ ด้านของมหาวิทยาลัย อาทิ สนามกีฬา สระว่ายน้ำ ศูนย์อาหาร สำนักวิทยบริการ ฯลฯ จึงทำให้เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้มีโอกาสเข้าไปใช้บริการด้วย

สำหรับเรื่องที่พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสารของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนต้องการเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ และใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการสมัครเข้าศึกษาต่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs and Becker (สมัยศึกษาต้นศตวรรษ, 2541: 13) ที่กล่าวว่า บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ เพื่อการพูดคุยสนทนา และ เพื่อต้องการมีส่วนร่วม

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

(n = 220)		
ข้อมูลพื้นฐานของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	47	21.40
หญิง	173	78.60
เขตที่ตั้งของสถาบันการศึกษา		
ในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์	110	50.00
นอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์	110	50.00
สายวิชาการศึกษา		
สายสามัญ (ม.6)	110	50.00
สายอาชีพ (ปวช.3)	110	50.00

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	จำนวน	ร้อยละ
ความสนใจที่จะสมัครเข้าศึกษาต่อใน		
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์		
สนใจ	159	72.30
ไม่สนใจ	61	27.70
การได้มีโอกาสเข้าไปในมหาวิทยาลัย		
ราชภัฏอุดรดิตถ์		
เคย	198	90.00
ไม่เคย	22	10.00
การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย		
ราชภัฏอุดรดิตถ์		
เคย	185	84.10
ไม่เคย	35	15.90
ความรู้จักกับบุคลากรในมหาวิทยาลัย		
ราชภัฏอุดรดิตถ์		
รู้จัก	173	78.60
ไม่รู้จัก	47	21.40

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามเขตพื้นที่ของสถาบันการศึกษาและสายวิชาที่นักเรียนเรียน

จำแนกตามเขตพื้นที่ของสถาบันการศึกษา

2.1 ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา (ตาราง 6)

ในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.59$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ เรื่องการกล้าแสดงออกและความ

เชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.78$) และการแต่งกายของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.50$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.05$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

นอกเขตตัวเมืองอุดรดิตต์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านบุคลิกภาพในทรรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.79$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การกล้าแสดงออก และความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.96$) และการแต่งกายของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.31$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.2 ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา (ตาราง 7)

ในเขตตัวเมืองอุดรดิตต์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านการจัดการศึกษาในทรรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.93$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.28$) รองลงมาคือ ความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.20$) ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.17$) การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.12$) การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.02$) ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 3.97$) ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 3.96$) ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.89$) ความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.88$) การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงานของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.76$) ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.75$) การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.74$) และ การเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.61$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

นอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการจัดการศึกษาในทัศนระของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.08$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมา คือ ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.20$) ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.19$) ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.18$) ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.12$) ความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.11$) ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.10$) การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.10$) การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงานของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.07$) การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.06$) ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.02$) การเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.00$) และความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.93$) ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.80$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.3 ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ (ตาราง 8)

ในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในทัศนระของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.60$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.60$) ส่วนเรื่อง การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.53$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

นอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในทัศนระของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.83$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.89$) ส่วนเรื่อง

การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.86$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.4 ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ (ตาราง 9)

ในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านสถานภาพทางกายภาพในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.99$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมา คือ ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ ($\bar{X} = 4.00$) และ ความเหมาะสมในการเป็นสถานการศึกษาระดับอุดมศึกษา ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ ส่วนเรื่อง ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง ($\bar{X} = 3.95$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

นอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านสถานภาพทางกายภาพในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.11$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการเป็นสถานการศึกษาระดับอุดมศึกษา ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา คือ ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง ($\bar{X} = 4.11$) และความพร้อมด้านอาคารสถานที่ ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ ($\bar{X} = 4.07$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.5 ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ตาราง 10)

ในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.80$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การให้ออกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมา คือ การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ ($\bar{X} = 3.80$) การทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.78$) และราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องความนิยมและความมีชื่อเสียงทั่วไป ($\bar{X} = 3.64$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

นอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.99$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมา คือ การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ ($\bar{X} = 4.09$) ความนิยมและความมีชื่อเสียงทั่วไป ($\bar{X} = 4.04$) และราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.82$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.6 ภาพลักษณ์แต่ละด้านโดยรวม (ตาราง 11)

ในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.84$) ด้านที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ด้านสถานภาพทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาคือ ด้านการจัดการศึกษา ($\bar{X} = 3.93$) ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.80$) และด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ ส่วนด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.59$) เป็นด้านที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

นอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.00$) ด้านที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ด้านสถานภาพทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา คือ ด้านการจัดการศึกษา ($\bar{X} = 4.08$) ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.99$) และด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ ส่วนด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.79$) เป็นด้านที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

สรุป

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามเขตพื้นที่การศึกษา

ในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) โดยมีภาพลักษณ์แต่ละด้าน อยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

1.1 ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรกคือ ก) ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ รองลงมาคือ ข) ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ และ ค) ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ตามลำดับ ส่วนเรื่องความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้งของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

1.2 ด้านการจัดการศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรกคือ ก) ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน รองลงมาคือ ข) ความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน และ ค) ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ตามลำดับ ส่วนเรื่อง ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

1.3 ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา รองลงมา คือ ข) การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ และ ค) การทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น ตามลำดับ ส่วนเรื่อง ความนิยมและความมีชื่อเสียงทั่วไปของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา รองลงมาคือ ข) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ส่วนเรื่อง การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

1.5 ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การกล้าแสดงออก และความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา รองลงมาคือ ข) ความรู้ความสามารถของนักศึกษา และ ค) การแต่งกายของนักศึกษา ตามลำดับ ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

นอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

2. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00) โดยมีภาพลักษณ์แต่ละด้าน อยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

2.1 ด้านสถานภาพทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา รองลงมา คือ ข) ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้งและ ค) ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ ตามลำดับ ส่วนเรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.2 ด้านการจัดการศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย รองลงมา คือ ข) ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน และ ค) ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ส่วนเรื่อง ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.3 ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา รองลงมา คือ ข) การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ และ ค) ความนิยมและความมีชื่อเสียงทั่วไป ตามลำดับ ส่วนเรื่องการทำให้อาจารย์มีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา รองลงมา คือ ข) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ส่วนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.5 ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การกล้าแสดงออก และความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา รองลงมาคือ ข) ความรู้ความสามารถของนักศึกษา และ ค) การแต่งกายของนักศึกษา ตามลำดับ ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษาเป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

วิจารณ์ผลการวิจัย

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

จากผลการวิจัย ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ พบว่า อยู่ในระดับดี โดย

ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ พบว่า เรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ เป็นเรื่องที่มีมองว่าดีเป็นลำดับแรก ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยอยู่ในเขตตัวเมือง ซึ่งการคมนาคมค่อนข้างสะดวก และมีรถจักรยานยนต์ใช้ส่วนตัว ประกอบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ตั้งอยู่ใจกลางเมือง จึงทำให้นักเรียนมองว่าการเดินทางไปติดต่อมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่ไม่ยาก และสะดวก รวดเร็ว

ส่วนเรื่องความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้งของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีมองว่าดีเป็นอันดับสุดท้าย อาจเป็นไปได้ว่านักเรียนกลุ่มนี้เห็นว่าการที่มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ตั้งอยู่บริเวณที่ใกล้กับสถาบันการศึกษา องค์กร หรือหน่วยงาน ราชการอื่น ๆ ทำให้ดูแออัด มีพื้นที่คับแคบ และขาดทัศนียภาพที่สวยงาม จึงทำให้มองเรื่องนี้ดีเป็นอันดับสุดท้าย

ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา พบว่า เรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา เป็นเรื่องที่มีมองว่าดีเป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนได้รับรู้ข่าวสารจากสื่อหรือคนทั่วไปพูดถึงราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยว่ามีการปรับสูงขึ้นจากเดิม หรือนักเรียนอาจมีญาติพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ และได้รับผลกระทบต่อรายจ่ายภายในครอบครัวของนักเรียนที่เพิ่มขึ้น

ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ พบว่า เรื่องการให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา เป็นเรื่องที่มีมองว่าดีเป็นอันดับแรก ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนเห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่อยู่ในท้องถิ่น ซึ่งผู้เรียนส่วนใหญ่เป็นคนในจังหวัด นอกจากนี้การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากจากสื่อมวลชนในจังหวัด หรือผ่านพบแนะนำการสมัครและสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยว่าอยู่ในช่วงท้ายของการสอบเข้าในมหาวิทยาลัยอื่น จึงทำให้นักเรียนรู้สึกว่าการที่มหาวิทยาลัยให้โอกาสกับนักเรียน นักศึกษาที่พลาดโอกาสจากการสอบเข้าในมหาวิทยาลัยอื่น

ส่วนเรื่องความนิยมและความมีชื่อเสียง โดยทั่วไปเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เป็นเรื่องที่มีมองว่าดีเป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนในเขตตัวเมืองส่วนใหญ่มีโอกาสหรือประสบการณ์ในการไปเยี่ยมชมมหาวิทยาลัยอื่นในต่างจังหวัดมากขึ้น นอกจากนี้อาจเห็นว่ารุ่นพี่ที่จบศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยชื่อดังต่างจังหวัดกันมาก และจากกระแสความนิยมเรื่อง

การศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยชื่อดังของคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งถูกนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์อยู่บ่อย ๆ จึงทำให้นักเรียนมองเห็นว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในเรื่องนี้ดีเป็นอันดับสุดท้าย

ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า เรื่องการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนในเขตตัวเมืองมีโอกาสดูเห็นการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เกี่ยวกับการรับสมัครนักเรียน นักศึกษาเข้าศึกษาต่อจากสื่อต่าง ๆ อยู่เป็นประจำ อาทิ โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายคัดเอาท์ ป้ายประกาศข่าวสาร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สถานีวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่น สื่อกิจกรรม ตลอดจนสื่อบุคคลซึ่งอาจเป็นผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา ที่ทำหน้าที่แนะแนวหรือประชาสัมพันธ์ให้กับมหาวิทยาลัย ในลักษณะของการออกไปรับสมัครในโรงเรียนต่าง ๆ ทำให้นักเรียนกลุ่มนี้มองว่า ภาพลักษณ์เรื่องการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ดีเป็นอันดับแรก

ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้เป็นเพราะกิจกรรมภายนอกของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มักจะกระทำร่วมกับจังหวัด องค์กร หรือ หน่วยงาน อื่น ๆ การประชาสัมพันธ์จึงเป็นภาพรวมของงานหรือกิจกรรมนั้น ๆ มากกว่า

ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา พบว่า เรื่องการแต่งกายและพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์อยู่ในลำดับสุดท้าย ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของคณะกรรมการศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ (2542: 25) ที่พบว่าภาพลักษณ์ในเรื่องการแต่งกายของนักศึกษาอยู่ในระดับดี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ในปี 2542 ใช้นักศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นบุคลากรภายในและมีความใกล้ชิด ความเป็นพวกพ้องมากกว่า การมองเรื่องการแต่งกายและพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยด้วยตนเอง จึงอยู่ในระดับดี ส่วนการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในปัจจุบัน ใช้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่าที่ศึกษาในเขตตัวเมือง ซึ่งถือเป็นบุคคลภายนอกและอาจมีมุมมองที่แตกต่างกันออกไป เมื่อมีโอกาสได้พบเห็นการแต่งกายหรือพฤติกรรมในที่สาธารณะนักศึกษาทั้งในแงุ่มุมที่ดีหรือไม่ดีก็ตาม การรับรู้และตีความหมายของแต่ละคนแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับค่านิยมทางสังคมที่นักเรียนอาศัยอยู่หรือแบบอย่างที่ได้รับจากครอบครัว หรือในลักษณะอื่น ๆ ดังนั้นภาพลักษณ์ในเรื่องนี้จึงอยู่ในลำดับสุดท้าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Rensis Likert (1975 อ้างใน สมัยศึกษา ทัศนคติ, 2541: 19) ที่กล่าวว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ รับรู้ จากแหล่งทัศนคติต่าง ๆ

เช่น ประสบการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง และความเกี่ยวข้องกับสถาบัน

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

จากผลการวิจัย ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ พบว่า อยู่ในระดับดี โดย

ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ พบว่า เรื่องความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองส่วนใหญ่ มีสภาพการดำรงชีวิตที่เรียบง่าย อยู่กับธรรมชาติ และอาจมีโอกาเข้าไปเยี่ยมชมมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในต่างจังหวัดน้อย นอกจากนี้ การได้เคยเข้าไปเยี่ยมชม หรือทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ของนักเรียน ทำให้นักเรียนมองเห็นสภาพอาคารสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการศึกษา บริเวณพื้นที่ ความร่มรื่น และความสะดวกสบายในการเดินทาง จนเกิดเป็นความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ รัตนาวดี สิริทองถาวร (2546: 155) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดจากความประทับใจซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนได้รับ และสิ่งเหล่านี้จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจเป็นความประทับใจในทางที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำของหน่วยงาน

ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา พบว่า เรื่อง การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนนอกเขตตัวเมืองอาจสังเกตเห็นว่า รุ่นพี่หรือบุคคลอื่น ๆ ที่นักเรียนรู้จัก หรือหลาย ๆ ครอบครัวที่มีลูกหลาน ซึ่งพลาดโอกาสในการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะนิยมให้เลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ดังนั้นนักเรียนจึงเกิดการรับรู้และอาจมองว่ากลายเป็นค่านิยมในสังคมชนบท ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rensis Likert (1975 อ้างใน สมัยศึกษ ฤกษ์สอน, 2541: 19) ที่กล่าวว่า การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบหรือแสดงออกในการชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามพ่อแม่

ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ พบว่า เรื่องการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น เป็นภาพลักษณ์ที่ดีเป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนนอกเขตตัวเมืองอาจสังเกตเห็นว่า การศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ซึ่งอยู่ในเขตตัวเมือง ก็จำเป็นต้องใช้เวลาในการเดินทางมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตอำเภอรอบนอก ทำให้

เวลาในการอยู่กับครอบครัวลดลง หรือพบว่าการเข้ามาศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาทำให้มีกิจกรรมที่ต้องเข้าร่วมอยู่บ่อย ๆ บางครั้งอาจไม่ได้กลับบ้าน หรืออาจต้องหาห้องพักอยู่เพื่อความสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จึงทำให้หันมองว่าการศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ไม่ทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่นมากไปกว่ามหาวิทยาลัยอื่น ๆ

ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า เรื่องการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนนอกเขตตัวเมืองมีการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยจากสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชนในท้องถิ่น จึงทำให้มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยมากขึ้น ประกอบกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ได้จัดบุคลากรออกประชาสัมพันธ์ให้บริการเรื่องการแนะแนวทางการศึกษาต่อและรับสมัครตรงไปยังโรงเรียนต่าง ๆ ที่อยู่รอบนอกมากขึ้น ทำให้นักเรียนมีความรู้สึกว่าได้ได้รับความสะดวกที่ไม่ต้องเดินทางไปสมัครด้วยตนเอง จึงมองภาพลักษณ์ในเรื่องนี้ว่าดีเป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers and Shomager (no date, cited in Klapper, 1960: 125) ที่กล่าวว่ากรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไป ควรจะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจขึ้น

ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา พบว่า เรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์เป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าโดยปกตินักเรียนนอกเขตตัวเมืองมักจะมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย มีภาระที่ต้องช่วยเหลือครอบครัว โอกาสในการออกไปไหนมาไหนหรือการเข้าไปในเมืองค่อนข้างมีน้อย จึงทำให้ไม่สามารถมองเห็นพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในที่สาธารณะได้อย่างชัดเจน การมองภาพลักษณ์ในเรื่องนี้จึงอยู่ในลำดับสุดท้าย

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษา
ในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขตเขตตัวเมือง			ศึกษานอกเขตตัวเมือง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา						
1. ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ด้านการกล้าแสดงออก และความเชื่อมั่นใน ตนเอง	4.01	0.72	ดี	4.12	0.70	ดี
2. ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ด้านความรู้ ความสามารถ	3.78	0.72	ดี	3.96	0.67	ดี
3. ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ด้านการแต่งกาย	3.50	0.72	ปานกลาง	3.77	0.67	ดี
4. ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ด้านพฤติกรรมในที่ สาธารณะ	3.05	0.82	ปานกลาง	3.31	0.71	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.59	0.49	ดี	3.79	0.47	ดี

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้าน
การจัดการศึกษาในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมือง
และนอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขตเขตตัวเมือง			ศึกษานอกเขตตัวเมือง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการจัดการศึกษา						
1. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ ผู้สอนด้านความเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิ	4.28	0.65	ดี	4.20	0.62	ดี

ตาราง 7 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขตเขตตัวเมือง			ศึกษานอกเขตตัวเมือง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการจัดการศึกษา						
2. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นครูและความสามารถในการสอน	4.20	0.63	ดี	4.12	0.67	ดี
3. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นผู้รู้	4.17	0.67	ดี	4.18	0.70	ดี
4. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในการให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น	4.12	0.74	ดี	4.21	0.69	ดี
5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น	4.02	0.74	ดี	4.06	0.63	ดี
6. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความน่าเชื่อถือ	3.97	0.65	ดี	4.10	0.63	ดี
7. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม	3.96	0.61	ดี	4.02	0.70	ดี
8. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน	3.89	0.79	ดี	4.19	0.65	ดี

