

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

ตราจิตต์ เมืองคล้าย

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารทั่วไป
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
กรกฎาคม 2556
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมปัญหาพิเศษและคณะกรรมการสอบปากเปล่าปัญหาพิเศษ ได้พิจารณาปัญหาพิเศษของ ตราจิตต์ เมืองคล้าย ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

..... อ. ณีฤทธิ์

(อาจารย์เอกลักษณ์ ณีฤทธิ์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปัญหาพิเศษ

..... ประธานกรรมการ

(ดร.ธนวัฒน์ พิมลจินดา)

..... กรรมการ

(อาจารย์กฤษฎา นันทเพ็ชร)

..... กรรมการและเลขานุการ

(อาจารย์เอกลักษณ์ ณีฤทธิ์)

วิทยาลัยการบริการรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีวิทยาลัยการบริการรัฐกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชนี ธารเสนา)

วันที่ เดือน พ.ศ.

ประกาศคุณูปการ

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลืออนุเคราะห์ และ คำปรึกษาเป็นอย่างดี จากอาจารย์เอกลักษณ์ วัฒนฤทธิ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้กรุณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของ แบบสอบถาม อีกทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเป็นอย่างมาก และผู้อำนวยการ โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” ที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ผู้วิจัยเข้าไปเก็บข้อมูล

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัวที่คอยให้กำลังใจในระหว่างการทำปัญหาพิเศษแก่ผู้วิจัย เสมอมา

ตราจิตต์ เมืองกล้า

52930392: สาขาวิชา: การบริหารทั่วไป; รป.ม. (การบริหารทั่วไป)

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์/ มหาวิทยาลัยบูรพา/ ทักษะ

ตราจิติ์ เมืองคล้าย: ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทักษะของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา (IMAGE OF BURAPHA
UNIVERSITY FROM GRADE TWELFTH SCHOOL STUDENTS PIBOONBUMPEN
DEMONSTRATION SCHOOL, BURAPHA UNIVERSITY) อาจารย์ผู้ควบคุมปัญหาพิเศษ:
เอกลักษณ์ ฉัตรฤทธิ์, รป.ม. 75 หน้า. ปี พ.ศ. 2556.

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทักษะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
ปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบ
ทักษะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” ที่มีต่อภาพลักษณ์ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต
“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 จำนวน 174 คน เครื่องมือที่ใช้ใน
การเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามแบบ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่
Independent Sampling t-test และ One-way ANOVA

จากผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทักษะของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ในภาพรวมจัดอยู่ใน
ระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักเรียนมีทักษะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา
ในระดับดีทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความศรัทธารองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือ และ
ด้านการยอมรับ

นักเรียนมีความคิดเห็นด้านความเชื่อถือในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน
ในเรื่องคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยบูรพามีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ใน
รายวิชาที่สอน ด้านการยอมรับในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง
มหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ด้านความศรัทธาในภาพรวมจัดอยู่
ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่ชุมชนมีความ
ภาคภูมิใจ

เมื่อเปรียบเทียบทักษะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ”
มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ หลักสูตรการศึกษา
ที่เรียน ภูมิภาค และคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อ ไม่แตกต่างกัน

52930392: MAJOR: GENERAL ADMINISTRATION: M.P.A. (GENERAL ADMINISTRATION)

KEYWORDS: IMAGE/ BURAPHA UNIVERSITY/ PERCEIVED

TRAJIT MUANGKLAI: IMAGE OF BURAPHA UNIVERSITY FROM GRADE TWELFTH SCHOOL STUDENTS PIBOONBUMPEN DEMONSTRATION SCHOOL, BURAPHA UNIVERSITY. ADVISORY: AKEKALUK NUTTARIT, M.P.A., 75 P. 2013.

This research aimed to study and compare the image of Burapha University as perceived by grade 12 students in Piboonbumpen Demonstration School, Burapha University. The sample was 174 students in grade 12 at Piboonbumpen Demonstration School in the 2012 academic year. Rating-scale questionnaires were used to collect the data, and independent sampling t-test and One-way ANOVA were used to analyze the data.

The study results reveal a good level of overall expectation. When each aspect was examined, faith ranked highest, followed by reliability and acceptance.

The study of faith also revealed a good level of overall student opinion with the highest average being lecturers of Burapha University having the ability to transfer knowledge and experience in the subjects they teach. The study of reliability also revealed a good level of overall student opinion with the highest average being Burapha University having regular activities with the community. The study of acceptance also revealed a good level of overall student opinion with the highest average being Burapha University being an educational institution with a proud community.

When comparing the image of Burapha University by gender, program studies, domicile province and faculty of interest in Burapha University, no difference was found.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	25
ประวัติความเป็นมาและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยบูรพา.....	27
ข้อมูลพื้นฐาน โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	40
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	45
ตอนที่ 1 สถานภาพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา.....	45
ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา.....	49
ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ”.....	54
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	59
สรุปผลการวิจัย.....	59
อภิปรายผลการวิจัย.....	62
ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	67
ภาคผนวก.....	71
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	75

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนนักเรียนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง..... 41
2	เพศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555..... 45
3	หลักสูตรการศึกษาที่เรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาประจำปีการศึกษา 2555..... 46
4	ภูมิลำเนาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาประจำปีการศึกษา 2555..... 46
5	คณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาประจำปีการศึกษา 2555..... 47
6	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านความเชื่อถือ..... 49
7	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านการยอมรับ..... 51
8	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านความศรัทธา..... 53
9	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา..... 54
10	ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ..... 54
11	ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามภูมิลำเนา..... 55
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามหลักสูตรการศึกษาที่เรียน..... 55
13	การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นใน ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียน สาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามหลักสูตรการศึกษาที่เรียน..... 56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
14	56
<p>ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพา.....</p>	
15	58
<p>การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทาลัย บูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อ.....</p>	

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2 โครงสร้างการบริหาร โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา.....	34

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางโดยเฉพาะในวงการประชาสัมพันธว่า ภาพลักษณ์มีผลต่อการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กร และต่อบุคคลในองค์กร หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีประชาชนจะเกิดความไว้วางใจ ศรัทธา ยอมรับ และให้ความร่วมมือ สนับสนุน หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบประชาชนขาดความไว้วางใจ ไม่ยอมรับนับถือ

การศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ไม่ได้ศึกษาเพียงแต่ในวงการธุรกิจเท่านั้น ในส่วนของทางราชการหรือองค์กรทางการศึกษาก็ให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว องค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชนและมวลชนมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อสารมวลชน ทำให้คนในสังคมต่าง ๆ รับทราบข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้อย่างกว้างขวาง ทุกคนต้องการรับรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนร่วมมือให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีย่อมได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเกลียดชัง ภาพลักษณ์จึงเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดีแม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้ง่าย เหมือนหนึ่งร่างกายของคนแข็งแรง มีภูมิคุ้มกันโรค หากได้รับเชื้อโรคหรือมีอาการเจ็บป่วย อาการก็จะไม่ร้ายแรงและหายเร็วกว่าปกติ (ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร, 2537)

ในส่วนของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้วยสภาพการณ์ปัจจุบันที่สถาบันอุดมศึกษาเกือบทุกแห่งมีความจำเป็นต้องเสาะหางบประมาณเพื่อใช้ในการบริหารจัดการภายในมหาวิทยาลัยมากขึ้น ดังนั้น กลยุทธ์หนึ่งที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบให้กับสถาบันอุดมศึกษานั้นได้ก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้นักเรียน ผู้ปกครอง และประชาชนมีความสนใจ มีความเชื่อมั่น และต้องการที่เข้ามาสมัครศึกษาต่อ (ธีระพันธ์ ชนาพรรณ, 2548, หน้า 5)

ปัจจุบันในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการจัดตั้งสถาบันอุดมศึกษาขึ้นมากมาย โดยเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี ซึ่งไม่ได้มีเพียงมหาวิทยาลัยบูรพาเพียงแห่งเดียว ยังมีมหาวิทยาลัยต่าง ๆ อาทิ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

วิทยาเขตบางพระ มหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา ทำให้สภาวะการแข่งขันของ สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา หรือมหาวิทยาลัยมีอัตราที่สูงขึ้น ซึ่งหลักสูตรที่เปิดสอนของแต่ละสถาบัน อาจมีความเหมือนหรือคล้ายคลึงกันก็เพื่อต้องการรองรับการขยายตัวทาง เศรษฐกิจภายในเขตภาคตะวันออกทั้งสิ้น ดังนั้น มหาวิทยาลัยทุกแห่งจะต้องเริ่มวางแผนพัฒนา ศักยภาพของสถาบันเพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ดี ให้เป็นที่ยอมรับของท้องถิ่นและสังคมมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ สังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ตั้งอยู่ในภาคตะวันออก มีบทบาท หน้าที่หลักที่สำคัญ 4 ประการ คือ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม และ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ปัจจุบันมหาวิทยาลัยบูรพามีการจัดการศึกษา 3 ระดับ คือ ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก จำนวน 22 คณะ 4 วิทยาลัย 3 วิทยาเขต

ในการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยบูรพานั้น ผู้วิจัยได้ค้นคว้าจากรายงานสถิติข้อมูล ของมหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพามีนิสิตทั้งระดับปริญญาตรีทั้งหมด จำนวน 28,245 คน ระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต จำนวน 102 คน ระดับปริญญาโททั้งหมด จำนวน 6,033 คน และระดับปริญญาเอกทั้งหมด จำนวน 721 คน (มหาวิทยาลัยบูรพา, 2544, หน้า 33)

การรับรู้ที่มีความสำคัญต่อปฏิริยาตอบสนองของบุคคล โดยเฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้อง กับองค์การ นั่นคือ ถ้ากลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องมีการรับรู้ไปในทางบวกก็จะเป็นผลดีกับองค์การ แต่ ในทางกลับกัน ถ้ากลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องมีการรับรู้เป็นไปในทางลบก็จะเกิดผลเสียกับองค์การได้ โดยที่ภาพลักษณ์ขององค์การในทางบวก จะทำให้ได้รับความเชื่อถือ ศรัทธา และยอมรับ ในทาง ตรงกันข้าม ถ้าภาพลักษณ์ขององค์การในทางลบ จะทำให้ไม่ได้รับการยอมรับ ทั้งยังบั่นทอนขวัญ และกำลังใจของบุคลากรในองค์การอีกด้วย ซึ่งการรับรู้เป็นขึ้นตอนหนึ่งของการเกิดภาพลักษณ์ (พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร, 2540, หน้า 37) การสร้างภาพลักษณ์หน่วยงานที่ถูกต้อง จะทำให้ หน่วยงานก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายที่วางไว้ และทำให้บุคคลทั่วไปยอมรับ เชื่อถือ และเกิดศรัทธา โดยเฉพาะผู้บริหารต้องให้ความสนใจ และให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ (Gregory & Wiechmann, 1991, pp. 1-27 อ้างถึงใน ราไพ เลียงจันทร์, 2541, หน้า 21-23)

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นสิ่งที่สถาบันอุดมศึกษาสามารถสร้างขึ้นได้ โดยใช้ หลักการและวิธีการที่เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของตนเอง อันจะนำไปสู่การพัฒนาองค์กร ให้ก้าวหน้าและมีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2555 จึงเป็นเรื่องสำคัญ ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง

พัฒนา และประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและถูกต้องให้เกิดขึ้นกับนักเรียน
 ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่อยู่ในท้องถิ่นซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เพราะเป็นกลุ่มที่จะตัดสินใจ
 เลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักเรียน โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ”
 มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีความใกล้ชิด และได้เห็นถึงความเคลื่อนไหว ความเปลี่ยนแปลง ทั้งใน
 ด้านการพัฒนาด้านวิชาการ ด้านบริการวิชาการ ด้านภูมิทัศน์และอาคารสถานที่ และกิจกรรม
 ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยบูรพามากที่สุด เนื่องจากโรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา
 ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยบูรพา และเป็นหน่วยงานที่เทียบเท่าภาควิชาตามพระราชบัญญัติ
 มหาวิทยาลัยบูรพา สังกัดคณะศึกษาศาสตร์ เป็นส่วนราชการดำเนินการอยู่ในแผนงานบริหารและ
 จัดการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน บริการการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ผู้วิจัยจึงเริ่มศึกษาจาก
 กลุ่มประชากรนี้ก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการขยายผลกับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
 สถาบันการศึกษาอื่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

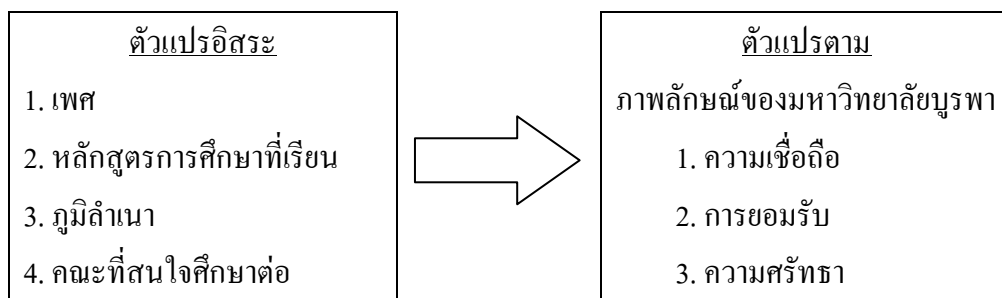
1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
 ปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต
 “พิบูลบำเพ็ญ” ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ หลักสูตรการศึกษาที่เรียน
 ภูมิฐานะและคณะที่สนใจศึกษาต่อ

สมมติฐานการวิจัย

1. นักเรียนที่มีเพศต่างกันมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาแตกต่างกัน
2. นักเรียนที่มีหลักสูตรการศึกษาที่เรียนต่างกันมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทาลัย
 บูรพาแตกต่างกัน
3. นักเรียนที่มีภูมิฐานะต่างกันมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาแตกต่างกัน
4. นักเรียนที่มีคณะที่สนใจศึกษาต่อต่างกันมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา
 แตกต่างกัน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยมีกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามแนวคิดของเกรกอรี และวิชแมน (Gregory & Wiechmann, 1991 อ้างถึงใน ราไฟ เลียงจันทร์, 2541) ในส่วนที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา 3 ด้าน ประกอบด้วย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ทราบถึงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา
- นำผลการเปรียบเทียบทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมาเป็นข้อมูลเพื่อพัฒนามหาวิทยาลัยต่อไป
- นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาเพื่อให้นักเรียนมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาดีขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามแนวคิดของเกรกอรี และวิชแมน (Gregory & Wiechmann, 1991 อ้างถึงใน ราไฟ เลียงจันทร์, 2541) โดยใช้ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่

1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1.1 เพศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แบ่งออกเป็น

1.1.1.1 เพศชาย

1.1.1.2 เพศหญิง

1.1.2 หลักสูตรการศึกษาที่เรียน แบ่งออกเป็น

1.1.2.1 โปรแกรมอังกฤษ-สังคม

1.1.2.2 โปรแกรมอังกฤษ-คณิตศาสตร์

1.1.2.3 โปรแกรมวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์

1.1.2.4 โปรแกรมเน้นความสามารถทางภาษา (Language Intensive Program:

LIP)

1.1.2.5 โปรแกรมเน้นความสามารถทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์

(Science And Mathematic: SAM)

1.1.3 ภูมิลำเนา

1.1.4 คณะที่สนใจศึกษาต่อ

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

1.2.1 ความเชื่อถือ

1.2.2 การยอมรับ

1.2.3 ความศรัทธา

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต

“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2555 จำนวน 307 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลในช่วงเดือน

พฤศจิกายน พ.ศ. 2555

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักเรียน หมายถึง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ”

มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2555

2. หลักสูตรการศึกษาที่เรียน หมายถึง สาขาวิชาที่นักเรียนกำลังศึกษาอยู่

3. โปรแกรม หมายถึง สาขาวิชาการศึกษาที่โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จัดการศึกษาให้กับนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

4. ภูมิลำเนา หมายถึง จังหวัดตามทะเบียนบ้านของนักเรียน โดยแบ่งเป็นในจังหวัดชลบุรี และนอกจังหวัดชลบุรี

5. คณะที่สนใจศึกษาต่อ หมายถึง คณะ/ วิทยาลัยในมหาวิทยาลัยบูรพาที่นักเรียนสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อ

6. ภาพลักษณ์ หมายถึง ความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธาที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา มีต่อมหาวิทยาลัยบูรพา
7. ทักษะ หมายถึง ความรู้สึกรู้สีกและความคิดเห็นที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2555 มีต่อมหาวิทยาลัยบูรพา
8. ความเชื่อถือ หมายถึง ความรู้สึกรู้สีกและความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาปีการศึกษา 2555 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยบูรพา ในด้านบุคลากรของมหาวิทยาลัยมีความรู้ความสามารถในทางวิชาการและปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีผลงานน่าเชื่อถือ หลักสูตรในการจัดการศึกษา ผลการปฏิบัติงาน และอาคารสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา
9. การยอมรับ หมายถึง ความรู้สึกรู้สีกและความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาปีการศึกษา 2555 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยบูรพา ในด้านการประสบความสำเร็จในการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของนิสิตและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา จนสามารถเป็นที่ยอมรับของนายจ้างและประชาชนทั่วไป และเป็นแบบอย่างที่ดีของเยาวชนในชุมชนได้เป็นอย่างดีรวมทั้งมหาวิทยาลัยสามารถเป็นแบบอย่างในการดำเนินงานให้แก่สถาบันการศึกษาอื่น ๆ ที่เข้ามาศึกษา
10. ความศรัทธา หมายถึง ความรู้สึกรู้สีกและความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2555 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยบูรพา ในด้านการได้รับเกียรติจากบุคคลทั่วไปหรือสังคมในแวดวงการศึกษา และความสำเร็จในการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งทำให้เกิดความภาคภูมิใจในความสำเร็จ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับรายละเอียดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร
2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
3. ประวัติความเป็นมาและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยบูรพา
4. ข้อมูลพื้นฐาน โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร

คำว่า “ภาพลักษณ์” มีความหมายหลายแง่มุมในทัศนะของแต่ละบุคคลซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ อาทิเช่น

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537, หน้า 81) “ภาพลักษณ์” เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของคนที่เห็นหน่วยงานเป็นภาพในลักษณะที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือหลายสิ่งของหน่วยงานนั้น ทั้งที่ประจักษ์และไม่ประจักษ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540, หน้า 76) “ภาพลักษณ์” ในด้านการประชาสัมพันธ์หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของคนเราอาจจะเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ และภาพดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้นกล่าวคือบุคคลองค์กรสถาบัน ฯลฯ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเราหรืออาจเป็นภาพที่เรานึกสร้างเองได้

คำว่า Image ในภาษาอังกฤษทำให้เกิดความสับสนในการเทียบคำภาษาไทย ราชบัณฑิตยสถานได้นำเสนอเสนอคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทย ในการประชุมเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2519 ซึ่งพลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปประพันธ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการ ได้ทรงชี้แจงว่าคำว่า “ภาพพจน์” เทียบกับคำภาษาอังกฤษว่า Figure of Speech ส่วนคำว่า Image นั้น ราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติไว้ว่า “ภาพ” หรือ “จินตภาพ” แต่ไม่มีผู้นิยมใช้ และได้ประทานความเห็นต่อไปว่า คำว่า “ภาพ” โดยนัยทั่วไปมีความหมายกว้างไป และ “จินตภาพ” ก็ควรมีความหมายตรงกับคำว่า “Imaginary” มากกว่าคำว่า “Image” ดังนั้นคำว่า “Image” โดยทั่วไปควรจะ

ใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” ได้ถูกนำมาใช้ในความหมายเดียวกันในภาษาอังกฤษคือ คำว่า Image ในอดีตนิยมใช้คำว่า “ภาพพจน์” แต่ปัจจุบันคำว่า “ภาพลักษณ์” มีผู้นิยมใช้มากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

เจฟกินส์ (Jefkins, 1982 อ้างถึงใน วชิรณัฏฐ์ อาทรมิตร, 2541, หน้า 24-27) ภาพลักษณ์นั้นเกิดจากความประทับใจอันได้มาจากความรู้และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น ๆ

แอนเดอร์สัน และรูบิน (Anderson & Rubin, 1986 อ้างถึงในวชิรณัฏฐ์ อาทรมิตร, 2541, หน้า 24-27) กล่าวว่าภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์การทั้งหมดโดยองค์การก็เปรียบเสมือนคนที่ย่อมมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ต่างกัน

บูร์สติน (Boorstin, 1973 อ้างถึงใน วชิรณัฏฐ์ อาทรมิตร, 2541, หน้า 24-27) กล่าวว่าภาพลักษณ์เป็นภาพที่มนุษย์รับรู้ด้วยการสร้างเหตุการณ์เทียม (Pseudo-events) ซึ่งเป็นสิ่งที่จำลองเหตุการณ์ที่ไม่ได้เกิดตามธรรมชาติเป็นการสร้างให้เข้าใจง่าย และสามารถเข้าใจได้ในหลายความหมายและต้องมีความน่าเชื่อถือด้วย ในสายตาของผู้รับสาร ซึ่งบูร์สติน กล่าวไว้ถึงภาพลักษณ์ในแง่ต่าง ๆ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจำลองขึ้นมา (An Image is Synthetic) หรือสังเคราะห์ขึ้นมา มิได้เกิดเองตามธรรมชาติเพื่อการสนองวัตถุประสงค์บางอย่างภายใต้การวางแผนที่กำหนดไว้เป็นแบบแผน เช่น แผนงานประชาสัมพันธ์
2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ (An Image is Believable) เพราะความเชื่อถือได้คือหัวใจของการสร้างภาพลักษณ์
3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่งและรับรู้ได้ (An Image is Passive) และต้องไม่ขัดแย้งกับความจริง แม้ในบางครั้งจะเป็นภาพที่สร้างขึ้นก็ตาม แต่ต้องถูกนำเสนอให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริงจึงจะได้รับความเชื่อถือ
4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน (An Image is Vivid and Concrete) คือ การพยายามสร้างการรับรู้จากนามธรรมให้เป็นรูปธรรม เพื่อผลทางด้านอารมณ์ ความสนใจ ความน่าเชื่อถือ
5. ภาพลักษณ์ต้องเป็นสิ่งที่ง่ายแก่การเข้าใจ (An Image is Simplified) คือ ต้องชัดเจนง่ายแก่การทำความเข้าใจและจดจำ รวมทั้งต้องมีความแตกต่างที่โดดเด่น และสื่อความหมายได้ครบถ้วนตามต้องการ
6. ภาพลักษณ์ในบางครั้งก็มีความหมายที่สามารถตีความได้หลายแง่ (An Image is Ambiguous) เพราะเป็นสิ่งที่มึลักษณะกำกวมระหว่างความคาดไว้ในใจ หรือความอยากให้เป็นกับความเป็นจริง ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ต้องสามารถหาจุดร่วมระหว่างความจริงและความคาดหวังให้ได้สมดุลกัน

เขาสรุปว่าภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาอย่างมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความประทับใจ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและถูกยอมรับจากสาธารณชน ซึ่งภาพลักษณ์จะมีส่วนผสมทั้งมิติส่วนตัว (Private) และมิติสาธารณะ (Public) เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์เฉพาะตัว (Private Image) โดยที่มีส่วนร่วมกันในแง่ของความเป็นภาพลักษณ์สาธารณะ (Public Image)

โรบินสัน และบาร์โลว์ (Robinson & Barlow, 1959 อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544, หน้า 77) กล่าวว่า วั ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การต่อบุคคลหนึ่ง ๆ ซึ่งได้มาจากประสบการณ์โดยตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตนเอง เช่น ได้พบประสบมาด้วยตนเอง หรือได้ยินได้ฟังจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ เป็นต้น

โบลด์ิง (Boulding, 1969 อ้างถึงใน วจิกรณ อาทรมิตร, 2541, หน้า 24-27) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์เป็นเรื่องของความรู้สึกและอารมณ์ที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เนื่องจากประสบการณ์ของเรา แต่ข้อจำกัดคือเราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้เสมอไปดังนั้นเราจะได้เพียง “ภาพ” ซึ่งเราจะต้องมาตีความโดยตัวเราเอง ซึ่งต้องใช้ค่านิยมความเชื่อทัศนคติเดิมของเราในการตีความนั้น ๆ ดังนั้นภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการตีความโดยผ่านทางประสบการณ์ตรงและประสบการณ์โดยอ้อมแทนความหมายเชิงอัตวิสัยของสิ่งต่าง ๆ ที่เรารับรู้มาเป็นการตีความหมายหรือสิ่งประทับใจภาพที่ปรากฏ (Appearance) จะเป็นตัวแทนของการรับรู้ (Perception) ในเชิงความหมาย (Interpreted Sensation) ที่ผ่านกระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรร และก่อให้เกิดการใช้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งกระบวนการนี้คือกระบวนการเกิดภาพลักษณ์ (Process of Imagery)

โบลด์ิง กล่าวว่า ภาพลักษณ์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ส่วนซึ่งต่างก็มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ไม่สามารถจะแยกจากกันได้อย่างเด็ดขาดคือ

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) ซึ่งบุคคลจะได้อาจจากการสังเกตโดยตรงอันจะนำไปสู่การรับรู้ (Cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้ตนเอง โดยจะเป็นบุคคลสถานที่เหตุการณ์หรือความคิดต่าง ๆ ก็ได้
2. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) อันได้แก่ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อันเป็นความรู้สึกที่มีได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ
3. องค์ประกอบเชิงการเรียนรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับประเภทคุณสมบัติ (Attribute) ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการเรียนรู้

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นองค์ประกอบของ
 ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเจตนา หรือความมุ่งหมาย ซึ่งเป็นแนวทางของการปฏิบัติตอบโต้ต่อสิ่งเร้าเป็น
 ผลพวงจากปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบเชิงความรู้สึกและเชิงการเรียนรู้

วิจิตร อวระกุล (2534, หน้า 149) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพของสถาบัน
 หน่วยงาน บริษัทห้างร้าน หรือบุคคลที่เกิดความรู้สึกในจิตใจของคนเราวาดิ ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ
 เชื่อถือ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เป็นต้น หรือเฉย ๆ อยู่ตรงกลางไม่ดี ไม่เลว ถ้าความเห็นของ
 คนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดีหรือปานกลางก็
 จะต้องรีบเร่งสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลง จะทำให้การดำเนินงานของ
 สถาบันนั้นล้มเหลวได้

ภาพพจน์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากการได้รับรู้ ได้ฟัง ได้เห็น หรือมีประสบการณ์มาในอดีต
 และด้วยความประทับใจจึงทำให้บุคคลนั้นสามารถจดจำและพัฒนาเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง
 ขึ้นมา (พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร, 2537, หน้า 46; ประจวบ อินอ้อด, 2532, หน้า 96) กล่าวว่า ภาพพจน์
 คือ พลังแฝงที่จะนำไปสู่พฤติกรรม เจตคติของบุคคล กลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบันหรือเป้าหมาย ซึ่ง
 อาจจะเป็นกรณีบุคคลหรือสถาบันใด ๆ ก็ได้

ส่วนเกรียงศักดิ์ โลหะชาละ (2537, หน้า 99) ได้เสนอแนวคิดของภาพลักษณ์ว่า หมายถึง
 ความรู้สึกที่แน่นอนในจิตใจในความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติของคนทั่วไป เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความ
 ประทับใจที่แท้จริง ภาพที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดจะเกิดขึ้นได้จากความเชื่อถือ ศรัทธาของประชาชน
 เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้เสมอ แต่จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยเวลานาน ประกอบกับความ
 เพียรพยายามสะสมเพิ่มพูนขึ้นทีละน้อยจนฝังรากฐานมั่นคง

จึงสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ เป็นเสมือนสิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อ
 สิ่งต่าง ๆ ทั้งมีชีวิตและไม่มีชีวิต และมักจะเป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นเอง โดยมีข้อเท็จจริงเป็นหลัก
 อ้างอิงอยู่ด้วยอาศัยประสบการณ์ การค้นคว้าหาความรู้ คัดวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ จนทำให้เกิดความเชื่อ
 การรับรู้การเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ประกอบกันขึ้นเป็นภาพลักษณ์ของตนเองและแสดงออกในรูปของ
 พฤติกรรม โดยผ่านการคิดและกลั่นกรองของแต่ละคนมาแล้วจึงทำให้ภาพลักษณ์นั้นมีลักษณะที่
 เกี่ยวข้องกับจิตใจโดยตรง

ภาพลักษณ์องค์การ

ภาพลักษณ์องค์การจากกรอบแนวคิดของเกรกอรี และวิชแมน (Gregory & Wiechmann,
 1991, pp. 1-27 อ้างถึงใน ไร่ไพ เลียงจันทร์, 2541) กล่าวว่าไว้ว่าในการบริหารทางการตลาด
 ความหมายของภาพลักษณ์องค์การ มีคำตอบมากมายหลายความหมาย ที่เป็นเช่นนี้เพราะภาพลักษณ์
 ของหน่วยงานมีความเป็นไปได้ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจมาก ผู้บริหารจึงจำเป็นต้อง

สนใจและให้ความสำคัญภาพลักษณ์ การสร้างภาพลักษณ์หน่วยงานที่ถูกต้องจะทำให้หน่วยงานก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายที่วางไว้ และความเป็นจริงแล้วการใช้กลยุทธ์ด้านต่าง ๆ นั้นจำเป็นต่อการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ภาพลักษณ์ของหน่วยงานเกิดขึ้นจากความประทับใจที่ได้จากการสังเกต และจากประสบการณ์

1. กลยุทธ์ของการสร้างภาพลักษณ์ ได้เสนอกกลยุทธ์พื้นฐานในการสร้างภาพลักษณ์ไว้ 7 ประการ ดังนี้

1.1 การแสดงพฤติกรรมให้บุคคลทั่วไปยอมรับ เชื่อถือ อันเป็นผลดีที่จะทำให้ได้รับความไว้วางใจ

1.2 การกำหนดเป้าหมายที่แน่ชัดของหน่วยงานหลังจากการร่วมงาน การครอบครองหน่วยงาน การเข้าถือสิทธิ์ หรือการเปลี่ยนชื่อหน่วยงาน

1.3 การวางแผนการตลาดเพื่อสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์

1.4 อิทธิพลของผู้เกี่ยวข้องและการคลังของหมู่คณะ

1.5 การสร้างหน่วยงานให้มีตำแหน่งที่เหมาะสมตามสถานการณ์

1.6 การมีส่วนร่วมช่วยเหลือ สงเคราะห์ ดูแลเมื่อเกิดวิกฤตการณ์

1.7 การสร้างสิ่งดึงดูดใจ โดยเน้นพฤติกรรมพนักงานเป็นสำคัญ

2. พื้นฐานสู่ความสำเร็จ แนวคิดพื้นฐานของความสำเร็จมี 3 ประการ คือ ต้องศึกษาสิ่งต่อไปนี้

2.1 ทิศทางหรือจุดรวมต้องชัดเจน มีเป้าหมายในการดำเนินงานแน่นอน เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีสื่อกลางที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย

2.2 ความสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น ทันเหตุการณ์ปัจจุบัน ต้องศึกษาความต้องการกลุ่มเป้าหมายแล้วหาทางสนองความต้องการนั้น

2.3 ความมั่นคงหรือสอดคล้อง จะต้องมีการรณรงค์ โฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลต่อชื่อเสียง

3. การสร้างภาพลักษณ์สู่ความสำเร็จ มีหลัก 6 ประการ ดังนี้

3.1 การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย โดยการกล่าวถึงสิ่งที่เป็นจริงที่กลุ่มเป้าหมายรับรู้

3.2 ทิศทางของภาพลักษณ์ กำหนดโดยผู้บริหาร เพราะเป็นผู้ที่สามารถกำกับทิศทางของภาพลักษณ์ให้สอดคล้องกับการสร้างงานได้

3.3 การรู้จักตัวเอง หน่วยงานต้องรู้ว่าภาพลักษณ์ของหน่วยงานคืออะไร หน่วยงานต้องการสร้างภาพลักษณ์โดยรวมเป็นอย่างไร ควรมีการวิจัยหาข้อมูล โดยตั้งแต่ก่อนมีโครงการสร้างภาพลักษณ์ ระหว่างดำเนินการและหลังจากการวางโครงการสร้างภาพลักษณ์

3.4 จุบรวมหรือจุดเน้น หน่วยงานต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไร ต้องเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อที่จะทำให้หน่วยงานสามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อที่จะทำให้หน่วยงานสามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ใช้บริการมากขึ้นด้วย

3.5 การสร้างสรรค์ความนิยมในการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ต้องศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แล้วหาหนทางไปสู่จุดที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ

3.6 ความมั่นคงความสอดคล้องในการสร้างภาพลักษณ์ ต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการใหม่ ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ ให้กลุ่มเป้าหมายทราบความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน

จากแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรพอสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กรหมายถึง ภาพรวมขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม บวกกับความประทับใจไม่ว่าจะเป็นในทางที่ดีหรือไม่ดี และพฤติกรรมที่องค์กรแสดงออกให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ทั้งทางด้านสถาบันและบุคลากรในองค์กร

องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบัน สามารถที่จะทราบภาพลักษณ์ของหน่วยงานตนเองได้ โดยการสำรวจจากการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ถ้าผลการสำรวจออกมาในทางที่ดีก็ถือว่าหน่วยงานนั้นมีความมั่นคง เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ และศรัทธาของกลุ่มเป้าหมาย แต่ถ้าผลการสำรวจออกมาในทางที่ไม่ดี หรือปานกลาง แสดงว่าหน่วยงานนั้นจะต้องรีบสร้างภาพลักษณ์ จะปล่อยให้เกิดขึ้นตามธรรมชาติไม่ได้ ในการสร้างภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานจะต้องใช้วิธีการหรือกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจภาพลักษณ์ในการวางแผน เพื่อสร้างหรือพัฒนาภาพลักษณ์ไปในแนวทางที่ต้องการ

ทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์

แอ็ดเลอร์ (Adler, 1990, pp. 109-127) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) นี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามความจำ (Memory) และจินตนาการ (Imagination) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์การรับรู้ จินตนาการอาจจะเป็นสิ่งที่ไม่เป็นจริง แต่ประสบการณ์การรับรู้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ตัวอย่างของการจินตนาการเรื่อง “ภูเขาทอง” อาจเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน กล่าวคือ สิ่งที่เป็นประสบการณ์การรับรู้ที่มีอยู่จริงคือ “ภูเขา” และ “ทอง” แต่ “ภูเขาทอง” เป็นสิ่งที่เกิดจากจินตนาการเมื่อเกิดการรับรู้แล้ว แนวคิดที่จะสนับสนุนความคิดดังกล่าวนี้ จะเห็นได้จากแนวความคิดของนักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวถึง ภาพลักษณ์ในเชิงประสบการณ์การรับรู้ (ที่สัมผัสได้) และกลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงจินตนาการหรือในเชิงนามธรรม (ที่สัมผัสไม่ได้) ดังนี้