ตาราง 7 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขตเขตตัวเมือง			ศึกษานอกเขตตัวเมือง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการจัดการศึกษา						
9. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาอันคว่าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย	3.88	0.78	ดี	4.11	0.64	ดี
10. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน	3.76	0.64	ดี	4.07	0.70	ดี
11. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา	3.75	0.63	ดี	3.93	0.70	ดี
12. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการ	3.74	0.80	ดี	4.10	0.69	ดี
13. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการ	3.72	0.78	ดี	4.00	0.74	ดี

ตาราง 7 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขตเขตตัวเมือง			ศึกษานอกเขตตัวเมือง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการจัดการศึกษา						
14. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา	3.61	0.69	ดี	3.80	0.72	ดี
เฉลี่ย	3.93	0.39	ดี	4.08	0.41	ดี

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขตเขตตัวเมือง			ศึกษานอกเขตตัวเมือง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการประชาสัมพันธ์						
1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา	3.68	0.81	ดี	3.89	0.81	ดี
2. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย	3.60	0.76	ดี	3.86	0.71	ดี
3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย	3.53	0.79	ดี	3.86	0.71	ดี
เฉลี่ย	3.60	0.66	ดี	3.83	0.61	ดี

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านสถานภาพทางกายภาพในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขตตัวเมือง			ศึกษานอกเขตตัวเมือง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสถานภาพทางกายภาพ						
1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ	4.03	0.66	ดี	4.07	0.70	ดี
2. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความพร้อมด้านอาคารสถานที่	4.00	0.66	ดี	4.09	0.67	ดี
3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา	3.97	0.72	ดี	4.18	0.66	ดี
4. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง	3.95	0.72	ดี	4.11	0.70	ดี
เฉลี่ย	3.99	0.51	ดี	4.11	0.50	ดี

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขตตัวเมือง			ศึกษานอกเขตตัวเมือง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ						
1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา	4.10	0.63	ดี	4.15	0.67	ดี
2. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถ และมีงานทำ	3.80	0.851	ดี	4.09	0.784	ดี
3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านที่ทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น	3.78	0.79	ดี	3.82	0.63	ดี
4. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา	3.67	0.70	ดี	3.85	0.63	ดี
5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไป	3.64	0.80	ดี	4.04	0.65	ดี
เฉลี่ย	3.80	0.53	ดี	3.99	0.46	ดี

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในแต่ละด้านในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขตตัวเมือง			ศึกษานอกเขตตัวเมือง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านสถานภาพทางกายภาพ	3.99	0.51	ดี	4.11	0.50	ดี
2. ด้านการจัดการศึกษา	3.93	0.39	ดี	4.08	0.41	ดี
3. ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ	3.80	0.53	ดี	3.99	0.46	ดี
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.60	0.66	ดี	3.83	0.61	ดี
5. ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา	3.59	0.49	ดี	3.79	0.47	ดี
เฉลี่ย	3.84	0.36	ดี	4.00	0.38	ดี

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามสายวิชาที่ศึกษา

2.1 ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา (ตาราง 12)

สายสามัญ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.70$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การกล้าแสดงออก และความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมา คือ ความรู้ความสามารถของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.84$) และเรื่องการแต่งกายของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.27$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

สายอาชีพ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายอาชีพ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.67$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นใน

ตนเอง ($\bar{X} = 4.21$) ความรู้ความสามารถของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.90$) และการแต่งกายของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.49$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.10$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.2 ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา (ตาราง 13)

สายสามัญ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการจัดการศึกษาในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.98$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรกคือ ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมา คือ การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.22$) ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.11$) ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ ($\bar{X} = 4.10$) การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.07$) ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.05$) ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 3.99$) ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.95$) ความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.92$) ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.87$) การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.82$) การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงานของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.81$) และการเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.78$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

สายอาชีพ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการจัดการศึกษาในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายอาชีพ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.03$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรกคือ ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมา คือ ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.23$) ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.23$) ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.12$) การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.11$) ความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.07$) ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.01$) การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.01$) การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงานของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.01$) การเป็น

สถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.01$) ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 4.00$) การเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.92$) และความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.63$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.3 ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ (ตาราง 14)

สายสามัญ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.72$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.71$) ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.63$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

สายอาชีพ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายอาชีพ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.71$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.75$) ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.63$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.4 ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ (ตาราง 15)

สายสามัญ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านสถานภาพทางกายภาพในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.00$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรกคือ ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา คือ ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง ($\bar{X} = 4.01$) และความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องความพร้อมด้านอาคารสถานที่ ($\bar{X} = 3.95$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

สายอาชีพ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายอาชีพ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.10$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมา คือ ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ ($\bar{X} = 4.13$) และความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ ($\bar{X} = 4.03$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.5 ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ตาราง 16)

สายสามัญ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.89$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมา คือ การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ ($\bar{X} = 3.84$) ความนิยมและควมมีชื่อเสียงทั่วไป ($\bar{X} = 3.83$) และราคาค่าธรรมเนียการศึกษา ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.81$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

สายอาชีพ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายอาชีพ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.90$) เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมา คือ การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ ($\bar{X} = 4.05$) ความนิยมและควมมีชื่อเสียงทั่วไป ($\bar{X} = 3.85$) และการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียการศึกษา ($\bar{X} = 3.70$) เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

2.6 ภาพลักษณ์โดยรวม (ตาราง 17)

สายสามัญ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.91$) โดยภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.00$) เป็นด้านที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ด้านการจัดการศึกษา ($\bar{X} = 3.98$) ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.89$) และด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ ส่วนด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.70$) เป็นด้านที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

สายอาชีพ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายอาชีพ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.94$) โดยภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.10$) เป็นด้านที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ด้านการจัดการศึกษา ($\bar{X} = 4.03$) ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.90$) และด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ ส่วนด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.67$) เป็นด้านที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

สรุป

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (จำแนกตามสายวิชาที่ศึกษา)

สายสามัญ

5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91) โดยมีภาพลักษณ์แต่ละด้าน อยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

5.1 ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ รองลงมา คือ ข) ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง และ ค) ความเหมาะสมในการเป็นสถานบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ตามลำดับ ส่วนเรื่องความพร้อมด้านอาคารสถานที่ เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

5.2 ด้านการจัดการศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน รองลงมา คือ ข) การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย และ ค) ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ตามลำดับ ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

5.3 ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา รองลงมา คือ ข) การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ และ ค) ความนิยมและชื่อเสียงทั่วไป ตามลำดับ ส่วนเรื่องการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

5.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา รองลงมา คือ ข) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

5.5 ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา รองลงมา คือ ข) ความรู้ความสามารถของนักศึกษา และ ค) การแต่งกายของนักศึกษา ตามลำดับ ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

สายอาชีพ

6. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายอาชีพ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) โดยมีภาพลักษณ์แต่ละด้าน อยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

6.1 ด้านสถานภาพทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา รองลงมา คือ ข) ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ และ ค) ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง ตามลำดับ ส่วนเรื่อง ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

6.2 ด้านการจัดการศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน รองลงมา คือ ข) ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน และ ค) ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน ตามลำดับ ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

6.3 ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา รองลงมา คือ ข) การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ และ ค) ความนิยมและควมมีชื่อเสียงทั่วไป ตามลำดับ ส่วนเรื่อง ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

6.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา รองลงมาคือ ข) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ส่วนเรื่อง การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

6.5 ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67)

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับแรก คือ ก) การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเอง รองลงมาคือ ข) ความรู้ความสามารถของนักศึกษา และ ค) การแต่งกายของนักศึกษา ตามลำดับ ส่วนเรื่อง พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นลำดับสุดท้าย

วิจารณ์ผลการวิจัย

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญ

ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ พบว่า เรื่อง ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีในอันดับแรก ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนในสายสามัญ ส่วนใหญ่จะศึกษาในโรงเรียนประจำจังหวัด ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ตลอดจนในปัจจุบันมีรถโดยสารประจำทางผ่านเส้นทางด้านหน้าและด้านข้างของมหาวิทยาลัยเป็นประจำ จึงทำให้สามารถเดินทางไปมาติดต่อได้สะดวก

ส่วนเรื่องความพร้อมด้านอาคารสถานที่ เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีในอันดับสุดท้าย ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนในสายสามัญอาจเคยเข้าไปเยี่ยมชม หรือ ได้เห็นภาพอาคารสถานที่

และบรรยากาศของมหาวิทยาลัยอื่น ๆ จากสื่อต่าง ๆ จึงทำให้เกิดเป็นความประทับใจและจดจำภาพลักษณ์นั้นมาเป็นมาตรฐาน ซึ่งเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์แล้ว อาจมองว่ามีความแตกต่างกันอยู่มาก ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในด้านอาคารสถานที่จึงมีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับสุดท้าย

ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา พบว่า ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนได้รับข้อมูลจากญาติพี่น้องที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ หรือ ได้เห็นจากสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการคัดเลือกบุคลากรผู้สอนของมหาวิทยาลัย มีการกำหนดคุณวุฒิและคุณสมบัติไว้ ทั้งจากสื่อวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่น สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ทำให้มองเห็นว่าอาจารย์ผู้สอนของมหาวิทยาลัยจะต้องเป็นบุคคลที่มีคุณวุฒิตรงตามที่มหาวิทยาลัยต้องการ ประกอบกับหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย มีการปลูกฝังให้ผู้เรียนมีความเข้าใจสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย และโลก เป็นผลทำให้นักเรียนส่วนใหญ่ยอมรับว่า มหาวิทยาลัยทุกแห่งย่อมคัดเลือกอาจารย์ผู้สอนที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้การจัดการศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ พบว่าเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้เป็นเพราะว่าค่าใช้จ่ายสำหรับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยใด ก็ต้องเสียค่าธรรมเนียมการศึกษาสูงกว่าในระดับมัธยมศึกษา ดังนั้นนักเรียนจึงมองภาพลักษณ์ในเรื่องนี้เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ดีเป็นอันดับสุดท้าย

ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า เรื่องการประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนในสายสามัญส่วนใหญ่เคยได้เข้าร่วมรับฟังการแนะแนวและเห็นการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยที่ค่อนข้างมีความตื่นตัวใช้ทั้งสื่อแผ่นพับ ไปสเตอร์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคลที่เข้าไปทำการประชาสัมพันธ์และให้บริการรับสมัครผู้ที่สนใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยถึงสถาบันการศึกษา

ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา พบว่า เรื่องความกล้าในการแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนในสายสามัญส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมทำกิจกรรมกับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยหรืออาจได้พบเห็นการทำกิจกรรมของนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยอยู่บ่อยครั้ง ทั้งในเชิงวิชาการ กีฬา และกิจกรรมเพื่อสาธารณะ ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นนี้กลุ่มนักศึกษาจะเป็นผู้ดำเนินการเอง ทั้งบทบาทการเป็นพิธีกร ผู้นำนันทนาการ ผู้สาธิต แนะนำ รวมถึงการเป็นนักแสดงในชุดการ

แสดงต่าง ๆ ทำให้กลุ่มนักเรียนมองเห็นว่า นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นบุคคลที่กล้าแสดงออกและมีความมั่นใจในตนเอง

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายอาชีพ

ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ พบว่า เรื่องความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นเพียงสถาบันการศึกษาแห่งเดียวในจังหวัดอุดรดิตถ์ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท จึงทำให้นักเรียนในสายอาชีพมองว่ามหาวิทยาลัยมีความพร้อมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของท้องถิ่น

ส่วนเรื่องความสะดวกในการคมนาคม เป็นเรื่องที่มองว่ามีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้เป็นเพราะ โรงเรียนของนักเรียนในสายอาชีพส่วนใหญ่ ตั้งอยู่ในบริเวณที่ค่อนข้างห่างไกลจากเส้นทางเดินรถโดยสารประจำทาง จึงทำให้ความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ลดน้อยลง

ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา พบว่า เรื่องคุณภาพของอาจารย์ผู้สอน เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนในสายอาชีพสังเกตเห็นว่าบุคลากรที่เป็นอาจารย์ผู้สอนในโรงเรียนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนปริญญาโทหรือปริญญาเอกเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์แล้วมีจำนวนน้อย ประกอบกับนักเรียนอาจมองว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ซึ่งเป็นระดับที่สูงกว่าโรงเรียนของตน ดังนั้นในด้านอาจารย์ผู้สอนมหาวิทยาลัยย่อมต้องคัดเลือกและให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาจารย์ผู้สอนก่อน ทำให้ภาพลักษณ์ในเรื่องนี้ของมหาวิทยาลัยจึงดีเป็นอันดับแรก

ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ พบว่า เรื่องการให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดี เป็นอันดับแรก ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนในสายอาชีพเห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เปิดรับสมัครนักศึกษาทั้งในระดับปริญญาตรี 2 ปี (หลังอนุปริญญา) และปริญญาตรี 4 ปี ซึ่งถือเป็นการเปิดทางเลือกให้นักเรียนในสายอาชีพสามารถสมัครได้เหมือนกับนักเรียนในสายสามัญ ประกอบกับนโยบายของมหาวิทยาลัยเรื่องการสมัครรับนักศึกษาตรง โดยไม่ต้องสอบคัดเลือก หากมีคุณสมบัติตรงตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด จึงทำให้นักเรียนในสายอาชีพมองภาพลักษณ์ในเรื่องนี้ดีเป็นอันดับแรก

ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า เรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับสุดท้าย

ทั้งนี้ก็เป็นเพราะนักเรียนในสายอาชีพเคยร่วมกิจกรรมกับมหาวิทยาลัยเอกชนมากกว่า ประกอบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ไม่ค่อยได้จัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนในสายอาชีพมากนัก จึงทำให้มองภาพลักษณ์ในเรื่องนี้ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ดีในอันดับสุดท้าย

ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา พบว่า เรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีในอันดับสุดท้าย ทั้งนี้เป็นเพราะว่าสถาบันการศึกษาของนักเรียนในสายอาชีพส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณใกล้ ๆ กับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ทำให้นักเรียนได้มีโอกาสพบเห็นพฤติกรรมของนักศึกษาในที่สาธารณะมากขึ้น ซึ่งพฤติกรรมนั้นอาจมีทั้งในด้านที่ดีและไม่ดีปะปนกันไป ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และโอกาสที่นักเรียนแต่ละคนจะพบเห็นอาจเป็นไปได้ว่า นักเรียนอาจพบเห็นพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในด้านที่ไม่ดีเป็นส่วนใหญ่ จึงเกิดเป็นทัศนคติทางลบ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับทัศนคติของนักเรียนแต่ละคนที่จะมองและตัดสินใจว่าจะอะไรคือพฤติกรรมที่ดีและไม่ดี ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อาทิ การอบรม เลี้ยงดู การปลูกฝังจากครอบครัวและสถานศึกษา ตลอดจนการอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ต่างกันของนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Freeman (1970 อ้างใน ไพบูลย์ อินทวิธา, 2517: 17) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดทัศนคติประกอบด้วยการเรียนรู้ ประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคล โดยตรง เหตุการณ์ประทับใจ ลักษณะบุคลิกภาพแต่ละคน และอิทธิพลของสื่อมวลชน

จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในด้านสถานภาพทางกายภาพ ด้านการจัดการศึกษา ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ และ ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพพบว่าอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของคณะกรรมการศูนย์ศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ (2542: ก) ซึ่งทำการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์สถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ตามทรรศนะของนักศึกษา” ที่พบว่า มิติด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ภาพลักษณ์ของอาจารย์ ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา และภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการ ทั้ง 5 มิติ มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ในปี พ.ศ. 2542 ส่วนใหญ่เป็นบุคลากรในท้องถิ่นเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงมีทรรศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในทางที่ดีเหมือนกัน ประกอบกับสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ได้ปรับสภาพเป็นมหาวิทยาลัยเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2548 เป็นมหาวิทยาลัยแห่งเดียวในจังหวัดอุดรดิตถ์ ที่มีความผูกพันและช่วยพัฒนาท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ มาโดยตลอด และคนในท้องถิ่นส่วนใหญ่ก็ยังนิยมส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อกันเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่า ซึ่งเป็นบุคลากรในจังหวัดอุดรดิตถ์มีทรณะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับดีเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นวม สงวนทรัพย์ (2535: 95) ที่กล่าวว่าวัฒนธรรมของสังคมมีอิทธิพลมหาศาลต่อพฤติกรรม ทัศนคติ ความคิดของมนุษย์ หรือกล่าวสรุปได้ว่า ทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุม โดยสังคมที่เขาเจริญเติบโตมา

นอกจากนี้ แม้ว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาจะอยู่ในระดับดี แต่เรื่องการแต่งกายของนักศึกษา นักเรียนในเขตตัวเมืองกลับมองว่ามีภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนมีโอกาสได้พบเห็นลักษณะการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นไปตามกระแสอิทธิพลของสื่อในปัจจุบันที่นำเสนอแฟชั่นการแต่งกายในรูปแบบใหม่มากขึ้น ทำให้นักศึกษารุ่นใหม่ส่วนใหญ่ลอกเลียนแบบปรับเปลี่ยนการแต่งกายชุดนักศึกษาไปตามสมัยนิยม อาทิ เสื้อรัดรูป กระโปรงสั้น เสื้อปล่อยชายกางเกงยีนส์ เป็นต้น กลายเป็นค่านิยมใหม่ที่นักเรียนมองว่าไม่เหมาะสมกับสังคมชนบทมากนัก เพราะตามแฟชั่นเกินไป และอาจขัดต่อกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย จึงทำให้หมองภาพลักษณ์ในเรื่องการแต่งกายของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา นักเรียนในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองมองว่ามีภาพลักษณ์ในระดับปานกลางด้วย ทั้งนี้เป็นเพราะพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักศึกษาแต่ละคนที่แสดงออกในที่สาธารณะเป็นเรื่องที่มหาวิทยาลัยไม่สามารถควบคุมได้หรือไม่สามารถควบคุมให้ทุกคนแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาในลักษณะที่ดีได้เหมือนกันหมดซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ รัตนา ปัญญาดี (2541: 28) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์อาจเป็นไปในทางลบได้ถ้าองค์กรไม่สามารถควบคุมหรือปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ภายในเวลาอันสมควร นอกจากนี้พฤติกรรมเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลที่ผู้อื่นสามารถประเมินออกมาได้ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อาทิ การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว โรงเรียน หรือ สถานศึกษา รวมถึงประสบการณ์และทัศนคติของแต่ละคน ซึ่งนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ อาจมีเกณฑ์การตัดสินคุณค่าพฤติกรรมต่าง ๆ ของคนแตกต่างกันออกไป และอาจสรุปในภาพรวม ๆ เป็นกลาง ๆ ถ้าหากไปสามารถตัดสินใจแน่ชัดได้ จึงทำให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในเรื่องนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ

ภาพลักษณ์	เรียนสายสามัญ			เรียนสายอาชีพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา						
1. ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ด้านการกล้าแสดงออก และความเชื่อมั่นใน ตนเอง	3.92	0.70	ดี	4.21	0.70	ดี
2. ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ด้านความรู้ ความสามารถ	3.84	0.67	ดี	3.90	0.72	ดี
3. ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ด้านการแต่งกาย	3.79	0.63	ดี	3.49	0.75	ปานกลาง
4. ภาพลักษณ์ของนักศึกษา ด้านพฤติกรรมในที่ สาธารณะ	3.27	0.75	ปานกลาง	3.10	0.80	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.70	0.47	ดี	3.67	0.52	ดี

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านการจัดการศึกษาในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ

ภาพลักษณ์	เรียนสายสามัญ			เรียนสายอาชีพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการจัดการศึกษา						
1. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นผู้ตรงคุณวุฒิ	4.25	0.62	ดี	4.23	0.64	ดี
2. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในการให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น	4.22	0.71	ดี	4.11	0.72	ดี
3. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นผู้รู้	4.11	0.68	ดี	4.23	0.68	ดี
4. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นครูและความสามารถในการสอน	4.10	0.62	ดี	4.23	0.68	ดี
5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น	4.07	0.70	ดี	4.01	0.69	ดี
6. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความน่าเชื่อถือ	4.05	0.64	ดี	4.01	0.64	ดี
7. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม	3.99	0.64	ดี	4.00	0.69	ดี

ตาราง 13 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	เรียนสายสามัญ			เรียนสายอาชีพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการจัดการศึกษา						
8. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน	3.95	0.73	ดี	4.12	0.74	ดี
9. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย	3.92	0.67	ดี	4.07	0.77	ดี
10. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา	3.87	0.70	ดี	3.81	0.65	ดี
11. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการ	3.82	0.77	ดี	4.01	0.75	ดี
12. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน	3.81	0.75	ดี	4.01	0.60	ดี

ตาราง 13 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	เรียนสายสามัญ			เรียนสายอาชีพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการจัดการศึกษา						
13. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการ	3.80	0.71	ดี	3.92	0.83	ดี
14. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา	3.78	0.65	ดี	3.63	0.76	ดี
เฉลี่ย	3.98	0.40	ดี	4.03	0.41	ดี

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ

ภาพลักษณ์	เรียนสายสามัญ			เรียนสายอาชีพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการประชาสัมพันธ์						
1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา	3.80	0.79	ดี	3.76	0.84	ดี
2. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย	3.71	0.69	ดี	3.75	0.80	ดี
3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย	3.63	0.75	ดี	3.63	0.80	ดี
เฉลี่ย	3.72	0.59	ดี	3.71	0.70	ดี

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและร้อยละของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านสถานภาพทางกายภาพในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ

ภาพลักษณ์	เรียนสายสามัญ			เรียนสายอาชีพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสถานภาพทางกายภาพ						
1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ	4.07	0.65	ดี	4.03	0.70	ดี
2. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง	4.01	0.72	ดี	4.05	0.70	ดี
3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา	3.98	0.71	ดี	4.17	0.67	ดี
4. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความพร้อมด้านอาคารสถานที่	3.95	0.66	ดี	4.13	0.65	ดี
เฉลี่ย	4.00	0.53	ดี	4.10	0.50	ดี

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ

ภาพลักษณ์	เรียนสายสามัญ			เรียนสายอาชีพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ						
1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา	4.16	0.65	ดี	4.09	0.65	ดี
2. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถและมีงานทำ	3.84	0.79	ดี	4.05	0.85	ดี
3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไป	3.83	0.72	ดี	3.85	0.79	ดี
4. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านที่ทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น	3.81	0.70	ดี	3.79	0.73	ดี
5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา	3.81	0.67	ดี	3.70	0.66	ดี
เฉลี่ย	3.89	0.50	ดี	3.90	0.51	ดี

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในแต่ละด้าน ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ

ภาพลักษณ์	เรียนสายสามัญ			เรียนสายอาชีพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านสถานภาพทางกายภาพ	4.00	0.53	ดี	4.10	0.50	ดี
2. ด้านการจัดการศึกษา	3.98	0.40	ดี	4.03	0.41	ดี
3. ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ	3.89	0.50	ดี	3.90	0.51	ดี
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.72	0.59	ดี	3.71	0.70	ดี
5. ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา	3.70	0.47	ดี	3.67	0.52	ดี
เฉลี่ย	3.91	0.38	ดี	3.94	0.38	ดี

4. ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ตาราง 18) พบว่า

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่า อยู่ในระดับดีถึงระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่

1. ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24)
2. ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18)
3. การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17)
4. ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16)
5. การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษาเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12)
6. ความเหมาะสมในการเป็นสถานบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08)

7. การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07)
8. ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05)
9. การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04)
10. ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04)
11. ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04)
12. ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03)
13. ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้งของมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03)
14. ความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00)
15. ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99)
16. การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมึ่งานทำของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95)
17. การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการของมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92)
18. การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงานของมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91)
19. ความรู้ ความสามารถของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87)
20. การเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86)
21. ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84)
22. ความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไปของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84)
23. การทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80)
24. การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาของมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78)

25. ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76)

26. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73)

27. ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70)

28. การแต่งกายของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64)

29. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63)

และ

30. พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18)

สรุป

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เรื่องที่มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เรียงตามค่าคะแนนเฉลี่ย 10 อันดับแรกคือ

1. ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน
2. ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน
3. การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย
4. ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน
5. การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษาเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ
6. ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา
7. การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา
8. ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ
9. การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย
10. ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย

เรื่องที่มีภาพลักษณ์ในระดับดี เรียงตามค่าคะแนนเฉลี่ย 10 อันดับสุดท้าย คือ

1. พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา
2. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย
3. การแต่งกายของนักศึกษา
4. ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย
5. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย

6. ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ
7. การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาของมหาวิทยาลัย
8. การทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ
9. ความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไปของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ และ
10. ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ไม่พบเรื่องใดเลยที่มีภาพลักษณ์ในระดับดีมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่า จัดว่าเป็นบุคลากรภายนอกที่มีความใกล้ชิดหรือมีความผูกพันกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ค่อนข้างน้อยทำให้ไม่สามารถมองภาพลักษณ์ในแต่ละด้านได้อย่างชัดเจน ประกอบกับความแตกต่างระหว่างบุคคลของนักเรียนมีอยู่มาก อาทิ การอบรมเลี้ยงดู ฐานะทางครอบครัว โอกาสและประสบการณ์ ค่านิยม ความเชื่อ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้ข่าวสาร ถือเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้นักเรียนมีทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจึงเป็นภาพรวมจากความรู้สึกโดยทั่วไปมากกว่า ประกอบกับในปัจจุบันมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคมีการแข่งขันกันเปิดรับนักศึกษา โดยมุ่งขยายโอกาสให้กับคนที่อยู่ต่างจังหวัดในรูปของการจัดตั้งเป็นวิทยาเขต ทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีทางเลือกในการศึกษามากขึ้น และเกิดเป็นข้อเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์กับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ซึ่งอาจมีชื่อเสียงมากกว่า จึงทำให้นักเรียนมองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ว่าไม่ใช่สถาบันการศึกษาที่ดีที่สุด นอกจากนี้การปรับเปลี่ยนฐานะจากสถาบันราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัย ย่อมต้องใช้ระยะเวลาสำหรับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการยอมรับในสังคม แม้ว่าในวันนี้มหาวิทยาลัยได้บริหารจัดการในทุก ๆ เรื่องอย่างดีที่สุด ภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดแล้วก็ตาม แต่สิ่งองค์การ หรือบุคลากรภายนอกมองว่าดีที่สุดในอนาคต อาจไม่ใช่สิ่งที่ดีที่สุดสำหรับบุคลากรภายนอกองค์การ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2546: 155) ที่กล่าวถึงธรรมชาติของภาพลักษณ์ไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ อาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้ อันเนื่องมาจากสภาพการณ์ภายใน หรือ

ปัจจัยภายนอกองค์การมากระทบ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่า ไม่มีเรื่องใดเลยที่มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีมาก

สำหรับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เรื่อง ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของ อาจารย์ผู้สอนในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับแรก ทั้งนี้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า การเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ นอกจากจะดูจากชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับจากคนส่วนใหญ่ในสังคมแล้ว เรื่องระดับการศึกษาหรือคุณวุฒิทางการศึกษาของอาจารย์ผู้สอนก็เป็นปัจจัยที่สำคัญรองลงมา จึงทำให้นักเรียนมองว่าคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอนเป็นเรื่องที่สถาบันการศึกษาทุกแห่งควรให้ความสำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับองค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ รัตนาดี ศิริทองถาวร (2546: 155) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ การสร้างภาพในใจของคนเราเกี่ยวกับบุคคล องค์กร สถาบัน หรือสิ่งต่าง ๆ ให้มั่นคง เป็นที่ยอมรับ โดยอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดผลใด ๆ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในตัวบุคคลหรือองค์กรสถาบันนั้น นอกจากนี้การที่นักเรียนมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอุดรดิตถ์ ทำให้มองเห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่อยู่คู่กับท้องถิ่นมาเป็นระยะเวลาเกินกว่า 60 ปี ซึ่งผลิตบัณฑิตจบออกไปแล้วหลายรุ่นและปัจจุบันก็ยังมีส่วนให้ความสนใจในการเข้าศึกษาต่อ จึงทำให้มองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในเรื่องความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน อยู่ในระดับดี เป็นอันดับแรก

เรื่อง ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 2 ทั้งนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากนักเรียนมีความเชื่อมั่นว่าสถาบันการศึกษาทุกแห่งย่อมให้ความสำคัญในการคัดเลือกอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะในเรื่องคุณวุฒิ ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการสอน ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือ ศรัทธา และชื่อเสียงให้กับมหาวิทยาลัยได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้นักเรียนอาจได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลงานทางวิชาการของอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จากการกล่าวถึงของบุคคลที่รู้จักซึ่งเป็นบุคลากรภายใน รวมถึงญาติพี่น้อง หรือรุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ตลอดจนการได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการชมผลงานด้วยตัวของนักเรียนเอง จึงทำให้มองว่าอาจารย์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นผู้ที่มีความรู้จริง ซึ่งตรงกับผลการวิจัยของคณะกรรมการศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น สถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ (2541: 28) ที่ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ตามทัศนะ

ของนักศึกษา พบว่า อาจารย์ของสถาบันส่วนใหญ่มีความรู้ในเนื้อหาวิชาการเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ดีเป็นอันดับแรกในมิติภาพลักษณ์ของอาจารย์

เรื่อง การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 3 ทั้งนี้เป็นเพราะการออกแนะแนวทางการเข้าศึกษาต่อ และการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ส่งผลให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่าได้ทราบข้อมูลว่า มหาวิทยาลัยมีนโยบายรับตรง ซึ่งคัดเลือกจากผลคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนตามที่กำหนดในแต่ละสาขาวิชาโดยไม่ต้องผ่านการสอบ รับนักเรียนโควตาในเรื่องความสามารถพิเศษ เช่น กีฬา ดนตรี นาฏศิลป์ เป็นต้น นอกจากนี้ในการสอบคัดเลือกหลังจากประกาศผลการสอบ มหาวิทยาลัยยังเปิดรับสมัครในรอบที่ 2 สำหรับผู้ที่พลาดโอกาสในรอบแรก ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักเรียนมองเห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นสถาบันการศึกษาที่เปิดโอกาสทางการศึกษาในท้องถิ่นได้จริง

เรื่อง ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอนในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 4 ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่าอาจมองในภาพรวมที่คนส่วนใหญ่ทั่วไปมองในเรื่องภาพลักษณ์ของคนที่เป็นอาจารย์ผู้สอน ควรที่จะมีจิตวิญญาณของความเป็นครูและมีความสามารถในการถ่ายทอดเป็นอย่างดี ซึ่งการแสดงทรศนะของนักเรียนในเรื่องนี้อาจไม่สามารถสรุปได้อย่างชัดเจน เพราะนักเรียนคือบุคคลภายนอกที่ไม่ได้อยู่ในฐานะของนักศึกษาซึ่งถือว่าเป็นบุคลากรภายในที่จะสามารถตอบได้ว่าอาจารย์ผู้สอนมีความเป็นครูและความสามารถในการสอนได้ดีเพียงใด

เรื่อง การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษาเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 5 ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนส่วนใหญ่เห็นว่าในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง และคนทั่วไปให้ความนิยมในการเข้าศึกษาต่อส่วนใหญ่ จะรับนักศึกษาจำนวนน้อย และจะต้องผ่านการสอบคัดเลือกซึ่งมีการแข่งขันกันสูง โอกาสในการได้เข้าศึกษาต่อค่อนข้างยาก จึงทำให้มองว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นสถาบัน การศึกษาหนึ่งที่ทำให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษาได้ดีกว่ามหาวิทยาลัยอื่น

เรื่อง ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 6 ทั้งนี้เป็นเพราะในจังหวัดอุดรดิตถ์มีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เพียงแห่งเดียวที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ซึ่งผลิตบัณฑิตมาแล้วหลายรุ่น การไม่มีคู่แข่งทางการศึกษาในจังหวัดเดียวกัน ก็

เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้นักเรียนส่วนใหญ่มองว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์มีความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา

เรื่อง การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 7 ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนไม่ค่อยได้มีโอกาสพบเห็นการทำกิจกรรมหรือการแสดงออกของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์มากเท่าที่ควร นอกจากนี้อาจไม่มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับนักศึกษา เนื่องจากเป็นบุคคลภายนอก อยู่ต่างสถาบันการศึกษากัน ดังนั้นการมองภาพลักษณ์ในเรื่องนี้จึงเป็นการมองในภาพรวมโดยทั่วไปเท่าที่นักเรียนส่วนใหญ่เคยพบเห็นหรือรู้จักเท่านั้น

เรื่อง ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 8 ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ ประกอบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มีที่ตั้งอยู่ในเขตตัวเมือง ซึ่งการคมนาคมค่อนข้างมีความสะดวก รวดเร็ว

เรื่อง การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 9 ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนอาจมีความเข้าใจในบทบาทของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในด้านนี้ยังไม่เด่นชัด หรือมีความเข้าใจในลักษณะที่ว่า การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ก็คือ การเป็นมหาวิทยาลัยแห่งเดียวที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอุดรดิตถ์ และคนในจังหวัดอุดรดิตถ์ส่วนใหญ่ให้ความนิยมในการเข้าศึกษาต่อเท่านั้น ซึ่งตัวนักเรียนเองอาจมองว่าตนไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือไม่ได้รับประโยชน์อะไรโดยตรง จึงทำให้มองภาพลักษณ์ในเรื่องนี้ดีเป็นอันดับที่ 9 ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าน่าจะเป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีในอันดับต้น ๆ เพราะถือเป็นปรัชญาของมหาวิทยาลัย