1. กลุ่มที่เน้นในเชิงประสบการณ์การรับรู้ (ที่สัมผัสได้) คือกลุ่มของฮอบส์และเบอร์กลีย์ (Hobbes & Berkeley) ฮอบส์และเบอร์กลีย์ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เกิดจากประสาทสัมผัสที่ได้จากประสบการณ์การรับรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นจริงมากกว่าที่จะเกิดจากความจำและจินตนาการ ส่วนเจมส์, จอยซ์และวูล์ฟ (James, Joyce, & Woolf) ถึงแม้ว่าจะมีความคิดในแนวเดียวกับฮอบส์และเบอร์กลีย์ แต่ก็มีส่วนที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มนี้จะคิดว่าความจำและจินตนาการที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์นั้นเกิดจากสมอง สมองเปรียบเสมือน โถงที่เก็บของ ของที่เก็บอยู่ในโถงถึงแม้ว่าจะไม่นำมาใช้ก็ไม่เปลี่ยนแปลง แต่ความจำและจินตนาการที่เก็บอยู่ในสมอง ถ้าไม่ได้นำมาใช้จะเปลี่ยนแปลงหรือไม่ และจะยังคงอยู่หรือว่าจะสูญหายไป ความจำและจินตนาการที่เก็บในสมองถูกเก็บอยู่ในรูปแบบใดจึงทำให้เกิดภาพลักษณ์ได้ นอกจากนี้ วูล์ฟยังมีแนวความคิดเพิ่มเติมจากเจมส์ และจอยซ์ อีกว่า ความจำและจินตนาการที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์อาจมิใช่สิ่งที่ถูกเก็บอยู่ในสมอง ภาพลักษณ์อาจปรากฏขึ้นจากสิ่งที่อยู่ภายนอกสมองก็ได้ เช่น มีชายคนหนึ่งกำลังดื่มน้ำชา และรับประทานขนม ทันทีที่ชายคนนั้นนำขนมใส่ปากของเขา เขาก็เกิดความจำและสามารถเล่าประสบการณ์ของตนได้ทั้งหมด เหมือนกับว่าความจำที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์นั้นเกิดจากขนมชิ้นนั้น วูล์ฟจึงคิดว่า กลิ่นและรสชาติเป็นประสบการณ์และเป็นประสาทสัมผัสพื้นฐานที่ทำให้มนุษย์เกิดการรับรู้ และมีความสัมพันธ์กับความจำอันเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์

2. กลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงจินตนาการหรือในเชิงนามธรรม (ที่สัมผัสไม่ได้) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เน้นว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ คือ กลุ่มของอริสโตเติล และเพลโต (Aristotle & Plato) ที่กล่าวว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ เพราะว่าทำให้มนุษย์คิดได้ ความเชื่อถือทำให้มนุษย์เกิดจินตนาการ ภาพลักษณ์ของมนุษย์จึงเกิดจากความเชื่อในสิ่งที่เคยเห็น และเกิดการรับรู้ เช่น มนุษย์เชื่อว่า พรุ้งนี้เข้าจะมีพระอาทิตย์ปรากฏบนท้องฟ้า การที่มนุษย์มีความเชื่อเช่นนี้เพราะว่าเคยเห็นเช่นนี้ในอดีต จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ปรากฏในความจำของมนุษย์ ส่วนอโควินัส (Aquinas) ถึงแม้ว่าจะมีแนวความคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในเชิงนามธรรม แต่เขาก็คิดว่ามนุษย์สามารถสร้างมโนทัศน์หรือจินตนาการที่ไม่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์มนุษย์สามารถนึกภาพออกมาได้โดยไม่ต้องมีความจริง มนุษย์สามารถสร้างมโนทัศน์หรือจินตนาการด้วยความสามารถพิเศษทางสติปัญญาในโลกที่เป็นจริงได้ เช่น การรับรู้ว่าพระเจ้ามีจริง ในด้านแนวความคิดของ ฟรอยด์ (Freud) นั้น ฟรอยด์คิดว่าภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความฝันนั้นเป็นส่วนสำคัญทางด้าน โครงสร้างของความฝันจึงมีความหมายเหมือนกัน กล่าวคือ ไม่ว่าผู้ที่ฝันจะเป็นคนชาติใดหรืออยู่ที่ใดก็ตาม ก็จะมีภาพลักษณ์ที่เหมือนกัน เช่น ฝันเห็นพระเจ้าแผ่นดินจะหมายถึงพ่อ ฝันเห็นการเดินทางที่ยาวไกลจะหมายถึงความตาย เป็นต้น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความฝันนี้จึงอาจเรียกว่าเป็นภาพลักษณ์สากลก็ได้ แต่แนวความคิดของออกัสติน (Augustine) ถึงแม้ว่าแนวคิดจะ

เกี่ยวกับภาพลักษณ์ในเชิงนามธรรมเช่นเดียวกัน แต่เขาก็มีความคิดที่แตกต่างกันออกไป กล่าวคือ เขาคิดว่ามนุษย์สามารถคิดได้โดยไม่ต้องใช้จินตนาการเป็นภาพ สิ่งที่อยู่ในสมองอาจจะไม่มีลักษณะเป็นภาพแต่อาจจะมีลักษณะเป็นตัวเลขได้ สิ่งที่อยู่ในสมองอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ก็ได้

นอกจากนี้ มาลี ศรีเพชรภูมิ (2533, หน้า 96) ได้อ้างถึงทฤษฎีของนักปรัชญาฮูม (Hume, pp. 1711-1776) ซึ่งกล่าวว่า ภาพลักษณ์มีลักษณะเป็นประสบการณ์และเป็นความคิดกลาง ๆ ส่วนความประทับใจ (Impression) คือ ภาวะที่จิตมีเจตจำนงในการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างเต็มที่ และความคิด (Thinking) คือภาพที่ปรากฏขึ้นในดวงจิตขณะที่คิดหรือไตร่ตรองถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งเท่านั้น สรุปได้ว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์การรับรู้ซึ่งสัมผัสได้ และจินตนาการทางด้านความเชื่อ ซึ่งสัมผัสไม่ได้ ดังนั้น หากองค์กรใดมีสมาชิกที่เข้มแข็ง มีผลงานเป็นที่ปรากฏเป็นรูปธรรม มีการบริการที่เป็นเลิศมีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นที่น่าเลื่อมใสศรัทธาภาพขององค์กรที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนย่อมเป็นภาพเป็นที่ดี น่าเชื่อถือมีผลให้การปฏิบัติงานตามพันธกิจขององค์กรบรรลุเป้าหมายแต่ในทางตรงข้ามหากองค์กรใดสมาชิกส่วนใหญ่ขาดความกระตือรือร้น ไม่ได้รับการพัฒนาไม่รู้ทิศทางเป้าหมายในการปฏิบัติงาน ย่อมส่งผลให้ผลงานออกมาไม่มีคุณภาพทำให้ขาดความน่าเชื่อถือศรัทธาและความร่วมมือจากประชาชน “ภาพลักษณ์” ขององค์กรย่อมตกต่ำกลายเป็น “ภาพลบ”

จากการศึกษาแนวคิดของเกรกอรี และวิชแมน (Gregory & Wiechmann, 1991 อ้างถึงใน ไร่ไพ เลียงจันทร์, 2541) ดังกล่าว สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา จึงนำแนวความคิดกลยุทธ์และวิธีการสร้างภาพลักษณ์มาปรับประยุกต์ เพื่อใช้ในการพัฒนาสถาบันให้เป็นที่เชื่อถือศรัทธา ยอมรับ และสร้างความรู้สึกที่ดีแก่ผู้บริหารการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อให้ได้รับการปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนาอันเป็นข้อมูลในการวางแผนการกำหนดทิศทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นต่อไปโดยการวิจัย สืบสวน ศึกษาการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา อันได้แก่ตัวสถาบันวิทยากรการบริหาร และการให้บริการความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เครื่องมือเพื่อสอบถาม เพื่อจะได้ทราบข้อมูลและนำมาพัฒนาหน่วยงาน ให้มีความเจริญก้าวหน้าในส่วนของหน่วยงานอื่น ๆ เช่น โรงเรียน วิทยาลัยสำนักงาน อาจนำแนวคิดภาพลักษณ์องค์กรที่ได้นำเสนอไปปรับประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม เช่น การสำรวจความคิดเห็นการจัดประชุมอภิปราย การจัดสัมมนาการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องสิ่งต่างๆเหล่านี้จะเป็นเสมือนกระจกที่ส่ององค์กรให้เราเห็นองค์กรในแง่มุมต่างๆที่หลากหลาย เพื่อที่จะได้รู้จุดแข็ง จุดอ่อน สามารถนำมาพัฒนาองค์กรให้มีชื่อเสียงได้รับความเชื่อถือศรัทธาต่อหน่วยงานในที่สุด

ความสำคัญของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อองค์กรหรือหน่วยงานมิใช่น้อย โดยเป็นที่ยอมรับกันว่าการอยู่รอดของการดำเนินงานขององค์กรขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์อยู่มาก หากหน่วยงานหรือองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนก็จะเกิดความเลื่อมใสศรัทธา ให้ความไว้วางใจและให้ความร่วมมือต่อหน่วยงานนั้น ๆ ก่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงานและความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงานนั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าหากหน่วยงานใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบมีชื่อเสียงเสื่อมเสียประชาชนก็จะไม่ให้ความไว้วางใจ ไม่เชื่อถือ เกิดความระแวงสงสัยหรือเกลียดชังหน่วยงานนั้นในที่สุด ซึ่งผลที่ตามมาคือหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ ย่อมประสบอุปสรรคเกิดแรงต่อต้านจากบุคคลภายนอกองค์กร

เบอเนยส์ (Bernays, 1961, p. 128) ได้กล่าวว่า หน่วยงานหรือองค์กรใดก็ตามหากมีภาพลักษณ์ที่เป็นที่เป็นไปในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานองค์กรนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจจากประชาชนประชาชน อาจมีความระแวงสงสัยหรือเกลียดชังรวมทั้งไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุน ในทางตรงกันข้ามหากหน่วยงานหรือองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานองค์กรย่อมสวยงามงดงาม เกิดความเชื่อถือศรัทธาไว้วางใจ ภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อองค์กรหรือสถาบันในสังคม ทั้งที่เป็นหน่วยงานของสถาบัน รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน และสาธารณสุขทางด้านช่วยเสริมสร้างความสำเร็จให้เกิดขึ้นแก่กิจการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีหรืออาจจะดีกว่าที่เป็นอยู่เดิม เนื่องจากได้รับความเชื่อถือไว้วางใจปราศจากความเคลือบแคลงสงสัย รวมทั้งมีความประทับใจเกิดขึ้นในจิตใจของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญมากทั้งต่อองค์กรและต่อบุคคล ดังที่นักวิชาการศึกษาได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของภาพลักษณ์ไว้ต่าง ๆ ดังที่ ดวงพร คำณูณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536, หน้า 68-69) ได้กล่าวถึงแนวคิดของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์ที่สำคัญนั้นอาจมีสาเหตุมาจาก

1. ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชน ทำให้คนในสังคมต่าง ๆ รับทราบข่าวสารอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ ตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเสียหายย่อยยับในเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ เมื่อเดือนพฤษภาคม 2535 เพราะรายงานข่าวจากสำนักข่าวต่าง ๆ ผ่านการสื่อสารทุกรูปแบบเผยแพร่ข่าวและภาพการปราบปรามประชาชนที่ไร้อาวุธ โดยกำลังทหาร เหตุการณ์นี้ทำให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบว่าประเทศไทยป่าเถื่อน ละเมิดสิทธิมนุษยชน ไม่มีความมั่นคงปลอดภัยทั้งในด้านชีวิต ทรัพย์สิน และการลงทุน ซึ่งมีผลเสียต่อชื่อเสียงและเศรษฐกิจของไทย

2. องค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชนและมวลชนมากขึ้น ทุกคนต้องการรับรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนร่วมมือในองค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรมีภาพลักษณ์ไม่ดีย่อมได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเกลียดชัง

3. ภาพลักษณ์เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้าองค์กรมีภาพลักษณ์ดีถือว่าการเตรียมความพร้อมขององค์กร แม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นก็สามารถจะแก้ไขได้อย่างทันท่วงที เสมือนร่างกายของคนที่แข็งแรงมีภูมิคุ้มกัน โรคถึงได้รับเชื้อโรคหรือมีเหตุต้องเจ็บป่วย อาการก็ไม่ร้ายแรงและสามารถหายได้เร็วกว่าปกติ

วิจิตร อวะกุล (2534, หน้า 150) ได้กล่าวถึงแนวคิดของภาพลักษณ์ที่ดี จะสร้างความน่านิยม เชื่อถือ เลื่อมใส ศรัทธา ดึงดูด โน้มน้าวความสนใจทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันและประชาชน ภาพลักษณ์เปรียบเสมือนบุคลิกภาพหรือการวางตัวของบุคคลที่มีท่าทางดีเป็นที่นิยมชมชอบของคนทั่วไป

วิรัช ลภีรัตนกุล (2535, หน้า 77-78) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความสำคัญของภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หน่วยงานหรือองค์กรสถาบันใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์ในทางไม่ดี หน่วยงานนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจจากประชาชน ในทางตรงกันข้ามถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานสถาบันนั้นย่อมเป็นภาพที่บรรเจิดงดงาม นั่นคือ เป็นภาพของหน่วยงานสถาบันที่เป็นไปในทางที่ดี มีความน่าเชื่อถือ ศรัทธาสมควรแก่การไว้วางใจ

พิชญา วรรณวัฒน์ (2540, หน้า 13) กล่าวว่า เป็นที่ยอมรับกันว่าการอยู่รอดของการดำเนินกิจการของหน่วยงานทุกหน่วยขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์มิใช่น้อย หากหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันใดมีภาพลักษณ์ที่ดีพนักงานขององค์กรหรือประชาชนก็จะเกิดความเลื่อมใสศรัทธา ให้ความไว้วางใจและให้ความร่วมมือต่อหน่วยงานนั้น ๆ ก่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงานและความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงานนั้น ในทางตรงกันข้ามหากหน่วยงานใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบ มีชื่อเสียงเสื่อมเสียย่อมทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจไม่เชื่อถือเกิดความระแวงสงสัยหรือเกลียดชังหน่วยงานนั้นไปในที่สุดซึ่งผลที่ตามมาก็คือหน่วยงานนั้นย่อมประสบอุปสรรคนานาชนิดในการปฏิบัติงาน และถ้าหากปล่อยทิ้งไว้ไม่มีการแก้ไขหน่วยงานนั้นก็จะไม่สามารถอยู่รอดได้ต้องล้มเลิกกิจการไปในที่สุด

ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีหลายประเภทซึ่งมีนักวิชาการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับประเภทของภาพลักษณ์ เช่น วิรัช อภิรัตนกุล (2535, หน้า 81-83) ได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัท หรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้จะหมายรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมไปถึงสินค้า ผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้นจึงมีความหมายค่อนข้างกว้างและยังรวมถึงตัวหน่วยงาน ธุรกิจ ฝ่ายจัดการสินค้า หรือบริการของบริษัทด้วย

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์การ (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบันหรือองค์การ ซึ่งโดยมากมักจะจะเป็นไปทางด้านตัวสถาบันหรือองค์การเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย จึงมีความหมายค่อนข้างแคบลงมาจากภาพลักษณ์ของบริษัท เพราะหมายถึงสถาบันหรือองค์การเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ส่วนมากมักจะใช้ในด้านโฆษณา และการส่งเสริมการจำหน่าย

การสร้างและรักษาภาพลักษณ์ขององค์การ

วิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีก็คือการประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่มีสาระเป็นความจริงและพัฒนาอยู่เสมอภาพลักษณ์ที่สร้างสรรค์ประกอบด้วยการสร้างการส่งเสริมการป้องกันรักษาและการแก้ไขดังนี้ (พิชญา วรรณานุวัฒน์, 2540, หน้า 14)

การสร้างภาพลักษณ์โดยวางแผนกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่จะสร้างขึ้น สำรวจภาพลักษณ์เดิมว่ามีหรือไม่อย่างไรจากกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาจุดเด่นขององค์การ เพื่อกำหนดขอบเขตแบ่งแยกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดกิจกรรมการสร้างภาพลักษณ์ตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม กำหนดเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งต้องเป็นที่รับรู้เข้าใจและยอมรับของบุคลากรในองค์การ แล้วใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ ผสมผสานกับวิธีการประชาสัมพันธ์ (การโฆษณาองค์การหรือสถาบัน) เพราะการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ถ้านำมารวมกันต่างก็จะมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกันทำให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย

การส่งเสริม การป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวร ทั้งนี้เพราะภาพลักษณ์นั้นเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลาตามสภาพของเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในสังคมที่มี

เทคโนโลยีการสื่อสารก้าวหน้า และมีการสื่อสารมวลชนที่กว้างขวางครอบคลุมอย่างทั่วถึง ฉะนั้น การส่งเสริม ป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นซึ่งดำเนินการได้ด้วยวิธีการ ประชาสัมพันธ์เชิงรุกหรือการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกัน

การแก้ไขภาพลักษณ์ หมายถึง การแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบในกรณีวิกฤตการณ์ ซึ่งอาจ เกิดขึ้นจากความผิดพลาด การนัดหยุดงาน ข่าวดื้อ อุบัติเหตุ หรือการบ่อนทำลาย ซึ่งจะต้อง ดำเนินการแก้ไขด้วยการบริหารและการประชาสัมพันธ์ยามวิกฤต โดยวางแผนป้องกันและ เตรียมพร้อมเสมอ เช่น ด้านบุคลากรภายในต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงานองค์การ ให้ข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อทุกคนจะได้เป็นแกนนำให้ข้อเท็จจริงและสร้างความ เข้าใจกับบุคคลภายนอก การแก้ไขปัญหาองค์การในกรณีวิกฤตการณ์ควรดำเนินการโดยเร่งด่วน นับพลันระดมทรัพยากรมาให้มากที่สุด ทั้งทรัพยากรบุคคลภายในภายนอกและการใช้สื่อต่าง ๆ