เรื่อง ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัยในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 10 ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนส่วนใหญ่เป็นคนในจังหวัดอุดรดิตถ์ มีโอกาสเข้าไปเยี่ยมชมหรือทำกิจกรรม ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อยู่บ้าง จึงทำให้เห็นสภาพบรรยากาศ อาคาร สถานที่ของมหาวิทยาลัยค่อนข้างชัดเจน แต่ในเรื่องนี้มีภาพลักษณ์ดีในอันดับที่ 10 ก็อาจเป็นเพราะนักเรียนอาจนำภาพที่เห็นไปเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยที่ตนเคยได้ไปเยี่ยมชมหรือพบเห็นทั้งจากประสบการณ์จริง และจากสื่อมวลชนที่นำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ

เรื่อง ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอนในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะในเรื่องความมีคุณธรรม และจริยธรรมของผู้สอนเป็นเรื่องที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน เนื่องจากเป็นบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ไม่มีโอกาสได้ใกล้ชิดหรือสัมผัสกับอาจารย์ผู้สอนของมหาวิทยาลัย จึงทำให้นักเรียนมองภาพลักษณ์ในเรื่องนี้เป็นลักษณะของความคาดหวัง โดยทั่วไปเกี่ยวกับอาจารย์ผู้สอนว่าควรเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมทางวิชาชีพ

เรื่อง การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนอาจไม่ค่อยได้เห็นผลงานทางวิชาการที่แสดงถึงความรู้ ความสามารถของนักศึกษามากเท่าที่ควรและอาจได้รับข่าวสารจากกระแสสังคมว่า บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนใหญ่จะไม่มีการทำงาน หรือบริษัทหลาย ๆ บริษัทไม่นิยมรับบัณฑิตที่จบจากราชภัฏ ดังนั้น จึงทำให้มองว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์สามารถผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำได้จริง แต่ไม่อาจเทียบเท่ากับมหาวิทยาลัยชื่อดังใน ส่วนกลางทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม ฯลฯ ได้

เรื่อง การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการของมหาวิทยาลัย ในทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลงานของอาจารย์ นักศึกษา หรือบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย เน้นการเผยแพร่ข่าวสารไปยังเครือข่ายการศึกษาในระดับเดียวกัน และมีความใกล้ชิดกันมากกว่าเช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตภาคเหนือด้วยกัน หรือ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ต้องมีการพบปะ ติดต่อกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน หรือต้องพึ่งพาอาศัยกัน ในการพัฒนางานด้านวิชาการ เท่านั้น ซึ่งตามโรงเรียนต่าง ๆ ในท้องถิ่นมหาวิทยาลัยไม่ค่อยได้ มุ่งเน้นมากนัก จึงส่งผลทำให้นักเรียนส่วนใหญ่ไม่ได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลงาน หรือศักยภาพของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตและส่งผลทำให้การมองภาพลักษณ์เรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้มแข็งทางวิชาการของ นักเรียน อยู่ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ

เรื่อง การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงานของมหาวิทยาลัยใน ทรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนคือกลุ่มบุคคลที่อยู่ภายนอกมหาวิทยาลัย ซึ่งไม่ค่อยมีโอกาส ได้เห็นความสามารถในการทำงานของนักศึกษาหรือบัณฑิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์มาก เท่ากับอาจารย์ผู้สอนหรือผู้ประกอบการ จึงทำให้การมองในเรื่องนี้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลายขาดความชัดเจน ภาพลักษณ์ที่ปรากฏในผลการวิจัย จึงเป็นภาพโดยรวมที่เกิดจากความ คาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัยมากกว่า

เรื่อง ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษาในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนอาจได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เส้นสายหรือระบบอุปถัมภ์ในการรับสมัครเข้าทำงาน หรือการสมัครเข้าศึกษาต่อ จากบุคคลใกล้ชิด หรือจากการนำเสนอของสื่อมวลชนอยู่บ่อยครั้งจนกลายเป็นเรื่องที่ทุกคนในสังคมมองว่า ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน หรือการศึกษา การใช้เส้นสายเพื่ออุปถัมภ์ค้ำชูกันมีอยู่ทุก ๆ องค์การ ดังนั้นภาพลักษณ์ในเรื่องนี้นักเรียนส่วนใหญ่จึงมองว่าอยู่ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ

เรื่องความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไปของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า นักเรียนส่วนใหญ่มองเห็นว่ามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดอื่น ๆ ที่เป็นเมืองใหญ่ จะมีสภาพเศรษฐกิจดี มีความทันสมัยทางด้านเทคโนโลยี มีแสงสี มีแหล่งเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ มากมาย เป็นที่รู้จักกันและคนส่วนใหญ่ให้ความนิยมในการเข้าศึกษาต่อ ดังนั้นจึงทำให้มองว่า การเป็นมหาวิทยาลัยในต่างจังหวัดย่อมมีความเสียเปรียบในหลาย ๆ ด้าน อาทิ ด้านเงินทุน หรือสภาพเศรษฐกิจ ความทันสมัยทางเทคโนโลยี ด้านการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และอื่น ๆ จึงทำให้มองว่าการเป็นมหาวิทยาลัยที่อยู่ในท้องถิ่น ย่อมมีข้อเสียเปรียบเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ อยู่มาก ภาพลักษณ์ในเรื่องนี้จึงอยู่ในระดับดี แต่มีคะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ

เรื่องการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่นเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนส่วนใหญ่มองว่าการศึกษาในมหาวิทยาลัยที่อยู่ในท้องถิ่น นักศึกษาส่วนใหญ่จะพักอาศัยอยู่ใกล้ชิดกับครอบครัวและมีความผูกพันกับท้องถิ่นมากกว่าการไปศึกษาต่อในจังหวัดอื่น แต่ในภาพรวมของการศึกษาโดยทั่วไปในปัจจุบัน ที่มุ่งเน้นการจัดกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยมากขึ้น จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ นักศึกษามีความใกล้ชิดกับครอบครัวลดน้อยลง ภาพลักษณ์ในเรื่องนี้จึงอยู่ในระดับดี แต่มีคะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ

เรื่อง การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ในทรณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนอาจเห็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ที่ใช้สื่อต่าง ๆ ค่อนข้างหลากหลาย อาทิ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ รวมถึงการทำกิจกรรมระหว่างรุ่นพี่ของมหาวิทยาลัยซึ่งอาจเป็นศิษย์เก่าหรือเป็นทีมประชาสัมพันธ์ของ

มหาวิทยาลัยกับน้องนักเรียนใน โรงเรียนต่าง ๆ ซึ่งเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อาจ รู้สึกว่าแตกต่างกันมาก และจากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิตถ์ส่วนใหญ่เป็นการออกประชาสัมพันธ์ไปยัง โรงเรียนต่าง ๆ ซึ่งให้ผู้บริหารหรือผู้ที่ ได้รับมอบหมายพูดประชาสัมพันธ์และมอบเอกสารแนะนำให้กับฝ่ายแนะนำของโรงเรียน ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้นักเรียนส่วนใหญ่อาจมองว่าขาดความน่าสนใจเมื่อเทียบกับการประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ

เรื่อง ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เมื่อเทียบกับ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทรศณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่ คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อใช้เป็นข้อมูล ในการเตรียมตัวเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยอาจหาข้อมูลจากสื่อบุคคล ซึ่งอาจเป็นญาติ พี่น้อง บุคคลที่เคยรู้จักที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตลอดจนข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน ซึ่งโดยปกติราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์จะมีราคาค่าธรรมเนียม ถูกกว่ามหาวิทยาลัยในเมืองใหญ่ ๆ หรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ แต่ปัจจุบันทุก มหาวิทยาลัยก็มีการปรับค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้เรียนในระดับหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ นักเรียนส่วนใหญ่จึงมองภาพลักษณ์เรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏ อุดรดิตถ์อยู่ในระดับดีเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

เรื่อง การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยในทรศณะของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มุ่งเผยแพร่ข่าวสารให้กับนักศึกษาใน มหาวิทยาลัยมากกว่าบุคคลกลุ่มอื่น เพราะต้องการให้นักศึกษาได้เข้าร่วมกิจกรรม โดยใช้สื่อที่ พบเห็นได้บ่อยในมหาวิทยาลัย เช่น ป้ายประกาศข่าวสาร ข่าวแจก และเสียงตามสาย ซึ่งผู้วิจัย สังเกตเห็นว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ขาดความหลากหลายในการนำเสนอและรูปแบบที่ใช้ยังขาด ความน่าสนใจ ประกอบกับกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่ไม่ค่อยใหญ่โต เมื่อเทียบกับงานในระดับจังหวัด จึงอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลภายนอกมองภาพลักษณ์ในเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในของ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ว่าอยู่ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ

เรื่อง ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย ในทรศณะของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความคิดว่าการศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งอยู่ในท้องถิ่น ค่าใช้จ่ายใน การศึกษาย่อมน้อยกว่ามหาวิทยาลัยอื่น ๆ ที่อยู่ในส่วนกลางหรือต่างจังหวัด แต่การได้เห็นข้อมูล

การชำระเงินค่าลงทะเบียนการศึกษาจากเอกสารคู่มือการรับสมัคร ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ได้กำหนดค่าลงทะเบียนไว้โดยคิดค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด ประมาณ 7,000 บาท แต่มหาวิทยาลัยราชภัฏอื่น เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กำหนดไว้เพียงจำนวนเงินที่ต้องจ่ายครั้งแรก จำนวน 1,500 บาท มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง กำหนดไว้ 1,000 บาท ในส่วนที่เหลือให้ชำระเป็นงวด ทำให้นักเรียนมองว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เก็บราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาแพงกว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอื่น และในบางส่วนอาจเป็นเพราะนักเรียนได้สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาจากรุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ซึ่งนักศึกษาที่ไม่มี ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน ทำให้การตอบคำถามกับรุ่นน้องนักเรียนเป็นการตอบคำถามแบบคลุมเครือหรือตอบตามความรู้สึก ทำให้นักเรียนได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องจนเกิดเป็นความเข้าใจผิดได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rensis Likert (อ้างใน สมัยศึก ถนัดสอน, 2541: 19) ที่กล่าวว่า การได้ติดต่อกับบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากบุคคลอื่นได้

เรื่อง การแต่งกายของนักศึกษาในทรนณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ ทำให้มีโอกาสในการพบปะหรือได้เห็นการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ได้บ่อยครั้ง ทั้งในชุดนักศึกษาและชุดทั่วไป ซึ่งการแต่งกายของวัยรุ่นยุคใหม่ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม มีการลอกเลียนแบบแฟชั่นการแต่งกายของบุคคลต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อในปัจจุบัน อาทิเช่น ดารา นักร้อง นักแสดง พิธีกร โทษทัศน์ ฯลฯ เพื่อความทันสมัยและทำให้คนในสังคมโดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนเกิดการยอมรับ จึงทำให้นักศึกษาเปลี่ยนพฤติกรรมการแต่งกายตามสมัยนิยมมากขึ้น แต่อาจดูไม่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเอง หรือไม่เหมาะสมกับกาลเทศะในสังคมและวัฒนธรรมต่างจังหวัด จึงทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมองภาพลักษณ์เรื่องการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อยู่ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ

เรื่อง การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัยในทรนณะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีภาพลักษณ์ในระดับดี แต่คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมภายในมากกว่า ซึ่งนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมมากนัก และกิจกรรมภายนอกของมหาวิทยาลัยที่จัดขึ้นก็เป็นในลักษณะของการเข้าร่วมกับทางจังหวัดหรือหน่วยงานอื่น ซึ่งได้มีการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้นักเรียนมองภาพลักษณ์ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัยในระดับดีเป็นอันดับสุดท้าย และผู้วิจัยเห็นว่า

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นกลุ่มบุคคลภายนอก ซึ่งอาจไม่มีความผูกพันใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์มากเท่ากับนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นบุคลากรภายใน ดังนั้นนักเรียนจึงอาจให้ความสนใจในการติดตามข่าวสารการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์น้อยกว่ากิจกรรมของโรงเรียนซึ่งมีใกล้ชิดมากกว่า

ส่วนเรื่อง พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยภาพลักษณ์อยู่ในอันดับสุดท้าย ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ และที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ไม่ไกลจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์มากนัก ดังนั้นจึงทำให้นักเรียนมีโอกาสดูเห็นพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในที่ต่าง ๆ ได้บ่อยครั้ง ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักศึกษาที่ปรากฏในสายตาของนักเรียนแต่ละคนนั้นจะดีหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว สถาบันการศึกษา การคบเพื่อน การปลูกฝังค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีในท้องถิ่นหรือในสังคมที่นักเรียนแต่ละคนอาศัยอยู่ หรือจากประสบการณ์และความรู้สึกส่วนตัวที่นักเรียนแต่ละคนที่มีต่อพฤติกรรมที่ตนเห็น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลของ DeFleur (1970: 114) ที่กล่าวว่า การที่มนุษย์เรียนรู้ต่างกัน มีสภาวะแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาต่างกัน เป็นผลให้เกิดรูปแบบของทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมของการรับรู้ หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้เรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษาเป็นลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลที่มหาวิทยาลัยไม่สามารถเข้าไปควบคุมได้ การตัดสินใจว่าเป็นพฤติกรรมที่ดีหรือไม่ เหมาะสมหรือไม่ จึงเป็นเรื่องของทัศนคติเฉพาะบุคคลเช่นเดียวกัน ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Rensis Likert (1975 อ้างใน สมัยศึก ถนัดสอน, 2541: 19) ที่กล่าวว่า เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ใน
ทัศนระของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

(n = 220 คน)

ภาพลักษณ์	ทัศนระของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ	4.24	0.63	ดี
2. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความ เป็นผู้รู้	4.18	0.68	ดี
3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในการให้ โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น	4.17	0.71	ดี
4. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความ เป็นครูและความสามารถในการสอน	4.16	0.65	ดี
5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการ ให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษาเมื่อ เทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ	4.12	0.65	ดี
6. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความ เหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา	4.08	0.70	ดี
7. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านการกล้า แสดงออก และความเชื่อมั่นในตนเอง	4.07	0.71	ดี
8. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความ สะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทาง ไปติดต่อก	4.05	0.68	ดี
9. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการเป็น สถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น	4.04	0.69	ดี
10. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความ พร้อมด้านอาคารสถานที่	4.04	0.66	ดี

ตาราง 18 (ต่อ)

(n = 220 คน)

ภาพลักษณ์	ทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
11. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน	4.04	0.74	ดี
12. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความน่าเชื่อถือ	4.03	0.64	ดี
13. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง	4.03	0.71	ดี
14. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย	4.00	0.72	ดี
15. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม	3.99	0.66	ดี
16. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ	3.95	0.82	ดี
17. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการ	3.92	0.76	ดี
18. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน	3.91	0.69	ดี
19. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านความรู้ความสามารถ	3.87	0.70	ดี
20. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการ	3.86	0.77	ดี

ตาราง 18 (ต่อ)

(n = 220 คน)

ภาพลักษณ์	ทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
21. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา	3.84	0.67	ดี
22. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความนิยมและควมมีชื่อเสียงโดยทั่วไปเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ	3.84	0.76	ดี
23. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านที่ทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่นเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ	3.80	0.71	ดี
24. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา	3.78	0.81	ดี
25. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ	3.76	0.67	ดี
26. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย	3.73	0.74	ดี
27. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา	3.70	0.71	ดี
28. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านการแต่งกาย	3.64	0.71	ดี
29. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย	3.63	0.77	ดี
30. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านพฤติกรรมในที่สาธารณะ	3.18	0.78	ปานกลาง

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตพื้นที่ต่างกัน และเรียนในสายวิชาที่ต่างกัน

เปรียบเทียบนักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

(ตาราง 19)

3.1 ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์มีทรรศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองในเรื่อง ความรู้ความสามารถของนักศึกษา การแต่งกายของนักศึกษา และ พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา

สำหรับเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่ม มองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ เรื่องการกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา

3.2 ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ มีทรรศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านการจัดการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองในเรื่อง ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการ การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา การเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการ ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา และเรื่องความพร้อม ความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย

สำหรับเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่ม มองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ เรื่องการให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน และเรื่องการเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย

3.3 ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองในเรื่อง การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย

3.4 ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านสถานภาพทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองในเรื่อง ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง และความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัย

สำหรับเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ เรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ และความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย

3.5 ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองในเรื่อง ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา ความนิยมและความมีชื่อเสียง โดยทั่วไป และเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ

สำหรับเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่ม มองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ เรื่องการให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา และการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการและท้องถิ่น

3.6 ภาพลักษณ์รวมแต่ละด้าน

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์แต่ละด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองในทุกด้าน ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ด้านการจัดการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสถานภาพทางกายภาพ และ ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

สรุป

จากการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมือง และนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์สามารถสรุปได้ว่า

ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์มองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาแตกต่างกัน

โดยเรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ คือ

- ก. ความรู้ ความสามารถของนักศึกษา
 - ข. การแต่งกายของนักศึกษา และ
 - ค. พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้สำหรับเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่ม มองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องการกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้
- ด้านการจัดการศึกษา นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์มองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านการจัดการศึกษาแตกต่างกัน

โดยเรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ คือ

- ก. ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน
- ข. การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความ เข้มแข็งทางวิชาการ
- ค. การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน

- ผู้ประกอบการ
- ง. ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา และ
 - จ. การเปิดสอนสาขาวิชาเรียน ได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและ
 - ค. ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา และ
 - ช. ความพร้อม ความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าความรู้ในมหาวิทยาลัย

สำหรับเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่ม มองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ

- ก. การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น
 - ข. ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน
 - ค. ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน
 - ง. ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน
 - จ. ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน
 - ฉ. ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน และ
 - ช. การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ซึ่งไม่เป็นไปตาม
- สมมติฐานที่กำหนดไว้

ด้านการประชาสัมพันธ์ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขต
ตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ มองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านการ
ประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน

โดยเรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัว
เมืองอุดรดิตต์ คือ

- ก. การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา
 - ข. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย และ
 - ค. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน
- ที่กำหนดไว้

ด้านสถานภาพทางกายภาพ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขต
ตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ มองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ด้านสถานภาพ
ทางกายภาพแตกต่างกัน

โดยเรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขต
ตัวเมืองอุดรดิตต์ คือ

- ก. ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง และ
 ข. ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัย
 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สำหรับเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่ม มองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ

- ก. ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ และ
 ง. ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
 ที่กำหนดไว้

ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่
 ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ มองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้าน
 ภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ แตกต่างกัน

โดยเรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขต
 ตัวเมืองอุดรดิตถ์ คือ

- ก. ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา
 ข. ความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไป และ
 ค. การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ ซึ่งเป็นไปตาม
 สมมติฐานที่กำหนดไว้

สำหรับเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่ม มองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ

- ง. การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา และ
 จ. การทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น ซึ่งไม่เป็นไปตาม
 สมมติฐานที่กำหนดไว้

การเปรียบเทียบโดยรวมสรุปว่า ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ใน
 ทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์
 แตกต่างกัน โดยด้านที่นักเรียนนอกเขตตัวเมืองมองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัวเมือง
 อุดรดิตถ์ ได้แก่

- ก. ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา
 ข. ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา
 ค. ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์
 ง. ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ และ

จ. ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ พบว่านักเรียนทั้งสองกลุ่มมองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์แตกต่างกันในระดับดี โดยนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับดีมากว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ แต่มีความขัดแย้งกับผลงานวิจัยของคณะกรรมการศูนย์ศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ (2542: 30) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักศึกษา” ที่พบว่าเพศประเภทนักศึกษา และจังหวัดหรือภูมิลำเนาของนักศึกษาที่ต่างกันไม่ทำให้ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อคุณลักษณะของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ในปี 2542 ใช้นักศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความใกล้ชิด เกี่ยวข้องผูกพันกับมหาวิทยาลัยและได้รับรู้ เข้าใจในข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยในทิศทางเดียวกัน จึงทำให้มองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งต่างจากการวิจัยในครั้งนี้ที่ใช้กลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่าเป็นกลุ่มตัวอย่างถือว่าเป็นบุคคลภายนอกที่ไม่มีความใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัยมากเท่ากับกลุ่มนักศึกษาในปี 2542 โอกาสในการที่จะมองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยต่างกันอย่างมีอยู่

นอกจากนี้ การที่นักเรียนทั้งสองกลุ่มอาศัยอยู่ในภูมิลำเนาที่ต่างกัน ได้รับการอบรมเลี้ยงดูมาต่างกัน อยู่ในครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน มีวิถีการดำรงชีวิตในสังคม ตลอดจนค่านิยมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่ต่างกัน จึงอาจเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้นักเรียนทั้งสองกลุ่มมีทรรศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2537: 128) ที่กล่าวว่า บุคคลในสังคมนั้นมาจากร้อยพ่อพันแม่มาจากแหล่งต่าง ๆ มีความรู้ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และอื่น ๆ ที่ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์กรต่างกัน ดังนั้นจะหวังว่าสมาชิกในสังคมจะมองภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไปได้

สำหรับภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา นักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองว่าดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมือง ทั้งนี้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า นักศึกษาของมหาวิทยาลัยที่อาศัยอยู่นอกเขตตัวเมืองส่วนใหญ่มักจะมีบุคลิกภาพดี ทั้งในเรื่องการแต่งกาย การแสดงออกต่อ

อาจารย์และบุคคลอื่น ๆ อย่างมีสัมมาคารวะ ตลอดจนไม่ค่อยมีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับพฤติกรรมต่าง ๆ และถือว่าเป็นกลุ่มนักศึกษาที่นักเรียนนอกเขตตัวเมืองมีโอกาสดูพบเห็นอยู่บ่อย ๆ หรือเป็นอาจเป็นญาติพี่น้อง คนรู้จัก ในหมู่บ้าน หรือบ้านใกล้เคียง จึงทำให้มองภาพลักษณ์ด้านนี้ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมือง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนวม สวงนทรัพย์ (2535: 95) ที่กล่าวว่าวัฒนธรรมของสังคม มีอิทธิพลมหาศาลต่อพฤติกรรม ทัศนคติ ความคิดของมนุษย์ กล่าวคือ ทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์จะถูกควบคุมโดยสังคมที่เขาเจริญเติบโตมา

ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา นักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองว่าดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมือง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนนอกเขตตัวเมืองอาจมีทางเลือกในการศึกษาต่อที่น้อยกว่านักเรียนในเขตตัวเมือง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีรายได้ค่อนข้างต่ำ หรือภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบภายในครอบครัว ประกอบกับครอบครัวของคนที่อยู่นอกเขตตัวเมืองส่วนใหญ่นิยมส่งบุตรหลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จนกลายเป็นแบบอย่างและเป็นค่านิยมสืบต่อกันมา ซึ่งอาจส่งผลทำให้นักเรียนนอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัวเมือง ซึ่งตรงกับทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม ของ DeFleur (1970: 114) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานและเหตุการณ์แวดล้อมในสังคม เช่น กรณีที่สื่อมีเนื้อหาสาระเป็นไปตามบรรทัดฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง ก็มีผลให้บุคคลคล้อยตาม เพราะโดยปกติแล้วบุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานของสังคม

ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ นักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองว่าดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมือง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอาจให้ความสนใจในการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์มากกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมือง เนื่องจากมีหลายปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดในการศึกษา อาทิ ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ภาระหน้าที่ในครอบครัว ค่านิยม และอีกหลายปัจจัย ประกอบกับในระยะหลังมหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ออกสู่พื้นที่รอบนอกมากขึ้นด้วย โดยใช้สื่อบุคคลร่วมกับสื่ออื่น ๆ อาทิ แผ่นพับ ใบปลิว ข่าวแจก ในลักษณะของการแนะแนวทางการศึกษาและรับสมัครนักศึกษา การจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน และเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน ซึ่งจากการใช้สื่อบุคคลทำให้นักเรียนสามารถซักถามพูดคุยและได้ข้อมูลที่ต้องการชัดเจนมากขึ้น เมื่อรวมกับความสนใจ และปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นข้อจำกัดของนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมือง จึงส่งผลทำให้มองภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมือง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนวม สวงนทรัพย์ (2535: 95) เรื่องปัจจัยทางจิตวิทยาที่กล่าวว่าความต้องการผลประโยชน์ สติปัญญา ความเครียด ฯลฯ ทางจิตที่แตกต่างกัน ทำให้คนเรามีทัศนคติที่แตกต่างกันกันได้ แม้ว่าजेเจริญเติบโตมาใน

บรรยากาศแห่งวัฒนธรรมเดียวกัน และปัจจัยทางภาระหน้าที่ที่กล่าวว่า บุคลิกภาพของบุคคลมีผลกระทบต่อบทบาทแห่งการพัฒนาทัศนคตินั้น ๆ

ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ นักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองว่าดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมือง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนนอกเขตตัวเมืองไม่ค่อยได้มีโอกาสที่จะเข้าไปพบเห็นบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์มากเท่ากับนักเรียนในเขตตัวเมือง นอกจากนี้นักเรียนนอกเขตตัวเมืองได้ใช้ชีวิตอยู่ในชนบท ซึ่งมีความสงบ เรียบง่าย ทำให้มองว่าชีวิตในเขตตัวเมืองย่อมมีสิ่งที่ดีกว่า ทนสมัยกว่า และสะดวกสบายกว่าเสมอ

ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ นักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองว่าดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมือง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของครอบครัวที่ค่อนข้างยากจน ผลการเรียนที่อาจไม่ทัดเทียมกับนักเรียนในเขตตัวเมือง หรือความสนใจส่วนตัวของนักเรียนเอง ประกอบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งเดียวในจังหวัดและเปิดโอกาสทางการศึกษาให้แก่คนในท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาก็มีอัตราที่ต่ำกว่ามหาวิทยาลัยอื่น จึงทำให้นักเรียนนอกเขตตัวเมืองมองว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นสถาบันการศึกษาที่มีความเหมาะสมสำหรับตนเองในการศึกษาต่อมากที่สุด

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการที่นักเรียนศึกษาในเขตพื้นที่ที่ต่างกัน ย่อมมีผลทำให้มีทัศนระต่อมองภาพลักษณ์ในเรื่องต่างๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์แตกต่างกันได้จริง เพราะในเรื่องของภาพลักษณ์นอกจากขึ้นอยู่กับตัวบุคคลแล้วยังต้องมีสิ่งแวดล้อมที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้องกับ ไม่ว่าจะเป็นคนครอบครัว เพื่อน ครูอาจารย์ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมในสังคม ตลอดจนสถานการณ์ ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นมี ซึ่งตรงกับแนวคิดของพรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537: 129) ที่กล่าวว่าในตัวบุคคลหนึ่งก็อาจมีภาพลักษณ์ในทางบวกเรื่องหนึ่งและภาพลักษณ์ไปทางลบอีกเรื่องหนึ่งได้เช่นกัน ดังนั้นภาพลักษณ์องค์การจะดีหรือไม่สามารถพิจารณาจาก 4 ประเด็น คือ 1) เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อมของคนในสังคมที่ช่วยในการสร้างการ จดจำ 2) ช่องทางการสื่อสาร โดยเฉพาะคุณสมบัติของข่าวสาร และตัวสื่อมีความสำคัญสูงสุด 3) องค์ประกอบเฉพาะบุคคลคือทักษะการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม และ 4) การรับรู้และความประทับใจของบุคคล

ตาราง 19 เปรียบเทียบภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

(n =220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต ตัวเมือง		ศึกษานอกเขต ตัวเมือง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา					
1. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้าน การแต่งกาย	3.50	0.72	3.77	0.67	-2.79	0.003*
2. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้าน ด้านความรู้ ความสามารถ	3.78	0.72	3.96	0.67	-1.92	0.027*
3. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้าน พฤติกรรมในที่สาธารณะ	3.05	0.82	3.31	0.71	-2.53	0.006*
4. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้าน การกล้าแสดงออก และความ เชื่อมั่นในตนเอง	4.01	0.72	4.12	0.70	-1.12	0.130
รวม	3.59	0.49	3.79	0.47	-3.11	0.001*
ด้านการจัดการศึกษา						
5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในการให้โอกาสทางการ ศึกษาแก่คนในท้องถิ่น	4.12	0.74	4.21	0.69	-0.93	0.175
6. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ ผู้สอนด้านความเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิ	4.28	0.65	4.20	0.62	0.84	0.199
7. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ ผู้สอนด้านความเป็นผู้รู้	4.17	0.67	4.18	0.70	-0.09	0.461

ตาราง 19 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการจัดการศึกษา (n =220)						
8. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นครูและความสามารถในการสอน	4.20	0.63	4.12	0.67	0.92	0.179
9. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม	3.96	0.61	4.02	0.70	-0.70	0.239
10. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความน่าเชื่อถือ	3.97	0.65	4.10	0.63	-1.46	0.072
11. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องความร่วมมือด้านสื่อการเรียนการสอน	3.89	0.79	4.19	0.65	-3.05	0.001*
12. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการ	3.74	0.80	4.10	0.69	-3.50	0.000*
13. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน	3.76	0.64	4.07	0.70	-3.39	0.000*
14. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา	3.75	0.63	3.93	0.70	-2.00	0.023*
15. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการ	3.72	0.78	4.00	0.74	-2.64	0.004*

ตาราง 19 (ต่อ)

(n =220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการจัดการศึกษา						
16. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการเป็นสถาบันการศึกษา เพื่อท้องถิ่น	4.02	0.74	4.06	0.63	-0.38	0.349
17. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านราคาค่าธรรมเนียบ การศึกษา	3.61	0.69	3.80	0.72	-1.90	0.029*
18. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านความพร้อมและความ ทันสมัยของแหล่งศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ใน มหาวิทยาลัย	3.88	0.78	4.11	0.64	-2.43	0.008*
รวม	3.93	0.39	4.08	0.41	-2.64	0.004*
ด้านการประชาสัมพันธ์						
19. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการประชาสัมพันธ์รับ นักศึกษา	3.68	0.81	3.89	0.81	-1.90	0.029*
20. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในด้านการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย	3.60	0.76	3.86	0.71	-2.55	0.005*
21. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในด้านการประชาสัมพันธ์ กิจกรรม ภายนอก มหาวิทยาลัย	3.53	0.79	3.86	0.71	-1.91	0.028*

ตาราง 19 (ต่อ)

(n =220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านสถานภาพทางกายภาพ						
22. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความเหมาะสมของ บริเวณที่ตั้ง	3.95	0.72	4.11	0.70	-1.70	0.044*
23. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความสะดวกในการ คมนาคมหรือการเดินทางไป ติดต่อ	4.03	0.66	4.07	0.70	-0.39	0.346
24. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความพร้อมด้านอาคาร สถานที่	4.00	0.66	4.09	0.67	-1.01	0.156
25. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความเหมาะสมในการ เป็นสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา	3.97	0.72	4.18	0.66	-2.23	0.013*
รวม	3.99	0.51	4.11	0.50	-1.80	0.036
ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ						
26. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในเรื่องการให้โอกาสกับคน ในท้องถิ่นเข้าศึกษา	4.10	0.63	4.15	0.67	-0.61	0.269
27. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในเรื่องราคาค่าธรรมเนีย มการศึกษา	3.67	0.70	3.85	0.63	-2.01	0.022*
28. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในด้านที่ทำให้ผู้เรียนมีความ ใกล้ชิดกับผู้ปกครองและ ท้องถิ่น	3.78	0.79	3.82	0.63	-0.46	0.319

ตาราง 19 (ต่อ)

(n =220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการจัดการศึกษา						
16. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการเป็นสถาบันการศึกษา เพื่อท้องถิ่น	4.02	0.74	4.06	0.63	-0.38	0.349
17. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านราคาค่าธรรมเนียม การศึกษา	3.61	0.69	3.80	0.72	-1.90	0.029*
18. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านความพร้อมและความ ทันสมัยของแหล่งศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ใน มหาวิทยาลัย	3.88	0.78	4.11	0.64	-2.43	0.008*
รวม	3.93	0.39	4.08	0.41	-2.64	0.004*
ด้านการประชาสัมพันธ์						
19. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการประชาสัมพันธ์รับ นักศึกษา	3.68	0.81	3.89	0.81	-1.90	0.029*
20. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในด้านการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย	3.60	0.76	3.86	0.71	-2.55	0.005*
21. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในด้านการประชาสัมพันธ์ กิจกรรม ภายนอก มหาวิทยาลัย	3.53	0.79	3.86	0.71	-1.91	0.028*
รวม	3.60	0.66	3.83	0.61	-2.56	0.005*

ตาราง 19 (ต่อ)

(n =220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านสถานภาพทางกายภาพ						
22. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความเหมาะสมของ บริเวณที่ตั้ง	3.95	0.72	4.11	0.70	-1.70	0.044*
23. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความสะดวกในการ คมนาคมหรือการเดินทางไป ติดต่อ	4.03	0.66	4.07	0.70	-0.39	0.346
24. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความพร้อมด้านอาคาร สถานที่	4.00	0.66	4.09	0.67	-1.01	0.156
25. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความเหมาะสมในการ เป็นสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา	3.97	0.72	4.18	0.66	-2.23	0.013*
รวม	3.99	0.51	4.11	0.50	-1.80	0.036
ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ						
26. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในเรื่องการให้ออกาสกับคน ในท้องถิ่นเข้าศึกษา	4.10	0.63	4.15	0.67	-0.61	0.269
27. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในเรื่องราคาค่าธรรมเนียม การศึกษา	3.67	0.70	3.85	0.63	-2.01	0.022*
28. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในด้านที่ทำให้ผู้เรียนมีความ ใกล้ชิดกับผู้ปกครองและ ท้องถิ่น	3.78	0.79	3.82	0.63	-0.46	0.319

ตาราง 19 (ต่อ)

(n =220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ						
29. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ด้านความนิยมและควมมีชื่อเสียงโดยทั่วไป	3.64	0.80	4.04	0.65	-4.03	0.000*
30. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ด้านการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถและมีการทำงาน	3.80	0.851	4.09	0.784	-2.55	0.005*
รวม	3.80	0.53	3.99	0.46	-2.85	0.002*

* = $p \leq 0.05$

เปรียบเทียบนักเรียนที่เรียนในสายสามัญและสายอาชีพ (ตาราง 20)

3.7 ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องความรู้ ความสามารถของนักศึกษา พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา และเรื่องการกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา

ส่วนเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนสายอาชีพ คือ เรื่องการแต่งกายของนักศึกษา

3.8 ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการจัดการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องการให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษาของมหาวิทยาลัย การเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียน การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย และเรื่องความร่วมมือและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย

ส่วนเรื่องที่มีนักเรียนสายอาชีวมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนสายสามัญ คือ เรื่องความร่วมมือด้านสื่อการเรียนการสอน การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้มแข็งทางวิชาการ และ เรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน

3.9 ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ เรื่อง การประชาสัมพันธ์รับ นักศึกษา การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย และ เรื่องการประชาสัมพันธ์ภายนอกมหาวิทยาลัย

3.10 ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ

ส่วนเรื่องที่นักเรียนสายอาชีพมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนสายสามัญ คือ เรื่องความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย และ ความเหมาะสมในการเป็น สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา

3.11 ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องการให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา เรื่องการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครอง และท้องถิ่น และความนิยมและชื่อเสียงโดยทั่วไปของมหาวิทยาลัย

ส่วนเรื่องที่นักเรียนสายอาชีพมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนสายสามัญ คือ เรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถและมีงานทำ

3.12 ภาพลักษณ์โดยรวม

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ทุกด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา ด้านการจัดการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสถานภาพทางกายภาพ และด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

สรุป

จากการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ มองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาไม่แตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ

- ก. ความรู้ความสามารถของนักศึกษา
- ข. พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา และ
- ค. การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา

ส่วนเรื่องที่นักเรียนที่ศึกษาในสายสามัญ มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในสายอาชีพ คือ การแต่งกายของนักศึกษา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ด้านการจัดการศึกษา

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ มองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านการจัดการศึกษาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่ามีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ

- ก. การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น
- ข. ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน
- ค. ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน
- ง. ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน
- จ. ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน
- ฉ. ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน
- ช. ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษาของมหาวิทยาลัย
- ซ. การเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียน
- ฌ. การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น
- ญ. ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย และ
- ฎ. ความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ใน

มหาวิทยาลัย

ส่วนเรื่องที่นักเรียนที่ศึกษาในสายอาชีพ มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในสายสามัญ คือ

- ฎ. ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน
- ฐ. การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้มแข็งทางวิชาการ และ
- ฑ. การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน

ด้านการประชาสัมพันธ์

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพมองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่า มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ

- ก. การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา
- ข. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย และ
- ค. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านสถานภาพทางกายภาพ

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพมองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านสถานภาพทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่า มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ

- ก. ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และ
- ข. ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ

ส่วนเรื่องที่นักเรียนที่ศึกษาในสายอาชีพ มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในสายสามัญ คือ

- ค. ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย และ
- ง. ความเหมาะสมในการเป็นสถานับการศึกษาระดับอุดมศึกษา

ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพมองภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

โดยเรื่องที่นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่ามีภาพลักษณ์ ไม่แตกต่างกัน คือ

- ก. การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา
- ข. ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา
- ค. การทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น และ
- ง. ความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไปของมหาวิทยาลัย

ส่วนเรื่องที่นักเรียนที่ศึกษาในสายอาชีพ มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในสายสามัญ คือ การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถและมีงานทำ

การเปรียบเทียบโดยรวม สรุปว่า ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพไม่แตกต่างกันได้แก่

- ก. ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา
- ข. ด้านการจัดการศึกษา
- ค. ด้านการประชาสัมพันธ์
- ง. ด้านสถานภาพทางกายภาพ และ
- จ. ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพพบว่า นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ไม่แตกต่างกันในระดับดี ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนทั้งสองกลุ่มถึงแม้จะเรียนในสายวิชาการศึกษาที่ต่างกันแต่ก็ยังคงอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งมีกฎระเบียบ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมในสังคมเดียวกัน สิ่งแวดล้อมดังกล่าวอาจทำให้นักเรียนทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ หรือการรับรู้ข่าวสารเป็นไปในทิศทางเดียวกันได้ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Blumer (1969 อ้างใน สมัยศึกษนัดสอน, 2541: 16) ที่กล่าวว่า สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมด จะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติและมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจทางนั้นด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของคณะกรรมการศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ (2542: 30) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ตามทรรศนะของนักศึกษา” ที่พบว่า นักศึกษาที่เพศต่างกัน ประเภทการเป็นนักศึกษา ต่างกันและจังหวัดหรือภูมิลำเนาต่างกัน ไม่ทำให้ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษญา วรรณานูวัฒน์ (2540: ก) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในทัศนะของพนักงานทั่วประเทศ” ที่พบว่าตัวแปรด้านอายุ สถานภาพการศึกษา และอายุงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคาร จะสังเกตเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยดังกล่าวไม่ว่า

จะเป็นนักเรียน นักศึกษาหรือพนักงานของธนาคารกรุงไทย แต่ละกลุ่มล้วนเป็นกลุ่มเป้าหมายขององค์กรที่องค์กรจะต้องตอบสนองความพึงพอใจหรือพัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ ให้กลุ่มเป้าหมายมีเจตคติที่ดีเพื่อให้เกิดการยอมรับสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กรที่สำคัญทุกองค์กรย่อมต้องใช้การประชาสัมพันธ์มาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรในทิศทางเดียวกัน ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี เกิดการยอมรับ และศรัทธาในองค์กรต่อไป ซึ่งตรงกับแนวคิดของของ วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2546: 79) ที่ว่าภาพลักษณ์ที่บุคคลหรือประชาชนมีต่อองค์กร สถาบันจะเป็นไปอย่างไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่าที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ มองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ไม่แตกต่างกันในระดับดี

สำหรับภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่าไม่แตกต่างกันในระดับดี ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในเขตตัวเมือง มีโอกาสในการได้พบ รู้จักและทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันนักศึกษามหาวิทยาลัยอยู่บ่อยครั้ง รวมถึงนโยบายในการพัฒนาบุคลิกภาพนักศึกษาของมหาวิทยาลัยที่จะผลิตบัณฑิตให้เป็นคนดี คนเก่ง และมีคุณธรรม นับว่าเป็นนโยบายที่สอดคล้องกับนโยบายการผลิตนักเรียนในหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลายและหลักสูตรอาชีวศึกษา จึงส่งผลทำให้นักเรียนมองภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Rensis Likert (1975 อ้างใน สมัยศึก ถนัดสอน, 2541: 19) ที่กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ รับรู้ จากแหล่งทัศนคติต่าง ๆ ทั้งจากประสบการณ์ การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง และความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ซึ่งทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด แหล่งทำงาน เป็นต้น

ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่าไม่แตกต่างกันในระดับดี ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียนทั้งสองกลุ่มได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จึงทำให้ทราบว่ามีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นมหาวิทยาลัยในระดับอุดมศึกษาเพียงแห่งเดียวในจังหวัดอุดรดิตถ์ที่เปิดสอนหลักสูตรต่าง ๆ ทั้งในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท รวมถึงหลักสูตรนานาชาติที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน และจากสถิติการเก็บข้อมูลของกองบริการการศึกษาของมหาวิทยาลัยพบว่า นักศึกษาของมหาวิทยาลัยในปี 2548 รวมภาคพิเศษแล้วเป็นนักเรียนที่ศึกษาในสายสามัญ 6,337 คน และสายอาชีพ 4,358 คน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ทำให้นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

เป็นทางเลือกที่ดีอีกทางเลือกหนึ่งในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาได้ เพราะมีหลักสูตรที่เปิดรับสมัครทั้งนักเรียนในสายสามัญและสายอาชีพ จึงทำให้มองภาพลักษณ์ในด้านนี้ไม่แตกต่างกัน

ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองว่าไม่แตกต่างกันในระดับดี ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนทั้งสองกลุ่มเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่สำคัญในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย จึงทำให้มหาวิทยาลัยใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่ดีที่สุดและเลือกสื่อที่เหมาะสมที่สุดกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ ในการสื่อสารที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเพื่อให้เกิดการยอมรับ สนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยต่อไป การสื่อสารในการประชาสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องที่มหาวิทยาลัยจะต้องอาศัยความจริงและความถูกต้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Edward L. Bernays (ม.ป.ป. อ้างใน อุบลวรรณ ปิติพัฒนา โฆษิต, 2542: 131) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นหน่วยงาน สถาบัน จะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริงให้เกิดขึ้นในจิตใจประชาชนเพื่อผลทางด้านความประทับใจ

ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักเรียนทั้งสองกลุ่มต่างเป็นคนในจังหวัดเดียวกัน ในสภาพภูมิอากาศ และภูมิประเทศเดียวกัน อยู่ในสิ่งแวดล้อมเดียวกัน ประกอบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์มีการพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยให้มีความร่มรื่น สะอาดตา น่าอยู่ มีความปลอดภัย ไม่มีมลภาวะ เน้นการให้บริการความสะดวกสบายเมื่อเข้าไปติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537: 127) ที่กล่าวว่า ความปลอดภัย มลภาวะ และเทคโนโลยี เป็นคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับองค์กรโดยทั่วไป

ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ นักเรียนทั้งสองกลุ่มมองไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะว่า นักเรียนในสายสามัญและสายอาชีพส่วนใหญ่มีความมุ่งหวังที่จะศึกษาในระดับที่สูงขึ้นเหมือน ๆ กัน และต้องการที่จะเรียนในมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของคนส่วนใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์จัดว่าเป็นมหาวิทยาลัยแห่งเดียวในจังหวัดที่คนส่วนใหญ่ในท้องถิ่นให้การยอมรับ และนิยมส่งบุตรหลานเข้าไปเรียน จึงทำให้นักเรียนทั้งสองกลุ่มซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคนในท้องถิ่นมองภาพลักษณ์ในด้านนี้เหมือนกับคนทั่ว ๆ ไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร (2533: 75) ที่กล่าวว่าหากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้วในสายตาของสาธารณชนภาพลักษณ์นั้นก็จะเป็นเปลี่ยนแปลงหรือลบล้างไปได้ยาก และแนวคิดของ Boulding (1975: 159) ที่ว่าเมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในความรู้สึกนึกคิดของตนแล้ว ภาพลักษณ์นี้ก็จะยึดเหนี่ยวต่อพฤติกรรมของบุคคล ภาพลักษณ์ที่ได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้วย่อมมีแนวโน้มที่จะเหนี่ยวนำพฤติกรรมของผู้บริโภคและสาธารณชนให้เห็น

คล้ายตามกันไปในทิศทางเดียวกันได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์ เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยากเสมอ

ตาราง 20 เปรียบเทียบภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ

(n = 220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต ตัวเมือง		ศึกษานอกเขต ตัวเมือง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา					
1. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านการแต่งกาย	3.79	0.63	3.49	0.75	3.19	0.001*
2. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านความรู้ ความสามารถ	3.84	0.67	3.90	0.72	-0.57	0.283
3. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านพฤติกรรมในที่สาธารณะ	3.27	0.75	3.10	0.80	1.64	0.050
4. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านการกล้าแสดงออก และความเชื่อมั่นในตนเอง	3.92	0.70	4.21	0.70	-3.06	0.090
รวม	3.70	0.47	3.67	0.52	0.47	0.317
ด้านการจัดการศึกษา						
5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน	3.95	0.73	4.12	0.74	-1.73	0.042*
6. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้มแข็งทางวิชาการ	3.82	0.77	4.01	0.75	-1.85	0.033*
7. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน	3.81	0.75	4.01	0.60	-2.16	0.015*

ตาราง 20 (ต่อ)

(n =220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการจัดการศึกษา						
8. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในการให้โอกาสทางการ ศึกษาแก่คนในท้องถิ่น	4.22	0.71	4.11	0.72	1.12	0.131
9. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ ผู้สอนด้านความเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิ	4.25	0.62	4.23	0.64	0.21	0.416
10. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ ผู้สอนด้านความเป็นผู้รู้	4.11	0.68	4.23	0.68	-1.27	0.102
11. ภาพลักษณ์ของผู้สอนด้าน ความเป็นครูและ ความสามารถในการสอน	4.10	0.62	4.23	0.68	-1.54	0.062
12. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ ผู้สอนด้านความเป็นผู้มี คุณธรรม จริยธรรม	3.99	0.64	4.00	0.69	-0.10	0.460
13. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ ผู้สอนด้านความน่าเชื่อถือ	4.05	0.64	4.01	0.64	0.41	0.339
14. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านความเป็นธรรมในการ สอบคัดเลือก นักศึกษา	3.87	0.70	3.81	0.65	0.59	0.276
15. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในเรื่องการเปิดสอน สาขาวิชาเรียนได้ตรงตาม ความต้องการของผู้เรียนและ ผู้ประกอบการ	3.80	0.71	3.92	0.83	-1.21	0.112
16. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการเป็นสถาบันการศึกษา เพื่อท้องถิ่น	4.07	0.70	4.01	0.69	0.58	0.280

ตาราง 20 (ต่อ)

(n =220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการจัดการศึกษา						
17. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ด้านราคาค่าธรรมเนียม	3.78	0.65	3.63	0.76	1.51	0.060
การศึกษา						
18. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ด้านความพร้อมและความ						
ทันสมัยของแหล่งศึกษา	3.92	0.67	4.07	0.77	-1.48	0.069
ค้นคว้าหาความรู้ใน						
มหาวิทยาลัย						
รวม	3.98	0.40	4.03	0.41	-0.88	0.188
ด้านการศึกษาสัมพันธ์						
19. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ด้านการประชาสัมพันธ์รับ	3.80	0.79	3.76	0.84	0.41	0.341
นักศึกษา						
20. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ในด้านการประชาสัมพันธ์	3.71	0.69	3.75	0.80	-0.36	0.360
กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย						
21. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ในด้านการประชาสัมพันธ์	3.63	0.75	3.63	0.80	0.00	0.500
กิจกรรมภายนอก						
มหาวิทยาลัย						
รวม	3.72	0.59	3.71	0.70	0.03	0.486

ตาราง 20 (ต่อ)

(n =220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านสถานภาพทางกายภาพ						
22. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความพร้อมด้านอาคาร สถานที่	3.95	0.66	4.13	0.65	-2.03	0.021*
23. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความเหมาะสมในการ เป็นสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา	3.98	0.71	4.17	0.67	-2.03	0.021*
24. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความเหมาะสมของ บริเวณที่ตั้ง	4.01	0.72	4.05	0.70	-0.37	0.353
25. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เรื่องความสะดวกในการ คมนาคมหรือการเดินทางไป ติดต่อ	4.07	0.65	4.03	0.70	0.39	0.346
26. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการผลิตบัณฑิตให้มี ความรู้ ความสามารถ และมี งานทำ	3.84	0.79	4.05	0.85	-1.88	0.030*
27. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในเรื่องการให้โอกาสกับคน ในท้องถิ่นเข้าศึกษา	4.16	0.65	4.09	0.65	0.82	0.206
รวม	4.00	0.53	4.10	0.50	-1.34	0.091

ตาราง 20 (ต่อ)

(n = 220)

ภาพลักษณ์	ศึกษาในเขต		ศึกษานอกเขต		t	p
	ตัวเมือง		ตัวเมือง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ						
28. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ในเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา	3.81	0.67	3.70	0.66	1.20	0.110
29. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ในด้านที่ทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น	3.81	0.70	3.79	0.73	0.28	0.389
30. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย						
ด้านความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไป	3.83	0.72	3.85	0.79	-0.17	0.430

* = $p \leq 0.05$

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

จากการรวบรวมความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นสถาบันการศึกษาที่มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ ดีสะดวกที่จะเข้ามาศึกษาต่อ ไม่ต้องเดินทางไปไกลเพราะอยู่ในท้องถิ่นซึ่งใกล้บ้าน และยังเป็นสถาบันการศึกษาที่มีผู้สนใจเข้าศึกษาต่อจำนวนมาก แต่ควรเปิดสอนในสาขาวิชาที่หลากหลายให้มากกว่านี้

สำหรับเรื่องการรับสมัครนักเรียนนักเรียนมีความเห็นว่า มหาวิทยาลัยควรจะให้สิทธิพิเศษพิจารณาและให้โอกาสกับคนในจังหวัดก่อนเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังให้ความเห็นในเรื่องการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยว่ามีราคาค่อนข้างแพง ส่วนด้าน

การให้บริการอื่น ๆ นักเรียนต้องการให้มีหอพักในมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้น และเห็นว่ามหาวิทยาลัยควรปรับปรุงพัฒนาสนามกีฬาให้มีมาตรฐาน ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานให้มากกว่านี้

เรื่องการสร้างภาพลักษณ์ นักเรียนให้ความคิดเห็นว่า ควรจะเริ่มที่ตัวบุคลากรของมหาวิทยาลัยทุกคน โดยเฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ควรช่วยกันสร้างและรักษาภาพลักษณ์ไว้ โดยการประพฤติปฏิบัติตนในทางที่ดีหรือแต่งกายให้เหมาะสมกว่านี้

ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์ นักเรียนได้ให้ความคิดเห็นว่า มหาวิทยาลัยควรประชาสัมพันธ์ทั้งในเรื่องการสมัครรับนักศึกษา และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยให้ออกสู่ภายนอกมากกว่านี้ โดยเฉพาะนอกเขตตัวเมือง เพราะปัจจุบันเห็นแต่การประชาสัมพันธ์ในเขตตัวเมืองเป็นส่วนใหญ่