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ ตามแนวคิดของ วิจิตร อาวะกุล (2534, หน้า 153) แบ่ง ออกเป็น 5 ประการใหญ่ ๆ ดังนี้

1. พฤติกรรม การกระทำ การแสดงออกมาในทางที่ดีของสถาบัน หน่วยงาน รวมทั้ง เจ้าหน้าที่และพนักงาน ก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดี
 2. การสร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่คดโกง ไม่โกหก หลอกลวง ทำให้เกิดความ เชื่อถือศรัทธา การหลอกลวงทำให้เกิดความเสื่อมศรัทธา
 3. การเข้ามามีส่วนร่วมมีบทบาทในการสร้างสรรค์ เสริมสร้าง ปรับปรุง แก้ไขสังคม การ เสียสละต่อสังคมส่วนรวม
 4. การพิสูจน์ความจริง ข้อเท็จจริงให้ประจักษ์ต่อสังคมถึงความถูกต้อง บริสุทธิ์ผู้ด้อย การให้บริการที่ดี มีคุณภาพต่อประชาชน
 5. การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เกินไปจะเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดี
- ส่วนประกอบของภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีนั้นมีส่วนประกอบของภาพลักษณ์ หลายประการ ดังที่ วิจิตร อาวะกุล (2534, หน้า 154) ได้เสนอแนวคิดส่วนประกอบของภาพลักษณ์ ไว้ดังนี้

1. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่หรือพนักงาน
2. บทบาทในสังคมขององค์การหรือพนักงาน
3. อาคารสถานที่โอ้อ่า สกปรก สะอาด
4. สินค้า ตรา เครื่องหมาย
5. การบริการ สะดวก เร็ว ช้า
6. การมุ่งมั่นทำความดีอย่างต่อเนื่องไม่ทอดทิ้ง

ภาพลักษณ์องค์กรที่สังคมต้องการ (อำนาจ วีรวรรณ, 2537, หน้า 107-108) สรุปไว้ดังนี้

1. เป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก เพราะกิจกรรมที่แต่ละองค์กรกระทำย่อมมีผลต่อสังคมอย่างแน่นอน ถ้าองค์กรใดมีความเจริญก้าวหน้าทันโลก ย่อมมีการคล่องตัวในการปรับกิจกรรมให้ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ผลผลิตที่ออกมาย่อมมีประสิทธิภาพเกื้อหนุนสังคมให้มีความอยู่ดีกินดีไปด้วย
2. มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า องค์กรในฐานะผู้ผลิตสินค้าหรือบริการย่อมต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ให้ผลผลิตอย่างแน่นอน ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นสมาชิกในสังคมย่อมต้องการบริการที่มีประสิทธิภาพ คือต้องการความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง มีอัธยาศัยไมตรี และบางครั้งต้องรักษาความลับในเรื่องที่ลูกค้าไม่ต้องการเปิดเผยได้ นอกจากนี้ลูกค้ายังต้องการองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเขา เพื่อจะได้ทราบความต้องการของเขาและสามารถจัดสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการของเขาได้อย่างถูกต้อง
3. มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ องค์กรที่มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ ย่อมสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประสิทธิภาพให้แก่สังคมด้วย นอกจากนี้องค์กรในลักษณะดังกล่าวย่อมมีแนวโน้มที่จะเจริญก้าวหน้าเป็นองค์กรที่มั่นคงในที่สุด ซึ่งการมีองค์กรที่มั่นคงมาก ๆ ย่อมเป็นผลทำให้เศรษฐกิจของประเทศมีความมั่นคงด้วย
4. ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม เศรษฐกิจของประเทศชาติจะมั่นคงประชาชนจะพอกินตามสมควรแก่อัตภาพย่อมเกิดจากองค์กรที่ประกอบกิจการโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวมเป็นสำคัญ
5. ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง กฎหมายของบ้านเมืองบัญญัติขึ้นมาเพื่อรักษาประโยชน์ของคน โดยส่วนรวมเป็นสำคัญ ถ้าหากองค์กรใดปฏิบัติตามกรอบกฎหมายของบ้านเมืองย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อส่วนรวมด้วย องค์กรในลักษณะนี้จึงเป็นองค์กรที่สังคมต้องการ
6. มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง องค์กรใดที่ประกอบกิจกรรมโดยคำนึงถึงความก้าวหน้า ความมั่นคงและสวัสดิการของประชาชนส่วนรวมและพยายามเกื้อหนุนสังคมให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ควรเป็น ทั้งในด้านการศึกษา ศิลธรรม และวัฒนธรรม ย่อมถือได้ว่าเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูงต่อสังคม และแน่นอนย่อมเป็นองค์กรที่ได้รับความสนับสนุนร่วมมือเป็นอย่างสูงจากสังคมเป็นการตอบแทนด้วย

การสร้างภาพลักษณ์ (ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536, หน้า 69-71) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ได้ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ แม้จะอาศัยระยะเวลาที่ยาวนานและต่อเนื่องแต่ได้ผลคุ้มค่า ภาพลักษณ์ที่ปรารถนาจะปล่อยให้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติไม่ได้ ฉะนั้นเราต้องสร้างขึ้น กลวิธีสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ประกอบด้วยการสร้าง การส่งเสริม การป้องกัน การรักษา และการแก้ไขดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์โดยการวางแผนกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่จะสร้าง โดยการสำรวจภาพลักษณ์เดิมว่ามีหรือไม่ อย่างไร จากกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาจุดเด่นขององค์กรเพื่อกำหนดขอบเขต แบ่งแยกกลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม กำหนดเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ซึ่งต้องเป็นที่รับรู้ เข้าใจ และยอมรับของบุคลากรในองค์กร แล้วใช้วิธินโยบายและการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย

2. การส่งเสริมการป้องกันและการรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวร เพราะว่าภาพลักษณ์ได้เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามสภาพของเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ฉะนั้นการส่งเสริม ป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวร เป็นสิ่งจำเป็นซึ่งดำเนินการได้ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อป้องกัน เช่น การรับฟังความคิดเห็น แล้วนำมาประเมินวางแผนปรับปรุงแก้ไข และดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาภาพลักษณ์ที่ต้องการขององค์กรต่อไป

3. การแก้ไขภาพลักษณ์ หมายถึง การแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบในวิกฤตการณ์ซึ่งอาจเกิดการผิดพลาด ขว้าวลี อุบัติเหตุ หรือการบ่อนทำลายต้องดำเนินการแก้ไขการบริหารและการประชาสัมพันธ์ยามวิกฤติ โดยต้องวางแผนป้องกันและเตรียมตัวพร้อมเสมอ เช่น ด้านบุคลากร ภายใน ต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินการขององค์กร ให้หาข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา และต่อเนื่อง เพื่อทุกคนจะได้เป็นแกนนำในการหาข้อเท็จจริงและสร้างความเข้าใจกับบุคคลภายนอก

การแก้ไขปัญหองค์กรในยามวิกฤตการณ์ควรดำเนินการโดยเร่งด่วนจับพลันระดมทรัพยากรมาใช้ให้มากที่สุดทั้งทรัพยากรบุคคลภายในภายนอกและการใช้สื่อต่าง ๆ

บัญญัติ คำคุณวัฒน์ (2532, หน้า 34-35) ได้กล่าวว่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Positive Image) ได้แก่หน่วยงานองค์กรสถาบันนักประชาสัมพันธ์และผู้ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ควรยึดหลักดังนี้

1. ค้นหาจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน อันเป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาจุดทางและการวางแผนดำเนินงานในขั้นตอนต่อไปการค้นคว้านี้อาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติท่าทีและความรู้สึกนึกคิดของประชาชนกลุ่มเป้าหมายรวมถึงการใช้สำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์กรสถาบันต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในใจของประชาชนเพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนดำเนินงานต่อไป

3. กำหนดหัวข้อต่าง ๆ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชนอาจเป็นคำขวัญข้อความสั้น ๆ ที่กินความหมายและชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งสำคัญคือหัวข้อเหล่านั้นต้องมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงจุดสนใจและมีอิทธิพล โน้มน้าวใจประชาชน ให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่ต้องการใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

สรุปได้ว่าภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อองค์กรสถาบันบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งภาพนั้นอาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมของบุคคลนั้น ความสำคัญของภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานหรือองค์กรจะส่งผลให้ได้รับความเลื่อมใสศรัทธา ให้ความร่วมมือ และไว้วางใจทำให้การดำเนินงานมีความราบรื่นและความเจริญก้าวหน้าขององค์กรนั้น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ จึงสามารถวิเคราะห์ภารกิจที่มหาวิทยาลัยปฏิบัติ และนำมาแยกแยะในลักษณะของภาพลักษณ์ในประเด็นใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเด็น คือ ด้านสถาบัน และด้านอาจารย์

ด้านสถาบัน ภาพลักษณ์ด้านสถาบันนั้น ได้มีนักวิชาการศึกษาเสนอแนวคิดที่ครอบคลุมในประเด็นของ ความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธา นั้นอยู่หลายท่าน เช่น วิจิตร อวระกุล (2534, หน้า 40-41) ได้กล่าวถึงความหมายของภาพลักษณ์ในแง่ของสถาบันว่า หมายถึง กลุ่มที่มีการจัดระเบียบ มีหน้าที่ บทบาท มีพิธีกรรม กิจกรรมที่แตกต่างหรือเหมือนกับสถาบันอื่น สถาบันทางสังคมเหล่านี้ทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ทางสังคม องค์กรประกอบที่สำคัญที่แสดงถึงความเป็นสถาบัน คือ บทบาท ลักษณะทางกายภาพ เช่น อาคาร สถานที่ สัญลักษณ์ของสถาบัน

ฮอลท์ (Hoult, 1969, pp. 165-166) ได้กล่าวถึงความหมายของสถาบันสังคมว่า สถาบัน (Institution) ตาม Dictionary of Modern Sociology หมายความว่า เป็นกระบวนการหรือการรวมกลุ่ม (สมาคม) ที่ประกอบด้วย

1. มีการจัดระเบียบอย่างสูง เช่น มีการกำหนดบทบาทและความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
2. มีระบบ เช่น มีการกำหนดว่าผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนต้องทำอะไร
3. มีเสถียรภาพหรือความมั่นคง โดยมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงยากและไม่ขึ้นอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ

สุพัตรา สุภาพ (2534, หน้า 63-64) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับคำว่าสถาบันสังคม หมายถึง กระบวนการซึ่งการรวมกลุ่มสมาคมกันก็ดี หรือวิธีการต่าง ๆ ก็ดี ได้จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระเบียบ (Organized) มีระบบ (Systematized) และมั่นคง (Stabilized) ดังนั้นสาระสำคัญของการจัดตั้งขึ้นเป็นสถาบันจึงประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความเป็นระเบียบ หมายถึง บทบาทหรือความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของสมาชิก
2. ความเป็นระบบ หมายถึง การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบผู้ที่มีส่วนในสถาบันนี้จะต้องปฏิบัติ
3. ความมีเสถียรภาพหรือความมั่นคง หมายถึง การรวมกลุ่มกันก็ดีหรือกระบวนการใด ๆ แห่งสถาบันนั้นก็ดี มีแนวโน้มที่จะดำรงอยู่เกินกว่าช่วงชีวิตของบรรดาสมาชิกที่มีส่วนร่วมในสถาบัน

สำหรับการให้ความสำคัญในการศึกษาตัวสถาบันเพื่อสร้างภาพลักษณ์นั้น วิจิตร อวาระกุล (2534, หน้า 120) ได้กล่าวถึงส่วนที่เกี่ยวข้อง คือ บุคคล ผู้จัดการ พนักงาน ประโยชน์การบริการสาธารณะ สังคม การทำงานของสถาบัน ความก้าวหน้าที่ไม่หยุดนิ่ง ความรับผิดชอบ ส่งเสริม สนับสนุนงานต่าง ๆ ของสังคม ชื่อเสียง เกียรติคุณ คุณภาพ ความตั้งใจจริง สุจริต อุดมการณ์ สร้างสรรค์ ส่วนพงษ์เทพ วรจิโกคาทร (2537, หน้า 125) ได้กล่าวถึง ความรับผิดชอบของสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง มีความเจริญก้าวหน้า ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า ตัวสถาบันเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ขององค์การซึ่งสามารถศึกษาได้จากความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธา ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน โดยมีแนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการต่าง ๆ ดังนี้

ฟิชบิน (Fishbein, 1967, หน้า 258-260) ได้กล่าวว่า ความเชื่อเป็นเรื่องของความคิดเห็น ความคิดว่าน่าจะเป็นไปได้ ความเชื่อทางจิตวิทยา หมายถึง ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจอธิบายในรูปของความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งใดสิ่งหนึ่งและสิ่งอื่น ๆ ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สามารถอธิบายได้ด้วยความสัมพันธ์กับสิ่งที่เชื่อกับสิ่งอื่น ๆ คุณค่าอื่น ๆ ความคิดเห็นหรือเป้าหมายอื่น ๆ กล่าวคือ ความเชื่อโดยตัวของมันเองแล้วเป็นจุดแห่งการลงความเห็นของแต่ละบุคคลในเรื่องความน่าจะเป็น

สุปราณี สนธิรัตน์ และคณะ (2529, หน้า 460) ได้กล่าวถึง ความเชื่อ (Beliefs) ไว้ว่า ความเชื่อเป็นเรื่องของการยอมรับข้อความหรือเรื่องใด ๆ ที่เป็นข้อเท็จจริง (Fact) หรือความจริง (Truth)

จากแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าว สามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อ การยอมรับ และความศรัทธา เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรในด้านสถาบันว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพาจะประเมินจากการได้รับความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธา จากองค์ประกอบของตัวสถาบัน มหาวิทยาลัยบูรพา ดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อถือ ศึกษาจาก

1.1 อาจารย์หรือนุเคราะห์ของมหาวิทยาลัยบูรพาซึ่งเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถทาง วิชาการ มีผลงานเป็นที่ยอมรับ

1.2 หลักสูตรของมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นหลักสูตรที่ผู้เข้าศึกษามีความไว้วางใจ โดยอยากเข้ามารับการศึกษาคืออีก

1.3 ผลการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัยบูรพา บรรลุตามนโยบายและวัตถุประสงค์ ขององค์กร เช่น ความสามารถในการผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรม นำสังคมซึ่งสามารถนำความรู้ความสามารถไปพัฒนาสังคมให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

1.4 อาคารสถานที่และบริเวณในมหาวิทยาลัยบูรพา เช่น ห้องเรียนในคณะต่าง ๆ ห้องสมุด โรงอาหาร สำนักงานที่ให้การสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน สถานที่ออกกำลังกาย พักผ่อนหย่อนใจ ตลอดจนเส้นทางจราจรในมหาวิทยาลัย มีความเหมาะสมสำหรับผู้ที่มาติดต่อกับ มหาวิทยาลัยบูรพา

2. การยอมรับ ศึกษาจาก

2.1 การบริหารงานของมหาวิทยาลัยบูรพาที่สามารถเป็นแบบอย่างแก่ผู้ที่ส่ง บุตรหลานเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยบูรพาได้

2.2 การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เช่น การจัดการศึกษา ในสาขาวิชาต่าง ๆ

2.3 การเกิดความภูมิใจในสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

2.4 คุณภาพของบัณฑิตที่จบการศึกษา

3. ความศรัทธา เกิดจาก

3.1 การได้รับเกียรติ ผู้ที่ผ่านการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาได้รับความเชื่อถือ และ การยอมรับจากสังคม

3.2 ความภูมิใจและความประทับใจ ที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยบูรพา

จากแนวคิดดังกล่าวเกี่ยวกับ ความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธา สามารถนำ แนวคิดนี้มาศึกษาภาพลักษณ์ของสถาบันได้โดยการประเมิน จากความเชื่อถือ การยอมรับ และ ความศรัทธาของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน โดยมีแนวทางในการประเมินจากสิ่งต่อไปนี้

3.2.1 บุคลากร บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยบูรพา ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ และบุคลากรในสังกัดของมหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งทำหน้าที่ในการบริหารและปฏิบัติตามภารกิจของมหาวิทยาลัยทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม รวมทั้งข้าราชการ พนักงานสาย ข ค ที่ให้การสนับสนุนด้านวิชาการให้สำเร็จตามแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา และตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย การจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยบูรพาเน้นการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและสังคม ซึ่งผู้ปกครองให้ความไว้วางใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย โดยคาดหวังว่าจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะสาขาวิชาชีพ และสามารถนำไปประกอบอาชีพได้อย่างดี สามารถแก้ปัญหาได้ นำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งเป็นผู้ที่มีคุณธรรม จริยธรรม และมีระเบียบวินัย

3.2.2 อาคารสถานที่ ได้แก่ อาคารเรียน ความเพียงพอของอาคารเรียน ห้องเรียน รวมทั้งอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนแก่ผู้สอนและผู้เรียน ห้องปฏิบัติการ โรงอาหาร สถานที่ออกกำลังกาย