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และ ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากปัจจุบันสถาบันการศึกษาในทุกระดับ ทั้งประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างแข่งขันกันเปิดรับนักศึกษาและการพัฒนาคุณภาพของการจัดการเรียนการสอนกันมากขึ้น ทำให้ทุกสถาบันการศึกษาเริ่มที่จะพัฒนาและมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับสถาบัน เพื่อให้ผู้เรียนและประชาชนเกิดความมั่นใจ ให้ความนิยมเชื่อถือ ศรัทธา และให้ความร่วมมือต่อการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จต่อไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เป็นอีกสถาบันการศึกษาหนึ่งที่กำลังพัฒนาการดำเนินงานทางการจัดการศึกษา เพื่อผลิตบัณฑิตออกไปสู่สังคมอย่างมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับ สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่นได้ ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับมุมมอง ความต้องการ หรือข้อเสนอแนะจากนักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ดังนั้นการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จึงถือเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาด้านการจัดการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสถานภาพทางกายภาพ และด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ จำแนกตามเขตที่ตั้งของโรงเรียน และสาขาวิชาที่นักเรียนเรียน
2. เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่สังกัดสถาบันการศึกษาในเขตพื้นที่ต่างกันและเรียนในสาขาวิชาต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 220 คน ซึ่งได้จากการเปิดตารางสำเร็จรูปสำหรับกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จากนั้นจึงใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (cluster random sampling) โดยจัดกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่าทั้งหมดออกเป็น 4 กลุ่ม จำแนกตามเขตที่ตั้งของสถานศึกษาและสาขาวิชาการศึกษา ทำการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของประชากรแต่ละโรงเรียน และทำการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) โดยวิธีการจับฉลากจากรายชื่อ

นักเรียนแต่ละโรงเรียนเพื่อให้ได้ตัวแทนนักเรียนที่ตอบแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่กำหนด
สัดส่วนเอาไว้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
มากกว่าเพศชาย ศึกษาอยู่ในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ เรียนในสายสามัญและสาย
อาชีพ กลุ่มละ 55 คน และสนใจจะสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ คิดเป็น
ร้อยละ 72.30 นอกจากนี้ส่วนใหญ่เคยเข้าไปในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 90.00 เคยได้รับข่าวสาร
ของมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 84.10 และรู้จักกับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยมากกว่าไม่รู้จัก
คิดเป็นร้อยละ 78.60

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามเขตพื้นที่ของสถาบันการศึกษาและสายวิชาที่นักเรียนเรียน

จำแนกตามเขตพื้นที่ของสถาบันการศึกษา

1. จากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
ราชภัฏอุดรดิตถ์ในแต่ละด้าน อยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้แก่

1.1 ด้านสถานภาพทางกายภาพ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก
คือ ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ ส่วนเรื่องความเหมาะสมของบริเวณ
ที่ตั้งของมหาวิทยาลัย มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

1.2 ด้านการจัดการศึกษา พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ
ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย
มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

1.3 ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก คือ การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา ส่วนเรื่องความนิยมและความมีชื่อเสียงทั่วไปของมหาวิทยาลัย มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ๆ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

1.5 ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา ส่วนเรื่องการแต่งกายของนักศึกษา และ พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา มีภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง

2. จากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์ พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในแต่ละด้านอยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้แก่

2.1 ด้านสถานภาพทางกายภาพ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ส่วนเรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

2.2 ด้านการจัดการศึกษา พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

2.3 ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา ส่วนเรื่องการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาส่วนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

2.5 ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การกล้าแสดงออก และความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา มีภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง

จำแนกตามสายวิชาที่นักเรียนเรียน

3. จากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญ พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในแต่ละด้าน อยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้แก่

3.1 ด้านสถานภาพทางกายภาพ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ ส่วนเรื่องความพร้อมด้านอาคารสถานที่ เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

3.2 ด้านการจัดการศึกษา พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

3.3 ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัย อื่น ๆ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา ส่วนเรื่องการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

3.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

3.5 ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การกล้าแสดงออก และความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา ส่วนเรื่องพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

4. จากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายอาชีพ พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในแต่ละด้านอยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้แก่

4.1 ด้านสถานภาพทางกายภาพ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ ความเหมาะสมในการเป็นสถานประกอบการศึกษาระดับอุดมศึกษา ส่วนเรื่อง ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

4.2 ด้านการจัดการศึกษา พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

4.3 ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือการให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษาส่วนเรื่อง ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

4.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

4.5 ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา พบว่า เรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับแรก คือ การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองส่วนเรื่อง พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีภาพลักษณ์ดีอันดับสุดท้าย

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า

1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เรื่องที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยภาพลักษณ์สูง 10 อันดับแรก คือ

- 5.1 ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน
- 5.2 ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน
- 5.3 การให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย
- 5.4 ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน
- 5.5 การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษาเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ
- 5.6 ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา
- 5.7 การกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา
- 5.8 ความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ
- 5.9 การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย
- 5.10 ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย

6. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เรื่องที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยภาพลักษณ์ต่ำ 10 อันดับสุดท้าย คือ

- 6.1 พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา
- 6.2 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย
- 6.3 การแต่งกายของนักศึกษา
- 6.4 ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย

- 6.5 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย
- 6.6 ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ
- 6.7 การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาของมหาวิทยาลัย
- 6.8 การทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ
- 6.9 ความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไปของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ และ
- 6.10 ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตพื้นที่ต่างกัน และสาขาวิชาการศึกษาต่างกัน

เปรียบเทียบนักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ พบว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในเขตตัวเมืองและนอกเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์ แตกต่างกันในระดับที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

1. ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา
2. ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา
3. ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์
4. ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพและ
5. ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

โดยนักเรียนที่ศึกษานอกเขตตัวเมืองมองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ดีกว่านักเรียนที่ศึกษาในเขตตัวเมืองอุตรดิตถ์

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของภาพลักษณ์ในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา เรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัวเมือง คือ เรื่องความรู้ ความสามารถของนักศึกษา การแต่งกายของนักศึกษา และพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา ตามลำดับ ส่วนเรื่องที่มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องการกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา

ด้านการจัดการศึกษา เรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ คือ เรื่องความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความ เข้มแข็งทางวิชาการ การผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา การเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการ ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา และเรื่องความพร้อม ความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ส่วนเรื่องที่มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องการให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน และเรื่องความเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย

ด้านการประชาสัมพันธ์ เรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ คือ เรื่องการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย และ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านสถานภาพทางกายภาพ เรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ คือ เรื่อง ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง และความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัย ส่วนเรื่องที่มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ และความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย

ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ พบว่า เรื่องที่นักเรียนนอกเขตตัวเมือง มองว่ามีภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนในเขตตัวเมืองอุดรดิตต์ คือ เรื่อง ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา ความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไป และการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ ส่วนเรื่องที่มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน คือ การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา และการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น

เปรียบเทียบนักเรียนที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ พบว่า

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์โดยในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาในสายสามัญและสายอาชีพ ไม่แตกต่างกันในระดับดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

1. ภาพลักษณ์ด้าน บุคลิกภาพของนักศึกษา
2. ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา
3. ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์
4. ภาพลักษณ์ด้านสถานภาพทางกายภาพ
5. ภาพลักษณ์ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

เมื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์ในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา เรื่องที่นักเรียนสายสามัญและสายอาชีพมองว่าไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องความรู้ ความสามารถของนักศึกษา พฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา และเรื่องการกล้าแสดงออกและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษา ส่วนเรื่องที่นักเรียนสายสามัญมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนสายอาชีพ คือ เรื่องการแต่งกายของนักศึกษา

ด้านการจัดการศึกษา พบว่า เรื่องที่นักเรียนสายสามัญและสายอาชีพมองว่าไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องการให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น ความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นครูและความสามารถในการสอนของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมของอาจารย์ผู้สอน ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน ความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษาของมหาวิทยาลัย การเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงตามความต้องการของผู้เรียน การเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัย และเรื่องความพร้อม และ ความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในมหาวิทยาลัย ส่วนเรื่องที่นักเรียนสายอาชีพมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนสายสามัญ คือ เรื่อง ความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้มแข็งทางวิชาการ และ เรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า เรื่องที่นักเรียนสายสามัญและสายอาชีพมองว่าไม่แตกต่างกัน คือ เรื่องการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย และการประชาสัมพันธ์ภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านสถานภาพทางกายภาพ พบว่า เรื่องที่นักเรียนสายสามัญและสายอาชีพมองว่าไม่แตกต่างกัน คือ เรื่อง ความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ ส่วนเรื่องที่นักเรียนสายอาชีพมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนสายสามัญ คือ เรื่อง ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย และ ความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา

ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ พบว่า เรื่องที่นักเรียนสายสามัญและสายอาชีพมองว่าไม่แตกต่างกัน คือ เรื่อง การให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา ราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา เรื่องการทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น และค่านิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไปของมหาวิทยาลัย ส่วนเรื่องที่นักเรียนสายอาชีพมองภาพลักษณ์ดีกว่านักเรียนสายสามัญ คือเรื่อง การผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถและมีงานทำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในแต่ละด้าน ไม่มีเรื่องใดเลยที่มีภาพลักษณ์ในระดับดีมาก ดังนั้น ผู้บริหารควรจัดทำแผนการพัฒนาภาพลักษณ์ในด้านใดด้านหนึ่งหรือในทุก ๆ ด้านให้มีความเด่นชัดและมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง โดยจัดลำดับตามความสำคัญ ได้ดังนี้

ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา

จากผลการวิจัยที่ พบว่า เรื่องการแต่งกายของนักศึกษาและพฤติกรรมในที่สาธารณะของนักศึกษา เป็นเรื่องที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยภาพลักษณ์อยู่ใน 10 อันดับสุดท้าย ดังนั้น กองพัฒนานักศึกษา (กพน.) คณะต่าง ๆ อาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาทุกคน ควรร่วมมือกันปฏิบัติตามแนวทางต่อไปนี้

1. ออกกฎระเบียบ ข้อตกลง หรือข้อบังคับเกี่ยวกับการแต่งกาย และการประพฤติปฏิบัติตนของ นักศึกษาในมหาวิทยาลัยฉบับใหม่ โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษาหรือองค์การนักศึกษาได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการปฏิบัติที่เหมาะสมร่วมกับ คณะกรรมการของมหาวิทยาลัย

2. แต่งตั้งสารวัตรนักศึกษาทั้งในระดับคณะและมหาวิทยาลัย เพื่อทำหน้าที่ในการควบคุม ดูแลเรื่องการแต่งกาย และความประพฤติของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย ให้อยู่ภายใต้กฎ ระเบียบ ข้อตกลง หรือข้อบังคับ ที่กำหนดร่วมกันไว้อย่างเคร่งครัด โดยมีรองอธิการบดี ฝ่ายกิจการนักศึกษาเป็นที่ปรึกษา

3. จัด กิจกรรมการประกวด ธรรมรงค์ เพื่อคัดเลือกนักศึกษาในมหาวิทยาลัยที่มีบุคลิกภาพดีทั้งในด้านการแต่งกายและความประพฤติในแต่ละภาคเรียนเพื่อยกย่อง เชิดชู และเป็นตัวแทนนักศึกษาในการทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ร่วมกับชุมชนหรือท้องถิ่น เพื่อเป็นการเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย

4. อาจารย์ผู้สอนทุกคนควรประเมินความประพฤติและการแต่งกายของนักศึกษาอย่างเข้มงวด และนำไปประเมินร่วมกับผลการเรียนในแต่ละปีการศึกษา หรือนำผลการประเมินส่งกองพัฒนานักศึกษา เพื่อดำเนินการลงโทษ ตามข้อตกลงต่อไป

ด้านการประชาสัมพันธ์

จากผลการวิจัยที่พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งในเรื่องการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมากแต่ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่า กลับมีภาพลักษณ์ในระดับดี อยู่ใน 10 อันดับสุดท้าย ดังนั้น

1. ผู้บริหารควรเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนควรพิจารณาจัดสรรงบประมาณในส่วนของงานประชาสัมพันธ์ให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง จำเป็นต้องใช้สื่อที่มีความหลากหลายและอาศัยเครื่องมือและเทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างครบครัน นอกจากนี้ควรคัดเลือกบุคคลที่มีคุณวุฒิ คุณสมบัติ และมีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์โดยตรงเข้าทำงาน อย่างน้อย 3 – 4 คน เพื่อศึกษาภาพในการทำงาน

2. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรทำการวิจัยหรือสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรภายในและบุคคลภายนอกองค์กรที่มีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์แต่ละเรื่องให้มีความชัดเจน บรรลุตามเป้าหมายของการดำเนินงาน ตลอดจนเพื่อเขียนเป็นแผนการประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีให้เด่นชัดและนำเสนอผู้บริหารพิจารณา ติดตามผลการปฏิบัติงาน และพัฒนาต่อไป

3. ควรมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ภายนอกให้มากขึ้น โดยอาศัยสื่อมวลชนในท้องถิ่น ประกอบกับการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย อาทิ วารสารวิชาการ แผ่นพับแนะนำแนวการศึกษา หรือข่าวแจกการทำกิจกรรม ผลงานของอาจารย์ นักศึกษา ในรูปแบบที่หลากหลายและมีความแปลกใหม่ ส่งไปตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง หรืออาจจัดแสดงนิทรรศการ กิจกรรมสัญจร เพื่อให้เข้าถึงชุมชน ท้องถิ่น ที่อยู่ภายนอกมหาวิทยาลัยให้มากขึ้น เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการช่วยสร้างความรู้ ความเข้าใจ ก่อให้เกิดทัศนคติ และความสัมพันธ์อันดี นอกจากนี้ยังทำให้คนภายนอกมองว่าภาพลักษณ์เรื่องการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมนอกมหาวิทยาลัยมีความโดดเด่นและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ

จากผลการวิจัยที่พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เรื่องการให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษาเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 5 ส่วนเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา เรื่อง การทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครอง และท้องถิ่น เรื่องความนิยม ความมีชื่อเสียงโดยทั่วไปของมหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ มีคะแนนเฉลี่ยภาพลักษณ์ต่ำ อยู่ใน 10 อันดับสุดท้าย เพื่อให้มหาวิทยาลัยได้รับการยอมรับในสายตาของนักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปมากขึ้น ดังนั้น

1. มหาวิทยาลัยควรจัดสรรงบประมาณและตั้งคณะกรรมการฝ่ายคัดกรองนักเรียนผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา ซึ่งจะทำหน้าที่ในการออกไปพบปะนักเรียนตามหมู่บ้าน ตำบล อำเภอต่าง ๆ เพื่อคัดเลือกรักเรียนที่มีความขาดสนหรือยากจนจริง ๆ ให้ได้รับสิทธิพิเศษทางการศึกษาฟรีหรือเสียค่าธรรมเนียมเพียงครั้งเดียว หรือจัดทำโครงการเปิดสอนหรือฝึกอบรมในหลักสูตรระยะสั้น โดยมุ่งเน้นเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพของคนในชุมชน หรือองค์การต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้มากขึ้น

2. สร้างความแตกต่างทางวิชาการหรือความโดดเด่นให้สอดคล้องกับปรัชญามหาวิทยาลัยที่มุ่งการพัฒนาการศึกษาควบคู่ไปกับท้องถิ่น คือ เน้นการผลิตสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ หรือนำเสนอผลงานสู่ท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง เช่น เครื่องแยกเมล็ดกลางสาด โปรแกรมออกแบบลายผ้าขึ้นตีนจก สูตรปุ๋ยที่ช่วยให้ผลิตผลทางการเกษตรงอกงาม การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้ผลผลิตทางการเกษตรในท้องถิ่น การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารในชุมชน เป็นต้นโดยอาจจัดในรูปการสาธิต การอบรมให้ความรู้ หรือการวิจัยร่วมกับชุมชน ทั้งนี้ต้องอาศัยการสร้างเครือข่ายโดยให้องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

ด้านการจัดการศึกษา

จากผลการวิจัยที่พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เรื่องความเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและความเป็นผู้รู้ของอาจารย์ผู้สอน มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เป็นอันดับหนึ่งและอันดับสอง ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยควรให้การสนับสนุนเรื่องการพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะสายวิชาการอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นให้อาจารย์ไปศึกษาต่อหรือฝึกอบรมตามหลักสูตรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ตรงกับสาขาวิชาที่สอน เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้เรียนและบุคคลทั่วไปมีความเชื่อถือและเกิดการยอมรับมากยิ่งขึ้น

2. อาจารย์ผู้สอนควรผลิตผลงานทางวิชาการ และเผยแพร่ออกสู่ชุมชนหรือท้องถิ่นให้มากขึ้น ตลอดจนควรมุ่งเน้นเรื่องการให้บริการวิชาการกับชุมชน เพื่อทำให้คนภายนอกมองเห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีบุคลากรผู้สอนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ และมีศักยภาพในการสอนอย่างแท้จริง