2. ด้านอาจารย์ อาจารย์คือ ผู้ทำหน้าที่สอน คือ เป็นผู้ที่สร้างเสริมความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ให้แก่บัณฑิต อาจารย์เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้การจัดการศึกษาประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวได้ ผู้ที่มีหน้าที่เป็นอาจารย์จึงควรมีคุณลักษณะที่เหมาะสม สามารถสร้างการยอมรับ และเลื่อมใสศรัทธา จากนิสิตและผู้ปกครองได้ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากคุณสมบัติของอาจารย์ ดังแนวคิดของนักการศึกษาหลายท่าน เช่น ทบวงมหาวิทยาลัย (ม.ป.ป., หน้า 39) ได้สรุปประเด็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์

1. มีความรู้ดีและเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชา
2. มีวุฒิสูงระดับปริญญาโทและปริญญาเอกเป็นส่วนมาก
3. เป็นบุคคลใฝ่หาความรู้
4. เขียนตำราหรือผลงานทางวิชาการออกเผยแพร่
5. แต่งกายเรียบร้อย
6. มีความประพฤติดี
7. มีมนุษยสัมพันธ์ดี
8. วางตัวในสังคมน่านับถือ
9. มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง
10. เป็นคนมีเหตุผล
11. มีความรับผิดชอบสูง

12. มีฐานะทางเศรษฐกิจระดับปานกลาง
13. ได้รับการยกย่องจากสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

คำว่า ทัศนคติ หรือเจตคติ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Attitude” ซึ่งแปลว่า ความรู้สึก ความเห็น ในทางจิตวิทยาถือว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรหนึ่งที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย แต่จะต้องอาศัยการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีที่ซับซ้อน มีผู้ให้คำนิยามหรือความหมายของคำว่า ทัศนคติ แตกต่างกันไป ดังนี้

อลพอร์ต (Allport, 1975 อ้างถึงใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539) กล่าวสรุปว่า ทัศนคติเป็นสภาพความพร้อมของสมองและประสาทที่จัดไว้เป็นระเบียบ โดยอาศัยประสบการณ์เข้ามาช่วย ซึ่งจะมีผลหรือมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หรือ ประสบการณ์ต่าง ๆ ทั้งหมด ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1954 อ้างถึงใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539) ให้ ความหมายว่า ความชอบหรือไม่ชอบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ

กัญญา ศิริกุล (2540, หน้า 49-50) กล่าวไว้ว่า ทัศนคติไม่ว่าจะเป็นการแสดงถึงความรู้สึก ที่ชอบหรือไม่ชอบก็ตามนั้น เป็นผลมาจากอิทธิพลทางร่างกายหรือจิตใจของบุคคลเหล่านั้นก็ได้ คือ สุขภาพที่ดีนั้นอาจเป็นการสนับสนุนทัศนคติที่ดี แต่ขณะที่ไม่สบายอาจสร้างทัศนคติในทางลบได้ นอกจากนี้ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เช่น วัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา การอ่าน และประสบการณ์ ก็เป็นตัวกำหนดทัศนคติของบุคคลด้วย

ลักษณะของทัศนคติ

ประสาร ทิพย์ธารา (2520, หน้า 99-100) ได้กล่าวว่า ทัศนคติมีลักษณะที่สำคัญหลาย ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากการลอกเลียนแบบ กล่าวคือ เด็กจะเลียนแบบพ่อ แม่ และครู แต่ไม่ได้หมายความว่าเด็กจะลอกเลียนแบบการกระทำทุกอย่างที่เห็น เช่น เด็กเห็นแม่แสดงการกลัวฟ้าร้อง เด็กจะเกิดความรู้สึกกลัวฟ้าร้องเหมือนแม่เป็นต้น

2. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ เช่น การทดลองของ วัตสัน ที่ทดลองให้เด็กเห็นหนูขาว พร้อมกับทำเสียงดัง ๆ ให้นำกลัว เด็กจะเรียนรู้ว่าหนูขาวเป็นสิ่งที่น่ากลัว ทำเช่นนั้นหลาย ๆ ครั้ง ต่อไปเมื่อเด็กเห็นหนูขาวก็จะร้องไห้ หรือรีบเดินหนีไปห่าง ๆ ทันที

3. ทักษะเป็นสิ่งที่ยืดหยุ่นได้ ทักษะเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์มากแล้ว ดังนั้น หากสถานการณ์หรือเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงไป ทักษะจะเปลี่ยนแปลงไปได้ จากทักษะที่ยอมรับเปลี่ยนเป็นไม่ยอมรับ หรือจากทักษะที่ไม่ยอมรับ เปลี่ยนเป็นยอมรับได้เช่นกัน

4. ทักษะเป็นสิ่งกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรม เมื่อบุคคลมีความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดบุคคลใด สถานการณ์ใดในทางยอมรับหรือไม่ยอมรับก็ตามจะแสดงออกทางพฤติกรรม ดังนั้น เราอาจสำรวจทักษะของบุคคลได้โดยการสังเกตพฤติกรรมที่เขาแสดงออกมา

องค์ประกอบของทักษะ

องค์ประกอบของทักษะแบ่งได้ 3 ประการ คือ (Freeman, 1970 อ้างถึงใน สันติมาเกษมสันต์ ณ อุทธยา, 2539, หน้า 23)

1. องค์ประกอบด้านความคิดหรือความเข้าใจ (Cognitive Component) ทักษะจะแสดงออกมาในลักษณะของความเชื่อว่าจะไร้อะไรจะไร้อะไรผิด

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) ทักษะจะแสดงออกมาในลักษณะของความชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรมหรือด้านปฏิบัติ (Behavioral Component) ทักษะจะแสดงออกมาในลักษณะของการยอมรับหรือปฏิเสธ

ประเภทของทักษะ

การแสดงออกเกี่ยวกับทักษะของแต่ละบุคคลนั้น แบ่งได้เป็น 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. ทักษะทางบวก เป็นการแสดงออกถึงความคิดเห็นที่ชอบ ซึ่งจะเป็นเหตุจูงใจให้บุคคลนั้นปฏิบัติในทางที่ดีกับบุคคลหนึ่งหรือต่อนโยบายหรือต่อองค์กรหรือสถาบัน

2. ทักษะทางลบ เป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่มีความเห็นที่ไม่ชอบ หรือเป็นไปในทิศทางที่ไม่น่าพอใจต่อบุคคล องค์กร หรือสถาบัน ต่อปัญหาที่ขัดแย้งกัน ทักษะในทางลบนั้น โดยปกติมักจะเกิดขึ้นพร้อมกับความรู้สึกเกี่ยวกับความเข้าใจผิดหรือความไม่พอใจ

3. ทักษะที่นิ่งเฉย บุคคลที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อปัญหาที่เกิดขึ้นอันเนื่องจากบุคคลผู้นั้นไม่มีความเห็นในเรื่องนั้น ๆ โดยสิ้นเชิง

จากแนวคิดเกี่ยวกับทักษะที่นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายไว้ อาจจะสรุปได้ว่า ทักษะเป็นการแสดงความรู้สึกนึกคิดต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด มีองค์ประกอบและลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงออกมาในเชิงพฤติกรรมหรือการปฏิบัติทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับพื้นฐานความเชื่อ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

ประวัติความเป็นมาและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยบูรพา

ความเป็นมาก่อนที่จะมาเป็นมหาวิทยาลัยบูรพา เริ่มในปี พ.ศ. 2492 กระทรวงศึกษาธิการ ได้จัดตั้งโรงเรียนฝึกหัดครูชั้นสูงขึ้นที่ซอยประสานมิตร อำเภอพระโขนง จังหวัดพระนคร จนถึงปี พ.ศ. 2497 จึงได้รับการยกฐานะขึ้นเป็น “วิทยาลัยวิชาการศึกษา ประสานมิตร” ต่อมาในปี พ.ศ. 2498 ได้ขยายวิทยาเขตออกไปอีก 2 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยวิชาการศึกษาปทุมวัน และวิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน ในส่วนของวิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน ได้มีการวางศิลาฤกษ์ ในวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2498 ที่ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี นับแต่นั้นมาจึงยึดถือเอาวันที่ 8 กรกฎาคม ของทุกปีเป็นวันคล้ายวันสถาปนามหาวิทยาลัย เรียกว่าวัน “แปดกรกฎ” วิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน จึงเป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งแรกของประเทศที่ได้จัดตั้งขึ้นในส่วนภูมิภาค สังกัดกรมการฝึกหัดครู กระทรวงศึกษาธิการ โดยเปิดสอนหลักสูตรการศึกษาระดับบัณฑิต (กศ.บ.) หลักสูตร 4 ปี

ต่อมาเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2499 วิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน ได้รับโอน “โรงเรียนพิบูลบำเพ็ญ” สังกัดกรมสามัญศึกษา ซึ่งตั้งอยู่ที่ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เพื่อปรับปรุงให้เป็นโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัย โดยตั้งชื่อใหม่ว่า โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” วิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน

พ.ศ. 2501 มีผู้สำเร็จการศึกษาเป็นรุ่นแรก จำนวน 35 คน หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2505 ได้เปิดรับบุคคลที่มีวุฒิป.ม. หรือ พ.ม. หรือ อ.กศ. หรือ ป.กศ.สูง หรือเทียบเท่า เข้าศึกษาเป็นนิสิตภาคสมทบหลักสูตร การศึกษาระดับบัณฑิต (กศ.บ.) และในปี พ.ศ. 2514 ได้รับโอนอาคารเรียน ที่ดิน และสิ่งก่อสร้างของวิทยาลัยบางแสน สังกัดกรมสามัญศึกษาให้มาเป็นของวิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน สังกัดกรมการฝึกหัดครู

ในปี พ.ศ. 2517 วิทยาลัยวิชาการศึกษาได้เปลี่ยนฐานะเป็นมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ย้ายมาสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2517 ดังนั้นวิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน จึงเป็นมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน ตั้งแต่นั้นมา และได้เพิ่มสาขาวิชาในการผลิตบัณฑิตมากขึ้น มีการพัฒนา กิจกรรมตามภารกิจเจริญรุดหน้าตามลำดับ จนกระทั่งวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2533 จึงยกฐานะเป็นมหาวิทยาลัยบูรพา สิ้นสภาพการเป็นวิทยาเขตตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2533 ซึ่งได้ประกาศใช้ในหนังสือราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 107 ตอนที่ 131

ตลอดเวลาที่ผ่านมามหาวิทยาลัยบูรพาได้ตอบสนองหลักการที่ว่า การศึกษานั้น ประชาชนทุกคนต้องเข้าถึงอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง จึงได้ขยายวิทยาเขตออกไป 2 แห่ง คือ เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2538 ตั้งวิทยาเขตสารสนเทศจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ตามมติคณะรัฐมนตรีขึ้น

เป็นแห่งแรก เปิดการเรียนการสอน ในปีการศึกษา 2539 และในปีต่อมา วันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2540 จัดตั้งวิทยาเขตสารสนเทศสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว ขึ้นเป็นแห่งที่ 2 เริ่มเปิดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2541 ภายหลังจากได้มีการประกาศของมหาวิทยาลัยใช้ชื่อว่า วิทยาเขตจันทบุรี และ วิทยาเขตสระแก้ว

มหาวิทยาลัยได้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ในวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2551 โดยการเปลี่ยนสถานภาพจากมหาวิทยาลัยส่วนราชการ เป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2550 และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 125 ตอนที่ 5 ก ในวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2551

มหาวิทยาลัยบูรพามีความมุ่งมั่นในปณิธาน ปรัชญา ภารกิจหลัก วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ เป้าหมายของมหาวิทยาลัยบูรพาที่ชัดเจน จึงเป็นแรงผลักดันให้มหาวิทยาลัยมีความพร้อมที่จะก้าวไกลไปข้างหน้าอย่างมั่นใจ เพื่อสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการที่ตอบสนองต่อความต้องการกำลังคนในระดับคุณภาพของประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต (มหาวิทยาลัยบูรพา, 2555, หน้า 4)

วิสัยทัศน์

สร้างคนคุณภาพ สร้างปัญญาให้แผ่นดิน ด้วยคุณภาพการศึกษาระดับสากลเพื่อนำพาสังคมไทยสู่สังคมอุดมปัญญาที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

1. สร้างความรู้ ปัญญาและบริหารจัดการให้เกิดคุณค่าต่อการพัฒนาสังคม
2. จัดการศึกษาที่มีคุณภาพในระดับสากล สร้างบัณฑิตให้มีคุณธรรม เชี่ยวชาญในศาสตร์ เป็นผู้นำที่มีทักษะสากล
3. บริการวิชาการสู่สังคม ร่วมสร้างสังคมอุดมปัญญาที่พึ่งตนเอง
4. ส่งเสริม สนับสนุนและสร้างแรงบันดาลใจซึ่งศิลปวัฒนธรรมและความเป็นไทย
5. พัฒนามหาวิทยาลัยให้เข้มแข็ง มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูง และพึ่งตนเองได้

ปณิธาน

1. ผลิตบัณฑิตให้มีปัญญา ใฝ่หาความรู้และคุณธรรม
2. สร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการ
3. เป็นที่พึ่งทางวิชาการ สืบสานวัฒนธรรม ชี้นำแนวทางการพัฒนาแก่สังคม โดยเฉพาะภาคตะวันออก

ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์เป็นประเด็นหลักของการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์เพื่อให้ภารกิจโดยหน้าที่และภารกิจของวิสัยทัศน์บรรลุผลสัมฤทธิ์ ทั้งนี้มี 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ดังนี้

1. การสร้างความรู้ปัญญาและบริหารจัดการให้เกิดคุณค่าต่อการพัฒนาสังคม
2. จัดการศึกษาที่มีคุณภาพในระดับสากล สร้างบัณฑิตให้มีคุณธรรม เชี่ยวชาญในศาสตร์ เป็นผู้นำที่มีทักษะสากล
3. การบริการวิชาการสู่สังคมร่วมสร้างสังคมอุดมปัญญาที่พึ่งตนเอง
4. การส่งเสริม สนับสนุนและธำรงไว้ซึ่งศิลปะ วัฒนธรรมความเป็นไทย และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
5. การพัฒนามหาวิทยาลัยให้เข้มแข็ง มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงและพึ่งตนเองได้

ปรัชญา

สร้างเสริมปัญญา ใฝ่หาความรู้คุณธรรม ชี้นำสังคม

คำขวัญ

สุโข ปัญญาปฏิบัติภา: ความได้ปัญญา ให้เกิดสุข

สีประจำมหาวิทยาลัย

สีประจำมหาวิทยาลัย คือสีเทา-ทอง

สีเทา หมายถึง ความเจริญทางสติปัญญา

สีทองหมายถึง คุณธรรม

สีเทา-ทองหมายถึงบัณฑิตจากมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้ก่อปร ด้วยสติปัญญา และมีคุณธรรม

มหาวิทยาลัยบูรพามีเป้าหมายจะพัฒนามหาวิทยาลัยให้มีความเป็นเลิศทางด้านวิชาการมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง โดยจะเน้นพัฒนาศักยภาพด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้มากขึ้นควบคู่กับการรักษาคุณภาพด้านสังคมศาสตร์ ส่งเสริมและพัฒนาให้บุคลากรมีศักยภาพทางการวิจัยมากขึ้น มุ่งพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตให้มีความสมบูรณ์พร้อมตามปรัชญาของมหาวิทยาลัย มีคุณลักษณะเด่นเป็นผู้นำ กล้าชี้นำสังคมได้อย่างเหมาะสม

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยบูรพา ได้เปิดดำเนินการเรียนการสอนใน 3 วิทยาเขต ได้แก่ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี และมหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้วจำนวน 22 คณะ 4 วิทยาลัย ดังนี้

1. วิทยาเขตบางแสน มีคณะที่เปิดสอนดังนี้ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว คณะโลจิสติกส์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะแพทยศาสตร์ คณะสหเวชศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ วิทยาลัยนานาชาติ วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

2. วิทยาเขตจันทบุรี คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ คณะอัญมณี คณะเทคโนโลยีทางทะเล

3. วิทยาเขตสระแก้ว คณะวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยบูรพามีนิสิตทั้งระดับปริญญาตรีทั้งหมด จำนวน 28,245 คน ระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต จำนวน 102 คน ระดับปริญญาโททั้งหมด จำนวน 6,033 คน และระดับปริญญาเอกทั้งหมด จำนวน 721 คน มหาวิทยาลัยบูรพามีความมุ่งมั่นที่จะผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาของมหาวิทยาลัยที่ว่า "เสริมสร้างปัญญา ใฝ่หาความรู้ คู่คุณธรรมชี้นำสังคม"

มหาวิทยาลัยบูรพาได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัยและมุ่งหวังให้นิสิตมีสวัสดิการที่ดีและมีกิจกรรมที่สนับสนุนการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นในรั้วสถาบันเดียวกันมหาวิทยาลัยจึงได้จัดเตรียมบริการต่าง ๆ และสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของนิสิตตลอดจนการพัฒนาสถานที่พักผ่อนยามว่างจากการเรียนการสอน (ข้อมูล ณ วันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2552) (มหาวิทยาลัยบูรพา, 2554)

ตั้งแต่ปีการศึกษา 2545-2552 มหาวิทยาลัยบูรพามีส่วนงานที่ทำหน้าที่ผลิตบัณฑิตรวมจำนวนทั้งสิ้น 22 คณะ 4 วิทยาลัย มีการจัดการศึกษาโดยมุ่งเน้นการกระจายโอกาสทางการศึกษาให้ครอบคลุมและทั่วถึงในทุกส่วนของประเทศ โดยเปิดรับนิสิตเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในระบบรับตรง 2 ประเภท ได้แก่ ระบบรับตรงภาคตะวันออกเฉียงเหนือและระบบรับตรงทั่วประเทศ อีกทั้งยังดำเนินการรับนิสิตเข้าศึกษาในทุกระดับการศึกษา ทั้งนิสิตภาคปกติและนิสิตภาคพิเศษ ตั้งแต่ระดับปริญญาตรี ประกาศนียบัตรบัณฑิต ปริญญาโทและปริญญาเอก ในด้านการจัดการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพาได้เน้นปรัชญาการผลิตบัณฑิต คือ สร้างเสริมปัญญา ใฝ่หาความรู้คู่คุณธรรมชี้นำสังคม ทั้งนี้เพื่อสร้างบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยให้เป็นกำลังคนที่มีพร้อมในด้านการทำงานและการใช้ชีวิตในสังคม นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยบูรพายังได้ส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่ขาดแคลน สาขาวิชาที่มีความต้องการของตลาดแรงงาน สังคมและประเทศชาติ