จากผลการวิจัยที่พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เรื่องการเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่นในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่า อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 9 ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยควรกำหนดให้ทุกคณะมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสนับสนุน หรือพัฒนาเรื่องต่าง ๆ ของท้องถิ่น โดยอาจกำหนดให้ทุกคณะจัดกิจกรรมลงสู่ชุมชนทุกปีการศึกษา และรายงานผลต่ออธิการบดี

2. อาจารย์ผู้สอนควรจัดกิจกรรมการเรียนการสอน โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้สู่ชุมชน เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าไปสัมผัสหรือมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์กิจกรรมที่ดีที่สามารถเอื้อประโยชน์ให้กับชุมชนและท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง เช่น สอนหนังสือให้แก่เด็กเล็กในชุมชน สอนการผลิตสื่อการเรียนการสอนระดับปฐมวัยให้กับโรงเรียนรอบนอก ให้ความรู้เรื่องการเกษตร การจัดการรายครัวชุมชน หรือการทำวิจัยร่วมกับชุมชน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการเก็บข้อมูลครั้งต่อไป

1. ในการเก็บข้อมูล ที่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ควรเก็บในช่วงต้นปีการศึกษา จนถึงกลางปีการศึกษา ไม่ควรเก็บข้อมูลในช่วงที่นักเรียนใกล้สอบ หรือมีกิจกรรมกับทางโรงเรียน เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลตอบกลับไม่สมบูรณ์หรือไม่ได้รับความร่วมมือจากนักเรียนมากเท่าที่ควร

2. การวิจัยครั้งนี้ เน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช. เท่านั้น ซึ่งหากการวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการด้วยความล่าช้า ผลการวิจัยอาจขาดความเป็นปัจจุบัน ทำให้นำไปใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่หรืออาจไม่ทันต่อเหตุการณ์ ดังนั้นจึงควรเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 5 ด้วย

ข้อเสนอแนะเรื่องตัวแปรและหัวข้อวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะต่างจากเดิม เช่น กลุ่มศิษย์เก่า กลุ่มคณะอาจารย์ต่างมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้ใช้บัณฑิตทั้งในภาครัฐและเอกชน ฯลฯ เพราะแต่ละกลุ่มอาจมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยในเรื่องต่าง ๆ แตกต่างกันไป ทำให้มีข้อมูลเพิ่มมากขึ้นในอีกหลายมุมมอง ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยอย่างสูงสุด
2. ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เจาะลึกในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ อาทิ การสัมภาษณ์ การจัดเวทีประชาคม เป็นต้น จะทำให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึก มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น
3. ควรทำการวิจัยประยุกต์ (applied research) เพื่อกำหนดเรื่องบทบาทของบุคลากรในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก หารูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรและรูปแบบการมีส่วนร่วมในการสร้างภาพลักษณ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบัน เป็นต้น

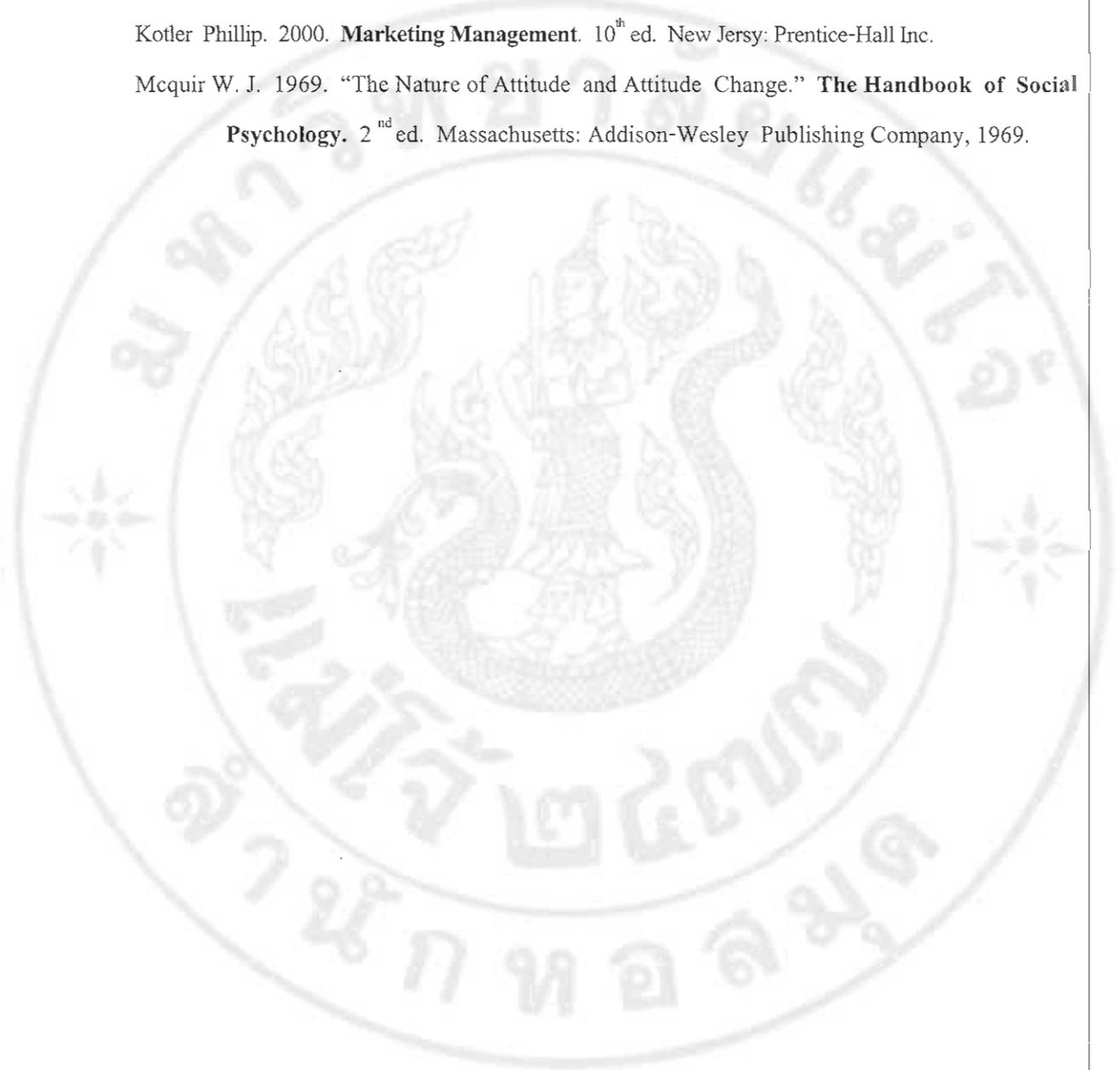
บรรณานุกรม

- กุลธิดา ธรรมวิภังค์. 2545. “การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
ธนบุรี: ศึกษาเฉพาะกรณี 19 โรงเรียนในชุมชน”. วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. 25(2)
(เมษายน – มิถุนายน): 131 - 148.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. 2540. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.
- คณะกรรมการศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์. 2542. ภาพลักษณ์สถาบัน
ราชภัฏอุดรดิตถ์ตามทรรศนะของนักศึกษา. อุดรดิตถ์: สถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์.
- จิตลาวัลย์ บุนนาค. 2539. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยม
ศึกษาตอนปลาย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราพร สีขาว. 2546. “ภาพลักษณ์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.Idea.go.th
/~nithitad/image.html](http://www.Idea.go.th/~nithitad/image.html) (16 มิถุนายน 2546).
- ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. 2537. การศึกษากสยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้าง
ภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. 2535. การสื่อสารสถาบันกับการสร้างภาพพจน์ : ศึกษากรณีการเคหะ
แห่งชาติ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โชติรส อุตสาหกิจ. 2541. การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์.
กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2543. สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง. 2536. การสื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:
ทีพีพีรินทร์.
- ตริงตรา ทรัพย์ส่งแสง. 2541. ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- นวม สงวนทรัพย์. 2535. สารคดีวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นัทลี ดารานันท์. 2538. ภาพพจน์ของท่าอากาศยานแห่งประเทศไทยในทรรศนะของผู้โดยสาร
ชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้โดยสารในประเทศ.
กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2542. โลกของสื่อ
กรุงเทพฯ: หจก. เค. ซี. พริน แอนด์ แอด.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. 2537. “ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์” ใน ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง :
การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. 2540. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ:
ประกายพริก.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2537. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์
ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิชญา กรรณานุกัณณ์. 2540. การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ใน
ทรรศนะของพนักงานทั่วประเทศ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต.
- ไพบุลย์ อินทรวีชา. 2517. หลักและวิธีการจัดเจตคติ: อนุสารเพื่อการวิจัย ฉบับที่ 3. กรุงเทพฯ:
กองการวิจัยการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- รณพร แววกักดี. 2542. ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานครในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี
ค.ศ. 1999. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัตนา ปัญญาดี. 2541. ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดใน
สายตาของประชาชนและสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. 2546. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2536. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริม
วิชาการ.
- วาสนา จันทร์สว่าง สุเทพ เขาวลิต วิทยา เทียนจวง ดวงพร คำฉ้วนวัฒน์ และ
ศรีปราชญ์ สามีคศิธรรม. 2541. ภาพลักษณ์กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:
สามเจริญพาณิชย์.
- วิจิตร อวาะกุล. 2534. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โอ เอส พรินติ้งเฮาส์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
_____. 2546. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรยา ภัทรอาชาชัย. 2539. หลักการวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: อินเตอร์-เทค พรินติ้ง.
- ศิริชัย กาญจนวาที. 2545. สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ชวลิต ประภวานนท์ ฌดา จันทร์สม และ วไลลักษณ์ อัครีรวงศ์. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: เอ เอ็น การพิมพ์.
- สมัยศึก ถนัดสอน. 2541. ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สันติมา เกษมสันต์ ณ ออยุธยา. 2539. ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักมาตรฐานการศึกษาสถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์. 2545. รายงานผลการประเมินคุณภาพสถาบันอุดมศึกษา. อุตรดิตถ์: สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์. (เอกสารอัดสำเนา)
- สำนักวางแผนและพัฒนา สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์. 2545. เอกสารประกอบการประชุมสัมมนา 24-25 ตุลาคม 2545. อุตรดิตถ์: สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์. (เอกสารอัดสำเนา).
- สำนักวางแผนและพัฒนา สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์. 2546. แผนพัฒนาการศึกษาระยะที่ 9 พ.ศ. 2545 - 2549 ฉบับปรับปรุงเดือนกรกฎาคม 2546. อุตรดิตถ์: ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์. (เอกสารอัดสำเนา).
- สำนักวางแผนและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. 2547. แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พ.ศ. 2547 - 2555. อุตรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- สำนักส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. 2547. สถิติการรับสมัครสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อของสถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์ ปี 2545 - 2547. อุตรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. (เอกสารอัดสำเนา).
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: เอ เอ็น การพิมพ์.
- อานวย วีรวรรณ. 2527. "การแก้วิกฤตการณ์และสร้างภาพพจน์ให้กับองค์กร". น. 90-92. ใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนนะ โฉมิต. 2542. การเขียนในสื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Boorstion, Daniel J. 1973. *The Image : A Guide to Pseudo-Events in AMERICA*. New York: Athenneum.
- Boulding, Kenneth E. 1975. *The Image. Knowledge in life and Society*. Ann Arbor. The University of Michigan.

- De Fleur, Melvin L. 1970. **The theories of Mass Communication**. New York: David Mckny Company.
- Jafkins Frank. 1993. **Planned Press and Public Relation**. 3rd ed. Great Britain: A Lden Place.
- Klapper, Joseph T. 1960. **The Effect of Mass Communication**. New York: The Free Press.
- Kotler Phillip. 2000. **Marketing Management**. 10th ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Mcquir W. J. 1969. "The Nature of Attitude and Attitude Change." **The Handbook of Social Psychology**. 2nd ed. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company, 1969.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ชี้แจง

- แบบสอบถามฉบับนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ในระดับมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำเสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนามหาวิทยาลัยให้มีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่คู่กับท้องถิ่นต่อไป
- แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 2 ตอน ขอความกรุณากรอกข้อมูลตามความเป็นจริงที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านให้ครบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของการแปลผลต่อไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

Sex

1 ชาย

2 หญิง

2. สถาบันการศึกษาที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน

Levl

1 สถาบันการศึกษาในเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

1 โรงเรียนอุดรดิตถ์

4 วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรดิตถ์

2 โรงเรียนอุดรดิตถ์ครุณี

5 วิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตถ์

3 โรงเรียนอุดรดิตถ์เทคโนโลยี

6 วิทยาลัยสารพัดช่างอุดรดิตถ์

2 สถาบันศึกษานอกเขตตัวเมืองอุดรดิตถ์

Lev2

1 โรงเรียนอุดรดิตถ์วิทยา

10 โรงเรียนบ้านโคกพิทยาคม

2 โรงเรียนทุ่งกะโล่วิทยา

11 โรงเรียนพิชัย

3 โรงเรียนแสนตอวิทยา

12 โรงเรียนบ้านโคกพิทยา

4 โรงเรียนวังกะพี้พิทยาคม

13 โรงเรียนดาราพิทยาคม

5 โรงเรียนน้ำริดวิทยา

14 โรงเรียนลับแลศรีวิทยา

6 โรงเรียนตรอนศรีสินธุ์

15 โรงเรียนลับแลพิทยาคม

7 โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ

16 โรงเรียนด่านแม่คำมันพิทยาคม

8 โรงเรียนน้ำป่าคชนูปถัมภ์17 โรงเรียนทองแสนขันวิทยา9 โรงเรียนฟากท่าวิทยา

3. ท่านศึกษาอยู่ในสายการศึกษาใด

Line 1 สายสามัญ (ม.6)2 สายอาชีพ (ปวช.)

4. ท่านสนใจที่จะสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์หรือไม่

Inter 1 สนใจ2 ไม่สนใจ

5. ท่านเคยเข้าไปในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์บ้างหรือไม่

Ent 1 เคย2 ไม่เคย

6. ท่านเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์บ้างหรือไม่

News 1 เคย2 ไม่เคย

7. ท่านรู้จักนักศึกษาที่เรียนหรืออาจารย์ผู้สอนหรือนุเคราะห์อื่น ๆ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์บ้างหรือไม่

Know 1 รู้จัก2 ไม่รู้จัก

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในทรรศนะของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

- 5 = ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีมาก
4 = ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี
3 = ภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง
2 = ภาพลักษณ์อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี
1 = ภาพลักษณ์อยู่ในระดับไม่ดี

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา					
1. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านการแต่งกาย					
2. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านความรู้ ความสามารถ					
3. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านพฤติกรรมในที่ สาธารณะ					
4. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาด้านการกล้า แสดงออกและความเชื่อมั่นในตัวเอง					
ด้านบริหารจัดการศึกษา					
5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในการให้ โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น					
6. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิ					
7. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็น ผู้รู้					
8. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็น ครูและความสามารถในการสอน					
9. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็น ผู้มีคุณธรรมจริยธรรม					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านบุคลิกภาพของนักศึกษา					
10. ภาพลักษณ์ของอาจารย์ผู้สอนด้านความน่าเชื่อถือ					
11. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน					
12. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และความเข้มแข็งทางวิชาการ					
13. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงาน					
14. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความเป็นธรรมในการสอบคัดเลือกนักศึกษา					
15. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการเปิดสอนสาขาวิชาเรียนได้ตรงกับความต้องการของผู้เรียนและผู้ประกอบการ					
16. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น					
17. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา					
18. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความพร้อมและความทันสมัยของแหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในสถาบัน					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการประชาสัมพันธ์					
19. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านการประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษา					
20. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในสถาบัน					
21. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกสถาบัน					
ด้านสถานภาพทางกายภาพ					
22. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความเหมาะสมของบริเวณที่ตั้ง					
23. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความสะดวกในการคมนาคมหรือการเดินทางไปติดต่อ					
24. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องความพร้อมด้านอาคารสถานที่					
25. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเรื่องความเหมาะสมในการเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านภาพรวมเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ					
26. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องการให้โอกาสกับคนในท้องถิ่นเข้าศึกษา					
27. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในเรื่องราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา					
28. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านที่ทำให้ผู้เรียนมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครองและท้องถิ่น					
29. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านความนิยมและความมีชื่อเสียงโดยทั่วไป					
30. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีงานทำ					

ความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์
นางสาวชญญา จันทร์ตรง



ภาคผนวก ข
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวธัญญา จันทร์ตรง	
วัน เดือน ปีเกิด	5 ธันวาคม 2518	
ภูมิลำเนา	จังหวัดอุตรดิตถ์	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2533	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอุตรดิตถ์ครุณี จังหวัดอุตรดิตถ์
	พ.ศ. 2537	ปริญญาตรี สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2541	พนักงานคอมพิวเตอร์ ห้างหุ้นส่วน ปัญญามอเตอร์ จำกัด (มหาชน)
	พ.ศ. 2542 - 2545	อาจารย์อัตราจ้าง สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์
	พ.ศ. 2545	เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม 3 กรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร
	พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำ เทียบระดับ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์