มหาวิทยาลัยบูรพาให้ความสำคัญในการจัดการศึกษาหลักสูตรนานาชาติเพื่อก้าวสู่ความเป็นสากล โดยการจัดตั้งวิทยาลัยนานาชาติในปี พ.ศ. 2546 ปัจจุบันมีการเปิดหลักสูตรนานาชาติระดับปริญญาตรี จำนวน 3 หลักสูตร 6 สาขาวิชา

ด้านการกระจายโอกาสทางการศึกษานับเป็นสิ่งสำคัญที่มหาวิทยาลัยได้ยึดมั่นในการสร้างความเป็นธรรมทางการศึกษา โดยกระจายโอกาสให้กับนักเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของโครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวม 12 จังหวัด ให้มีโอกาสได้รับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้มากขึ้น โดยรับนิสิตจำนวนประมาณร้อยละ 50 ของนิสิตที่รับเข้ามาใหม่ นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังรับนิสิตโดยตรงผ่านโครงการพิเศษต่าง ๆ ดังนี้

1. โครงการช่างเผือก
2. โครงการขยายโอกาสการศึกษาท้องถิ่น
3. โครงการบัณฑิตรักถิ่น
4. โครงการเพชรตะวันออก
5. โครงการนักเรียนความสามารถพิเศษ
6. โครงการเรียนดี
7. โครงการทับทิมสยาม
8. โครงการเครือข่ายแพทย์แผ่นดินไทย

มหาวิทยาลัยบูรพามีการพัฒนาหลักสูตรและเปิดหลักสูตรใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ความทันสมัย มีความหลากหลายและได้มาตรฐานตามเกณฑ์ของกระทรวงศึกษาธิการและได้มาตรฐานสากล โดยหลักสูตรของมหาวิทยาลัยบูรพามีทั้งหลักสูตรภาษาไทยและหลักสูตรนานาชาติ ในระยะเวลา 8 ปี ตั้งแต่ปีการศึกษา 2545-2552 ได้ดำเนินการเปิดสอนในหลักสูตรและสาขาวิชา ดังนี้ มีหลักสูตรที่เปิดสอนรวมทั้งสิ้น 67 หลักสูตร รวม 197 สาขาวิชา โดยแยกเป็นหลักสูตรในระดับปริญญาตรี จำนวน 37 หลักสูตร 101 สาขาวิชา ระดับประกาศนียบัตร จำนวน 2 หลักสูตร 3 สาขาวิชา ระดับปริญญาโท จำนวน 19 หลักสูตร 73 สาขาวิชา และในระดับปริญญาเอก จำนวน 9 หลักสูตร 20 สาขาวิชา โดยเป็นหลักสูตรใหม่รวมจำนวน 120 สาขาวิชา และมีการปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาและสาขาวิชาตามที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนดมาตรฐานให้การมีการปรับปรุงหลักสูตรทุก 4 ปี และมีการปรับปรุงหลักสูตรตามความเหมาะสมเพื่อให้หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนมีความทันสมัย มีคุณภาพเพิ่มขึ้น ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานในการพัฒนาประเทศ

มหาวิทยาลัยบูรพาได้ผลิตบัณฑิตในทุกระดับการศึกษาในสาขาวิชาต่าง ๆ ที่หลากหลาย และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสังคมในการพัฒนาประเทศชาติและสนองต่อความต้องการในการศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งภูมิภาคและทั่วประเทศ

มหาวิทยาลัยบูรพามีการดำเนินงานด้านกิจการนิสิตควบคู่ไปกับการจัดการเรียนการสอน เนื่องจากกิจกรรมนิสิตเป็นกระบวนการที่เสริมสร้างประสบการณ์ให้บัณฑิตมีคุณภาพทั้งในด้านความรู้ มีคุณธรรม จริยธรรม โดยดำเนินการทั้งในส่วนกลางโดยกองกิจการนิสิตและในส่วนของแต่ละคณะ ซึ่งแต่ละคณะจะมีฝ่ายกิจการนิสิตของคณะเป็นผู้ดำเนินงานด้านกิจการนิสิตของคณะ หลักสำคัญในการดำเนินการนั้นมีการดำเนินการที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยและตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยบูรพาซึ่งได้ผ่านความเห็นชอบของสภามหาวิทยาลัยในการประชุมครั้งที่ 8/2544 เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2544 โดยมีคุณลักษณะสรุปได้ดังนี้

1. มีความใฝ่รู้และสามารถที่เรียนรู้ได้ด้วยตนเองตลอดชีวิต
2. มีความสามารถใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร
3. มีคุณธรรมและจริยธรรมในตน ในวิชาชีพและในสังคมโดยสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างสร้างสรรค์
4. มีความรู้ ความสามารถอย่างลึกซึ้งตามสาขาวิชาชีพ
5. มีคุณลักษณะความเป็นผู้นำและมีโลกทัศน์ที่กว้างไกล
6. มีสมรรถภาพและสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ
7. มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อการรักษาสมดุลของสังคมและสิ่งแวดล้อม การเคารพทรัพย์สินทางปัญญาและตระหนักในสิทธิมนุษยชน
8. มีศักยภาพในการใช้ปัญญาเพื่อคิดแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์
9. มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
10. มีสุนทรียารมณ์ ตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมที่หลากหลายและดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมไทย

มหาวิทยาลัยบูรพามีทั้งหน่วยงานและบุคลากรที่สามารถพัฒนามหาวิทยาลัยตามบทบาทหน้าที่ที่มีอยู่ทั้ง 4 ประการ คือ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ ให้การรองรับงานแต่ละด้านได้เป็นอย่างดี

ข้อมูลพื้นฐานโรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

ปณิธาน

โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา มีความมุ่งมั่นในการเป็นเลิศด้านการจัดการเรียนการสอน โดยทำการศึกษา วิจัย และทดลองหลักสูตร และวิธีสอนให้นักเรียนเป็นผู้ใฝ่หาความรู้ และมีคุณธรรม

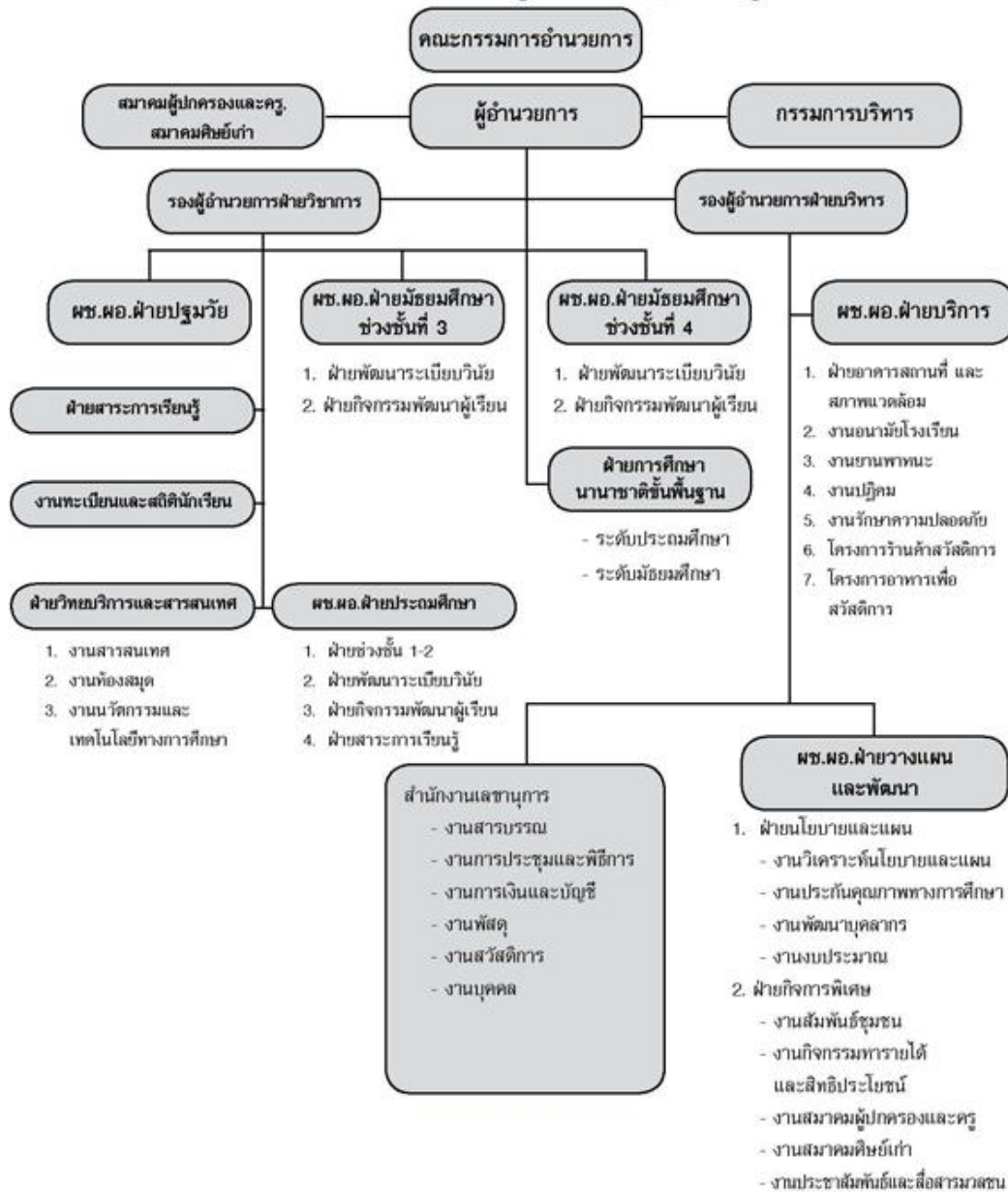
วิสัยทัศน์

โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จะเป็นโรงเรียนสาธิตสมบูรณ์แบบเป็นแบบอย่างของการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน ให้นักเรียนมีพัฒนาการทุกๆด้าน เป็นแบบอย่างที่ดีของเยาวชน บุคลากรมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบใหม่ ๆ ในเชิงวิชาการและการบริหาร

การบริหารงาน

โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ดำเนินการจัดการศึกษาตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 โดยการดำเนินงานของคณะกรรมการหลักสูตรของโรงเรียน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ หัวหน้าฝ่าย หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ หัวหน้างานที่เกี่ยวข้อง และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ โดยยึดถือปณิธาน วิสัยทัศน์ พันธกิจ ข้อมูลสารสนเทศของโรงเรียน หลักการ จุดมุ่งหมายของหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน รวมทั้งคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนสาธิต ฯ นำมากำหนดเป็น โครงสร้างหลักสูตรสถานศึกษาขึ้นภายในกรอบของหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544

โครงสร้างการบริหาร โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” ม.บูรพา



ภาพที่ 2 โครงสร้างการบริหาร โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

หลักการ

เพื่อให้การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นไปตามแนวนโยบายการจัดการศึกษาของประเทศ จึงกำหนดหลักการของหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานไว้ดังนี้

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มี 9 ห้อง รวม 307 คน

ห้อง 1 (เน้นความสามารถทางภาษา)	จำนวน 29 คน
ห้อง 2 (ศิลป์ภาษา)	จำนวน 29 คน
ห้อง 3 (ศิลป์คำนวณ)	จำนวน 41 คน
ห้อง 4 (ศิลป์คำนวณ)	จำนวน 40 คน
ห้อง 5 (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)	จำนวน 38 คน
ห้อง 6 (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)	จำนวน 36 คน
ห้อง 7 (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)	จำนวน 36 คน
ห้อง 8 (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)	จำนวน 35 คน
ห้อง 9 (เน้นความสามารถทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์)	จำนวน 23 คน

สถิติการสอบเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปีการศึกษา 2554 ของนักเรียนที่จบ การศึกษาหลักสูตรระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปีการศึกษา 2553

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	15 คน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร	1 คน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	34 คน
มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2 คน
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	5 คน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	3 คน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	1 คน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	19 คน
มหาวิทยาลัยบูรพา	161 คน
มหาวิทยาลัยมหิดล	12 คน
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	3 คน
มหาวิทยาลัยราชภัฏ	3 คน
มหาวิทยาลัยศิลปากร	14 คน
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	5 คน
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง	16 คน

มหาวิทยาลัยรามคำแหง	1 คน
วิทยาลัยพยาบาลสภากาชาดไทย	2 คน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	13 คน
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	10 คน
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	8 คน
มหาวิทยาลัยรังสิต	7 คน
วิทยาลัยดุสิตธานี	6 คน
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	1 คน
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	1 คน
สถาบันการบินพลเรือน	1 คน
สถาบันเทคโนโลยีไทยญี่ปุ่น	1 คน
ศึกษาต่อต่างประเทศ	2 คน
ไม่จบการศึกษา	11 คน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิมลพรรณ อาภาเวท และดวงตา พิริยานนท์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรการเปิดรับข่าวสารความรู้และภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลของประชาชนกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้น 401 คนผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้ 1) ภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลอยู่ในระดับดี ในด้านศักยภาพการจัดการศึกษาครูผู้สำเร็จการศึกษาภารกิจ และภาพลักษณ์โดยรวมของสถาบัน ฯ ในขณะที่ภาพลักษณ์ของผู้บริหารของสถาบัน ฯ อยู่ในระดับปานกลาง 2) อายุและระดับการศึกษาของประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสถาบัน ฯ แตกต่างกัน 3) ระดับการศึกษาและอาชีพของประชากรที่แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับสถาบันแตกต่างกัน 4) ระดับการศึกษาของประชากรที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อสถาบัน ฯ แตกต่างกัน 5) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสถาบัน ฯ จากสื่อมวลชนส่วนบุคคลสื่อเฉพาะกิจและการเข้าร่วมกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสถาบัน ฯ 6) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสถาบัน ฯ จากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ที่มีต่อผู้บริหารของสถาบัน ฯ 7) ความรู้เกี่ยวกับสถาบัน ฯ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสถาบัน ฯ ในทุกด้าน

วาสนี วรรณศรี (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านการจัดการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยทำการประชาสัมพันธ์พบว่าสื่อที่นักเรียนเคยเห็น 5 อันดับแรก คือ วิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ เว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์แนะนำของมหาวิทยาลัยตาม โรงเรียน และแผ่นพับหรือใบปลิวตามลำดับ เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ามหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ในระดับดีทุกด้าน เรียงตามลำดับคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ การจัดการศึกษา และคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต

สุดจินดา ดังก้อง (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ในทัศนะของประชาชนในจังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางของประชาชนในจังหวัดลำปาง 2) เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางของประชาชนในจังหวัดลำปาง 3) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนะของประชาชนในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในจังหวัดลำปางเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางผ่านสื่อมวลชนมากที่สุดคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง สำหรับสื่อเฉพาะกิจที่มีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ สื่อแผ่นพับ และระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลที่มีการเปิดรับมากที่สุดคือ การพูดคุยกับเพื่อน ทางด้านข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่ประชาชนในจังหวัดลำปางเปิดรับมากที่สุดคือ ข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในเรื่องทั่วไป ซึ่งประชาชนรู้จักและเคยเข้าร่วมกิจกรรมการพระราชทานปริญญาบัตรมีมากที่สุด

ทัศนคติของประชาชนต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในภาพรวม มีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยทัศนคติที่เป็นเชิงบวกสูงที่สุดคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางเป็นสถาบันที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนะของประชาชนในจังหวัดลำปางอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพลักษณ์ที่เป็นทัศนะเชิงบวกสูงที่สุดคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกที่อยู่เคียงข้างชาวลำปาง ซึ่งการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก

อรอุมา ไชยเศรษฐ (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของ นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และภาพลักษณ์องค์กร เป็นกรอบในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ 380 คน และนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 360 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมทั้ง 17 ด้านของมหาวิทยาลัยพายัพอยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านอาคารสถานที่ อาจารย์ผู้สอน การจัดการเรียนการสอน เทคโนโลยี ความเป็นสากล ความมั่นคง สภาพแวดล้อมภายใน การดูแลเอาใจใส่นักศึกษา การบริการทาง วิชาการแก่สังคม การประชาสัมพันธ์ ผู้บริหาร การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม คุณภาพบัณฑิต การ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การวิจัย และความมีชื่อเสียง ยกเว้นภาพลักษณ์ด้านค่านิยมที่กลุ่ม ตัวอย่างมีทัศนะอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ต่อมหาวิทยาลัยพายัพ ด้านที่กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มคิดว่า ดีที่สุดคือ ภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ส่วนที่ควรปรับปรุงที่สุดคือภาพลักษณ์ ด้านค่าใช้จ่าย

อัจฉราพร แปลงมาลัย (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เขตพื้นที่ลำปาง ในมุมมองของนักเรียนในเมืองลำปาง โดยประชากรที่ ศึกษาคือ นักเรียนในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพในเขตเทศบาลเมืองลำปาง กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 372 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้เปิดรับข้อมูล ข่าวสารของนักเรียนในเมืองลำปางเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เขตพื้นที่ ลำปาง รับรู้จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และจากผลการศึกษาความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เขตพื้นที่ลำปาง พบว่าการรับรู้ภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยกับด้านคุณสมบัติ ด้านคุณประโยชน์ ด้านคุณค่า ด้าน วัฒนธรรม ด้านบุคลิกภาพ และด้านผู้ใช้

กิตติพงศ์ ผาบุตร (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ ตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ ตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอน ปลายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยประชากรที่ศึกษาคือ นักเรียนในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง และอำเภอใกล้เคียงของจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดเชียงใหม่

เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ รับรู้จากป้ายโฆษณามากที่สุด และจากผลการศึกษา
ความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ พบว่าการรับรู้ภาพลักษณ์ของ
มหาวิทยาลัยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยกับด้านบุคลิกภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านคุณประโยชน์
ด้านผู้ใช้ และด้านคุณสมบัติ ส่วนด้านคุณค่ามีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของประชาชนในจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 จำนวน 307 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2555 ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยด้วยการใช้สูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 จะได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 174คน จากประชากรทั้งหมด 307 คน ได้ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างกำหนดที่ 0.05

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{307}{1 + (307 \times (0.05)^2)}$$

$$n = \frac{307}{1 + (307 \times 0.0025)}$$

$$n = \frac{307}{1 + 0.7675}$$

$$n = \frac{307}{1.7675}$$

$$n = 173.6916 = 174$$

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ดังนี้

1. สุ่มตัวอย่างจากนักเรียน จำนวน 174 คน ตามสัดส่วนของนักเรียนในแต่ละห้อง ดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนนักเรียนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

ห้อง	จำนวนนักเรียน (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
ห้อง 1 (เน้นความสามารถทางภาษา)	29	16
ห้อง 2 (อังกฤษ-สังคม)	29	16
ห้อง 3 (อังกฤษ-คณิตศาสตร์)	41	24
ห้อง 4 (อังกฤษ-คณิตศาสตร์)	40	23
ห้อง 5 (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)	38	22
ห้อง 6 (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)	36	20
ห้อง 7 (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)	36	20
ห้อง 8 (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)	35	20
ห้อง 9 (เน้นความสามารถทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์)	23	13
รวม	307	174

2. สุ่มตัวอย่างนักเรียนที่อยู่ในห้องเดียวกันโดยการเลือกแบบบังเอิญ ซึ่งมีทั้งหมด 9 ห้อง โดยนักเรียนในห้องเดียวกันจะมีความคล้ายคลึงกันมากที่สุดและมีความแตกต่างระหว่างห้องมากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา แบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check-list) และแบบเติมข้อความ เพื่อทราบถึงตัวแปรอิสระที่กำหนดไว้ในการศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ใน 3 ด้าน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้ค่าคะแนนดังนี้

- 4 คะแนน หมายถึงทัศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ดีมาก
- 3 คะแนน หมายถึงทัศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ดี
- 2 คะแนน หมายถึงทัศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์พอใช้
- 1 คะแนน หมายถึงทัศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ควรปรับปรุง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยให้ครอบคลุมเนื้อหาทั้ง 3 ด้าน คือ

- 2.1 ความเชื่อถือ
- 2.2 การยอมรับ
- 2.3 ความศรัทธา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษเพื่อตรวจสอบและพิจารณาแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและถูกต้องเชิงเนื้อหา ตลอดจนความชัดเจนของเนื้อหาและความเหมาะสมในการใช้ภาษา ผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย

- 4.1 นางธาราวรรณภวนา นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ สังกัดงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา
- 4.2 อาจารย์อิทธิเดช น้อยไม้ รองผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนและพัฒนา โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา
- 4.3 อาจารย์กิจจุฑา ไกรวาสอาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
5. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และนำไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง
6. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบเท่ากับ .94 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นดังกล่าวอยู่ในระดับที่ยอมรับได้
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่น และมีความสมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอหนังสือจากวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจเพื่อขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้อำนวยการ โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาเพื่อขอแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกและรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง
2. การจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้รับคืนมาลงรหัสให้คะแนนตามน้ำหนักคะแนนแต่ละข้อ บันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพิจารณาผลของการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มีทัศนระดับดีมาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
มีทัศนระดับดี	ให้คะแนน 3 คะแนน
มีทัศนระดับพอใช้	ให้คะแนน 2 คะแนน
มีทัศนระดับควรปรับปรุง	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มากำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของคะแนน

$$\frac{\text{ช่วงคะแนน}}{\text{จำนวนชั้น}} = \text{พิสัย} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

จึงกำหนดช่วงชั้นและการแปลความหมาย ดังนี้

3.26-4.00 หมายถึงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาอยู่ในระดับดีมาก

2.51-3.25 หมายถึงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาอยู่ในระดับดี

1.76-2.50 หมายถึงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาอยู่ในระดับไม่ดี

1.00-1.75 หมายถึง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาอยู่ในระดับไม่ดีเป็นอย่างมาก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2555 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2555 จำแนกตามเพศ และภูมิภาคโดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้วย Independent Sampling t-test โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2555 จำแนกตามหลักสูตร การศึกษาที่เรียน และคณะที่สนใจศึกษาต่อ โดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัย “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยเก็บข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 จำนวนทั้งสิ้น 174 คน ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาได้ 174 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งขั้นตอนออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามสถานภาพของนักเรียน

**ตอนที่ 1 สถานภาพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ”
มหาวิทยาลัยบูรพา**

ตารางที่ 2 เพศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา
ประจำปีการศึกษา 2555

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	55	31.61
หญิง	119	68.39
รวม	174	100.00

จากตารางที่ 2 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาประจำปีการศึกษา 2555 พบว่าเป็นนักเรียนเพศชาย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 31.61 และเป็นนักเรียนหญิง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 68.39

ตารางที่ 3 หลักสูตรการศึกษาที่เรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555

หลักสูตรการศึกษาที่เรียน	จำนวน	ร้อยละ
โปรแกรมอังกฤษ-สังคม	16	9.20
โปรแกรมอังกฤษ-คณิตศาสตร์	47	27.01
โปรแกรมวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	82	47.12
โปรแกรมเน้นความสามารถทางภาษา	16	9.20
โปรแกรมเน้นความสามารถทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	13	7.47
รวม	174	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาประจำปีการศึกษา 2555 ศึกษาในโปรแกรมวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ มากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 47.12 รองลงมาเป็นโปรแกรมอังกฤษ-คณิตศาสตร์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 27.01 โปรแกรมอังกฤษ-สังคมจำนวน 16 คน คิดเห็นร้อยละ 9.20 โปรแกรมเน้นความสามารถทางภาษา จำนวน 16 คน คิดเห็นร้อยละ 9.20 และโปรแกรมเน้นความสามารถทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ภูมิลำเนาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ”มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ชลบุรี	164	94.25
นอกจังหวัดชลบุรี	10	5.75
รวม	174	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 มีภูมิลำเนาในจังหวัดชลบุรีมากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 94.25 และนอกจังหวัดชลบุรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ซึ่งประกอบไปด้วย กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 จังหวัดระยอง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 และจังหวัดจันทบุรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.57

ตารางที่ 5 คณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ”มหาวิทยาลัยบูรพาประจำปีการศึกษา 2555

คณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพา	จำนวน	ร้อยละ
คณะโลจิสติกส์	27	15.52
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	25	14.37
คณะการจัดการและการท่องเที่ยว	16	9.20
คณะวิศวกรรมศาสตร์	15	8.62
คณะเกษตรศาสตร์	15	8.62
คณะศิลปกรรมศาสตร์	13	7.47
คณะแพทยศาสตร์	10	5.75
คณะศึกษาศาสตร์	8	4.60
คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์	6	3.45
คณะสาธารณสุขศาสตร์	5	2.87
คณะสหเวชศาสตร์	5	2.87
วิทยาลัยนานาชาติ	5	2.87
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา	4	2.30
คณะพยาบาลศาสตร์	3	1.72
คณะวิทยาศาสตร์	3	1.72
คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์	3	1.72
คณะอัญมณีวิทยาเขตจันทบุรี	3	1.72
คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาเขตจันทบุรี	3	1.72
คณะวิทยาการสารสนเทศ	2	1.15

ตารางที่ 5 (ต่อ)

คณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพา	จำนวน	ร้อยละ
คณะการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร	1	0.58
คณะเทคโนโลยีทางทะเล วิทยาเขตจันทบุรี	1	0.58
คณะเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาเขตสระแก้ว	1	0.58
รวม	174	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาประจำปีการศึกษา 2555 มีความสนใจเข้าศึกษาต่อในคณะโลจิสติกส์ มากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.52 รองลงมาได้แก่คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 14.37 คณะการจัดการและการท่องเที่ยว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 คณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.62 คณะเกษตรศาสตร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.62 คณะศิลปกรรมศาสตร์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.47 คณะแพทยศาสตร์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 คณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.45 คณะสาธารณสุขศาสตร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 คณะสหเวชศาสตร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 วิทยาลัยนานาชาติ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะอัญมณี วิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะวิทยาการสารสนเทศ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.15 คณะการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.58 คณะเทคโนโลยีทางทะเล วิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.58 คณะเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาเขตสระแก้ว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.58

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

ตารางที่ 6 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านความเชื่อถือ

ด้านความเชื่อถือ	ทัศนะ				\bar{X}	SD	ภาพลักษณ์	อันดับ
	ปรับปรุง	พอใช้	ดี	ดีมาก				
1. คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยบูรพามีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน	1 (0.60)	14 (8.0)	108 (62.10)	51 (29.30)	3.20	.598	ดี	1
2. หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยบูรพาตรงกับความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	2 (1.10)	22 (12.60)	110 (63.20)	40 (23.0)	3.08	.631	ดี	6
3. หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นหลักสูตรที่มีเนื้อหาสาระของวิชาตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	0 (0.00)	28 (16.10)	99 (56.90)	47 (27.0)	3.11	.649	ดี	2
4. หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นหลักสูตรที่มีเนื้อหาสาระที่ทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน	1 (0.60)	26 (14.90)	101 (58.00)	46 (26.40)	3.10	.655	ดี	3
5. มหาวิทยาลัยบูรพามีสถานที่อาคารเรียน อุปกรณ์ที่ทันสมัย เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา	3 (1.70)	43 (24.7)	91 (52.3)	37 (21.3)	2.93	.748	ดี	11

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ด้านความเชื่อถือ	ทัศนะ				\bar{X}	SD	ภาพ ลักษณ์	อันดับ
	ปรับปรุง	พอใช้	ดี	ดีมาก				
6. มหาวิทยาลัยบูรพามี โครงการบริการวิชาการที่ตรง กับความต้องการและความ สนใจของประชาชน	2 (1.1)	45 (25.90)	83 (47.7)	44 (25.3)	2.97	.748	ดี	10
7. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถ สร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มี คุณธรรมในการปฏิบัติงานได้ เป็นอย่างดี	5 (2.9)	29 (16.7)	96 (55.2)	44 (25.3)	3.03	.733	ดี	8
8. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถ สร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ทักษะในการปฏิบัติงานได้เป็น อย่างดี	1 (0.6)	26 (14.9)	105 (60.3)	42 (24.1)	3.08	.640	ดี	5
9. มหาวิทยาลัยบูรพาเป็น แหล่งความรู้และมีความเป็น เลิศทางวิชาการ	0 (0.00)	33 (19.00)	98 (56.30)	43 (24.70)	3.06	.660	ดี	7
10. ผู้ที่จบการศึกษาจาก มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นบัณฑิต ที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับ ของสังคม	1 (0.60)	22 (12.60)	110 (63.20)	41 (23.60)	3.10	.615	ดี	4
11. มหาวิทยาลัยบูรพามีความ พร้อมทั้งด้านบุคลากรและ ทรัพยากร	3 (1.70)	38 (21.80)	89 (51.10)	44 (25.30)	3.00	.737	ดี	9
รวม					3.06	.386	ดี	

จากตารางที่ 6 พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านความเชื่อถือในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.06$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนมีทัศนะอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยบูรพามีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน ($\bar{X} = 3.20$) รองลงมาคือหลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย

บูรพาเป็นหลักสูตรที่มีเนื้อหาสาระของวิชาตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน ($\bar{X} = 3.11$) หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นหลักสูตรที่มีเนื้อหาสาระที่ทันสมัย เหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน ($\bar{X} = 3.10$) และผู้ที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นบัณฑิตที่มี ประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม ($\bar{X} = 3.10$)

ตารางที่ 7 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านการยอมรับ

ด้านการยอมรับ	ทัศนะ				\bar{X}	SD	ภาพลักษณ์	อันดับ
	ปรับปรุง	พอใช้	ดี	ดีมาก				
1. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน	1 (0.60)	23 (13.20)	106 (60.90)	44 (25.30)	3.11	.631	ดี	2
2. มหาวิทยาลัยบูรพามีรูปแบบการจัดการศึกษาที่เอื้อต่อสภาพแวดล้อมในเขตพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียง	5 (2.90)	28 (16.10)	88 (50.60)	53 (30.50)	3.09	.759	ดี	3
3. มหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง	5 (2.90)	27 (15.50)	86 (49.40)	56 (32.20)	3.11	.764	ดี	1
4. นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัยจากการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ	1 (0.60)	33 (19.00)	93 (53.40)	47 (27.00)	3.07	.693	ดี	5
5. นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพามีการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน	5 (2.90)	40 (23.00)	93 (53.40)	36 (20.70)	2.92	.692	ดี	8
6. ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการยกย่อง เช่น เป็นบุคคลดีเด่นของสังคมในสาขาวิชาต่าง ๆ	1 (0.60)	41 (23.60)	94 (54.00)	38 (21.80)	2.97	.692	ดี	7

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้านการยอมรับ	ทัศนะ				\bar{X}	SD	ภาพ ลักษณ์	อันดับ
	ปรับปรุง	พอใช้	ดี	ดีมาก				
7. มหาวิทยาลัยบูรพามีการ ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมให้มี ความสวยงาม และสะอาด	10 (5.70)	36 (20.70)	76 (43.70)	52 (29.90)	2.98	.860	ดี	6
8. ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจาก มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้ที่มี ความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะ สาขาวิชา เป็นที่ยอมรับ	1 (0.60)	33 (19.00)	92 (52.90)	48 (27.60)	3.07	.697	ดี	4
รวม					3.04	.454	ดี	

จากตารางที่ 7 พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านการยอมรับในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.04$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนมีทัศนะอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.11$) รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ($\bar{X} = 3.11$) มหาวิทยาลัยบูรพามีรูปแบบการจัดการศึกษาที่เอื้อต่อสภาพแวดล้อมในเขตพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ($\bar{X} = 3.09$) และผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชา เป็นที่ยอมรับ ($\bar{X} = 3.07$)

ตารางที่ 8 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านความศรัทธา

ด้านความศรัทธา	ทัศนะ				\bar{X}	SD	ภาพ ลักษณ์	อันดับ
	ปรับปรุง	พอใช้	ดี	ดีมาก				
1. มหาวิทยาลัยบูรพาเป็น สถาบันการศึกษาที่มีความเป็น เลิศทางวิชาการ	1 (0.60)	23 (13.20)	106 (60.90)	44 (25.30)	2.95	.639	ดี	7

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ด้านความศรัทธา	ทัศนะ				\bar{X}	SD	ภาพ ลักษณ์	อันดับ
	ปรับปรุง	พอใช้	ดี	ดีมาก				
2. มหาวิทยาลัยบูรพาเป็น แหล่งรวมความรู้ ที่ให้บริการ แก่ชุมชนและบุคคลทั่วไป	5 (2.90)	28 (16.10)	88 (50.60)	53 (30.50)	3.01	.705	ดี	6
3. ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจาก มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้ที่มี ความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะ สาขาวิชา เป็นที่ยอมรับในวง การศึกษา	5 (2.90)	27 (15.50)	86 (49.40)	56 (32.20)	3.01	.725	ดี	5
4. มหาวิทยาลัยบูรพาเป็น สถาบันการศึกษาที่ชุมชนมี ความภาคภูมิใจ	1 (0.60)	33 (19.00)	93 (53.40)	47 (27.00)	3.16	.732	ดี	1
5. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถ จัดการศึกษาใน ระดับอุดมศึกษาได้อย่างมี คุณภาพ	1 (0.60)	33 (19.00)	93 (53.40)	47 (27.00)	3.10	.660	ดี	4
6. มหาวิทยาลัยบูรพามีการ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับ ชุมชนและมีส่วนร่วมในการ พัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง	1 (0.60)	33 (19.00)	93 (53.40)	47 (27.00)	3.13	.705	ดี	3
7. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถ เป็นที่พึ่งทางวิชาการแก่สังคม ได้เป็นอย่างดี	1 (0.60)	33 (19.00)	93 (53.40)	47 (27.00)	3.16	.661	ดี	2
รวม					3.07	.457		

จากตารางที่ 8 พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านความศรัทธาในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.07$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนมีทัศนะอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่ชุมชนมีความภาคภูมิใจ ($\bar{X} = 3.16$) รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถเป็นที่พึ่งทางวิชาการแก่สังคมได้เป็นอย่างดี

($\bar{X} = 3.16$) มหาวิทยาลัยบูรพามีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ($\bar{X} = 3.13$) และมหาวิทยาลัยบูรพาสามารถจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.10$)

ตารางที่ 9 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา	\bar{X}	SD	ระดับภาพลักษณ์	อันดับที่
1. ด้านความเชื่อถือ	3.06	.386	ดี	2
2. ด้านการยอมรับ	3.04	.454	ดี	3
3. ด้านความศรัทธา	3.07	.457	ดี	1
รวม	3.06	.382	ดี	

จากตารางที่ 9 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาในระดับดีทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความศรัทธา ($\bar{X} = 3.07$) รองลงมาคือด้านความเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.06$) ด้านการยอมรับ ($\bar{X} = 3.04$)

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

ตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ

เพศ	N	\bar{X}	SD	t	Sig.
1. ชาย	55	3.06	.418	.134	.447
2. หญิง	119	3.05	.366		

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 10 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามภูมิภาค

เพศ	N	\bar{X}	SD	t	Sig.
1. ชาย	55	3.06	.418	.134	.447
2. หญิง	119	3.05	.366		

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 11 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามหลักสูตรการศึกษาที่เรียน

หลักสูตรการศึกษาที่เรียน	\bar{X}	SD
โปรแกรมเน้นความสามารถทางภาษา	3.22	.332
โปรแกรมวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	3.09	.366
โปรแกรมอังกฤษ-คณิตศาสตร์	3.00	.344
โปรแกรมเน้นความสามารถทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	2.98	.425
โปรแกรมอังกฤษ-สังคม	2.96	.536

จากตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามหลักสูตรการศึกษาที่เรียน พบว่า หลักสูตรโปรแกรมเน้นความสามารถทางภาษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.22$) รองลงมาคือ โปรแกรมวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ ($\bar{X} = 3.09$)

โปรแกรมอังกฤษ-คณิตศาสตร์ ($\bar{X} = 3.00$) โปรแกรมเน้นความสามารถทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ($\bar{X} = 2.98$) และ โปรแกรมอังกฤษ-สังคม ($\bar{X} = 2.96$)

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามหลักสูตรการศึกษาที่เรียน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.889	4	.222	1.539	.193
ภายในกลุ่ม	24.409	169	.144		
รวม	25.298	173			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 13 พบว่า ทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่เรียนในหลักสูตรการศึกษาที่เรียนต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพา	\bar{X}	SD
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา	3.50	.408
คณะวิทยาการสารสนเทศ	3.29	.609
คณะพยาบาลศาสตร์	3.29	.306
วิทยาลัยนานาชาติ	3.20	.380
คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาเขตจันทบุรี	3.17	.227
คณะการจัดการและการท่องเที่ยว	3.16	.388
คณะเกษตรศาสตร์	3.16	.266
คณะวิศวกรรมศาสตร์	3.10	.495

ตารางที่ 14 (ต่อ)

คณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพา	\bar{X}	SD
คณะแพทยศาสตร์	3.09	.247
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	3.08	.386
คณะสาธารณสุขศาสตร์	3.06	.176
คณะศึกษาศาสตร์	3.05	.378
คณะสหเวชศาสตร์	3.01	.191
คณะเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาเขตสระแก้ว	2.99	.000
คณะโลจิสติกส์	2.96	.332
คณะศิลปกรรมศาสตร์	2.90	.390
คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์	2.89	.520
คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์	2.85	.613
คณะอัญมณี วิทยาเขตจันทบุรี	2.84	.819
คณะการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร	2.83	.000
คณะวิทยาศาสตร์	2.78	.153
คณะเทคโนโลยีทางทะเล วิทยาเขตจันทบุรี	2.77	.000

จากตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพาพบว่า คณะวิทยาศาสตร์การศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.50$) รองลงมาคือ คณะพยาบาลศาสตร์ ($\bar{X} = 3.29$) คณะวิทยาการสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.29$) วิทยาลัยนานาชาติ ($\bar{X} = 3.20$) คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาเขตจันทบุรี ($\bar{X} = 3.17$) คณะเกษตรศาสตร์ ($\bar{X} = 3.16$) คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.16$) คณะวิศวกรรมศาสตร์ ($\bar{X} = 3.10$) คณะแพทยศาสตร์ ($\bar{X} = 3.09$) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ($\bar{X} = 3.08$) คณะสาธารณสุขศาสตร์ ($\bar{X} = 3.06$) คณะศึกษาศาสตร์ ($\bar{X} = 3.05$) คณะสหเวชศาสตร์ ($\bar{X} = 3.01$) คณะเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาเขตสระแก้ว ($\bar{X} = 2.99$) คณะโลจิสติกส์ ($\bar{X} = 2.96$) คณะศิลปกรรมศาสตร์ ($\bar{X} = 2.90$) คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ ($\bar{X} = 2.89$) คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ ($\bar{X} = 2.85$) คณะอัญมณี วิทยาเขตจันทบุรี ($\bar{X} = 2.84$) คณะการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร ($\bar{X} = 2.83$) คณะวิทยาศาสตร์ ($\bar{X} = 2.78$) และคณะเทคโนโลยีทางทะเล วิทยาเขตจันทบุรี ($\bar{X} = 2.77$)

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต
“พิบูลบำเพ็ญ”มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.977	21	.142	.965	.509
ภายในกลุ่ม	22.321	152	.147		
รวม	25.298	173			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 15 พบว่า ทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต
“พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่สนใจเข้าศึกษาต่อในคณะที่ต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ หลักสูตรการศึกษาที่เรียน ภูมิลำเนาและคณะที่สนใจศึกษาต่อ โดยเก็บข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 จำนวนทั้งสิ้น 174 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งกำหนดระดับเป็น มากที่สุด มาก น้อย และน้อยที่สุด และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้วย Independent Sampling t-test และ One-way ANOVA โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สถานภาพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ”

มหาวิทยาลัยบูรพา

1. ผลการศึกษาพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 เป็นนักเรียนเพศชาย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 31.61 และเป็นนักเรียนเพศหญิง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 68.39
2. ผลการศึกษาพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 ศึกษาในโปรแกรมวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ มากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 47.12 คน รองลงมาเป็นโปรแกรมอังกฤษ-คณิตศาสตร์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 27.01 โปรแกรมอังกฤษ-สังคม จำนวน 16 คน คิดเห็นร้อยละ 9.20 โปรแกรมเน้นความสามารถทางภาษา จำนวน 16 คน คิดเห็นร้อยละ 9.20 และโปรแกรมเน้นความสามารถทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.47
3. ผลการศึกษาพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 มีภูมิลำเนาในจังหวัดชลบุรีมากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 94.25 และนอกจังหวัดชลบุรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ซึ่งประกอบ

ไปด้วยกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 จังหวัดระยอง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 และจังหวัดจันทบุรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.57

4. ผลการศึกษาพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 มีความสนใจเข้าศึกษาต่อในคณะโสตทัศนศึกษา มากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.52 รองลงมาได้แก่ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 14.37 คณะการจัดการและการท่องเที่ยว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 คณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.62 คณะเกษตรศาสตร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.62 คณะศิลปกรรมศาสตร์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.47 คณะแพทยศาสตร์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 คณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.45 คณะสาธารณสุขศาสตร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 คณะสหเวชศาสตร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 วิทยาลัยนานาชาติ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะอัญมณี วิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.72 คณะวิทยาการสารสนเทศ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.15 คณะการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.58 คณะเทคโนโลยีทางทะเล วิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.58 คณะเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาเขตสระแก้ว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.58

ส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

1. ผลการศึกษาด้านความเชื่อถือ พบว่า นักเรียนมีความเชื่อถือต่อมหาวิทยาลัยบูรพา ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนมีทัศนะอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยบูรพา มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นหลักสูตรที่มีเนื้อหาสาระของวิชาตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นหลักสูตรที่มีเนื้อหาสาระที่ทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและตรงกับความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผู้ที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นบัณฑิตที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถสร้างบัณฑิตให้เป็น

ผู้ที่มีความรู้ ทักษะในการปฏิบัติงาน ได้เป็นอย่างดี มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นแหล่งความรู้และมีความเป็นเลิศทางวิชาการมหาวิทยาลัยบูรพาสามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีคุณธรรมในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีมหาวิทยาลัยบูรพามีความพร้อมทั้งด้านบุคลากรและทรัพยากร มหาวิทยาลัยบูรพามีโครงการบริการวิชาการที่ตรงกับความต้องการและความสนใจของประชาชน และมหาวิทยาลัยบูรพามีสถานที่ อาคารเรียน อุปกรณ์ที่ทันสมัยเหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา

2. ผลการศึกษาด้านการยอมรับ พบว่า นักเรียนให้การยอมรับต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับดี และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน มหาวิทยาลัยบูรพามีรูปแบบการจัดการศึกษาที่เอื้อต่อสภาพแวดล้อมในเขตพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชาเป็นที่ยอมรับของสังคม นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัยจากการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ มหาวิทยาลัยบูรพามีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงามและสะอาด ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการยกย่อง เช่น เป็นบุคคลดีเด่นของสังคมในสาขาวิชาต่าง ๆ และนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพามีการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน

3. ผลการศึกษาด้านความศรัทธา พบว่า นักเรียนมีความศรัทธาต่อมหาวิทยาลัยบูรพา ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่ชุมชนมีความภาคภูมิใจ รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถเป็นที่พึ่งและให้คำปรึกษาทางวิชาการแก่สังคมได้เป็นอย่างดี มหาวิทยาลัยบูรพามีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชาเป็นที่ยอมรับในวงการศึกษามหาวิทยาลัยบูรพาเป็นแหล่งรวมความรู้ที่ให้บริการแก่ชุมชนและบุคคลทั่วไป และมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ

จากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของ

มหาวิทยาลัยบูรพาในระดับดีทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความศรัทธา รองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือ และด้านการยอมรับ

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบทัศนะของนักเรียน

1. เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีเพศต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาไม่แตกต่างกัน

2. เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่เรียนในหลักสูตรการศึกษาที่เรียนต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาไม่แตกต่างกัน

3. เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาไม่แตกต่างกัน

4. เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่สนใจเข้าศึกษาต่อในคณะที่ต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา โดยพิจารณาตามทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาได้ผลดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา มีความเชื่อถือภาพรวมอยู่ในระดับดี ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่านักเรียนโรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มีโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง มีโอกาสได้ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยร่วมกับนิสิตของมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นด้านบุคลากร และคณาจารย์ ด้านอาคารสถานที่ เช่น การใช้บริการของสำนักหอสมุด สนามกีฬาต่าง ๆ หอประชุมใหญ่ และการใช้อุปกรณ์การเรียนการสอนต่าง ๆ ร่วมกับนิสิต ซึ่งนักเรียนโรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มีโอกาสได้รับรู้จากการเข้าร่วมอบรม หรือเข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาการต่าง ๆ เช่น กิจกรรม Open House ของคณะต่าง ๆ งานสัปดาห์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ งานสัปดาห์ห้องสมุด เป็นต้น หรือแม้แต่การรับรู้เหตุการณ์หรือกิจกรรมของมหาวิทยาลัยจากการพบเห็นผ่านสื่อต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย เช่น ป้าย

ประชาสัมพันธน์ แผ่นปลิว รวมทั้งการได้พบเห็นนิสิตของมหาวิทยาลัยที่เป็นแบบอย่างในการจัดกิจกรรม หรือแสดงผลงานทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม เป็นผลให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา มีความเชื่อถือต่อมหาวิทยาลัยบูรพาอยู่ในระดับดี

2. จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านการยอมรับภาพรวมอยู่ในระดับดี ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่านักเรียนโรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มีโอกาสในการรับรู้และร่วมกิจกรรมที่นิสิตของมหาวิทยาลัยบูรพา และมหาวิทยาลัยจัดขึ้น โดยส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยได้ดำเนินงานร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมค่ายอาสาพัฒนา หรือการเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีก่อพระทรายวันไหลบางแสน ซึ่งนักเรียนโรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” สามารถรับรู้ได้จากข่าวประชาสัมพันธน์ที่ติดอยู่ตามอาคารต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย รวมทั้งนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” อาจได้รับการปลูกฝังทัศนคติจากผู้ปกครองที่เป็นผู้เลือกโรงเรียนเพื่อรับการศึกษาให้แก่บุตรหลาน ในการยอมรับด้านวิชาการของมหาวิทยาลัยที่มีมาอย่างช้านาน เช่น มหาวิทยาลัยบูรพาได้พัฒนามาจากวิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน ซึ่งได้รับการยอมรับเป็นอย่างมากในศาสตร์ด้านการศึกษา การสอน ทำให้นักเรียนมีความสนใจที่อยากจะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพามากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านความศรัทธาภาพรวมอยู่ในระดับดี ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่านักเรียนโรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” ได้มีโอกาสรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยได้พยายามเผยแพร่กิจกรรมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยให้เป็นที่รับทราบของประชาคมมหาวิทยาลัย และเป็นที่ยอมรับของสังคม เช่น การได้เห็นเอกสารการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยที่ประชาสัมพันธน์อยู่ตามอาคารต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยสามารถจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ โดยได้รับการถ่ายทอดข้อมูลต่าง ๆ ผ่านสื่อประชาสัมพันธน์ กิจกรรมของมหาวิทยาลัย และโรงเรียน รวมทั้งได้รับข้อมูลผ่านคณาจารย์ของโรงเรียนสาธิตพิบูลบำเพ็ญ ถึงคุณภาพในการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัย ส่งผลให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา เกิดความศรัทธาในตัวมหาวิทยาลัยบูรพายิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาพบว่า ทัศนะของนักเรียนเมื่อจำแนกตามเพศ หลักสูตรการศึกษาที่เรียน ภูมิภาค และคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

เชิงนโยบาย

1. จากการศึกษาพบว่า ทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ด้านความเชื่อถือในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี ซึ่งสามารถพัฒนาให้อยู่ในระดับดีมาก ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้มหาวิทยาลัยสร้างภาพลักษณ์ในด้านความเชื่อถือ โดยการมีนโยบายในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการวิจัย ในการสร้างผลงานและพัฒนาอาจารย์ให้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ มีศักยภาพในการถ่ายทอดความรู้ และสร้างความพร้อมให้มหาวิทยาลัยมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านครบทุกศาสตร์ และปฏิรูประบบการสร้างและพัฒนาสมรรถภาพบัณฑิตมหาวิทยาลัยบูรพาให้มีคุณธรรม เชี่ยวชาญในศาสตร์ มีความสามารถทางการบริหารจัดการเป็นที่ยอมรับและเชื่อมั่นของสังคม สามารถสร้างสรรค์คุณค่าและคุณประโยชน์แก่สังคม รวมทั้งสร้างความสุขในบรรยากาศการศึกษาที่เหมาะสมและเอื้อต่อการเรียนรู้
2. จากการศึกษาพบว่า ทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ด้านการยอมรับในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี ซึ่งสามารถพัฒนาให้อยู่ในระดับดีมาก ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้มหาวิทยาลัยสร้างภาพลักษณ์ในด้านการยอมรับ โดยการมีนโยบายที่สร้างและพัฒนามหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางความรู้ของภาคตะวันออกเฉียงและประเทศชาติที่มีความเป็นเลิศในศาสตร์ทางทะเล ศาสตร์ทางการศึกษา และศาสตร์ที่เกี่ยวกับแรงงานและการทำงาน และศาสตร์ด้านโลจิสติกส์ รวมทั้งสร้างระบบบริการวิชาการให้มีประสิทธิภาพสูง ที่สามารถสนองต่อความต้องการทางด้านความรู้ของสังคม สนับสนุนให้มหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่องส่งเสริมและสนับสนุนให้นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ
3. จากการศึกษาพบว่า ทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ด้านความศรัทธาในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี ซึ่งสามารถพัฒนาให้อยู่ในระดับดีมาก ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้พัฒนามหาวิทยาลัยบูรพาให้เป็นมหาวิทยาลัยวิจัยที่มีผลงานและบุกเบิกองค์ความรู้ใหม่ สามารถบูรณาการ

องค์ความรู้เพื่อการพัฒนาสังคมไทยให้เข้มแข็ง สามารถเป็นที่พึ่งทางวิชาการแก่ชุมชน และสังคม ได้และมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน โดยมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

เชิงการปฏิบัติการ

1. เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยบูรพาในกลุ่มเยาวชน อันจะเป็นผลต่อชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยต่อไปในอนาคต มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตร การเรียนการสอน เช่น กิจกรรม Open House กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อให้แก่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั่วประเทศ โดยแบ่งจัดกิจกรรมตามภูมิภาค เพื่อกระจายโอกาสการรับรู้ข้อมูลของนักเรียนที่มีความสนใจต่อมหาวิทยาลัยบูรพา

2. จากการศึกษาพบว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” อยู่เพียงระดับดี ทั้งที่นักเรียนกลุ่มดังกล่าวมีความใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัยบูรพาอย่างมากนั้น มหาวิทยาลัยจึงควรมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเยาวชน โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ได้มากขึ้น มหาวิทยาลัยควรจัดทำสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของนิสิต และผลงานทางวิชาการของมหาวิทยาลัยให้มีความทันสมัย และเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นวัยรุ่นเช่น การทำหนังสือ หรือคลิป VDO ที่แสดงให้เห็นการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัยอย่างมีความสุข การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของนิสิตกับชุมชน โดยอาศัยเทคโนโลยี และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ช่วยส่งต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อกระตุ้นการรับรู้ด้านภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้ดียิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาพบว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” อยู่เพียงระดับดี ทั้งที่นักเรียนกลุ่มดังกล่าวมีความใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัยบูรพาอย่างมากนั้น มหาวิทยาลัยควรมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านกระบวนการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) โดยกิจกรรมดังกล่าวนี้ควรมีนักเรียนมัธยมเป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาต่อไป หรือเชิญชวนให้นักเรียนมัธยมศึกษาเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมเพื่อสังคมของมหาวิทยาลัย อันจะมีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับกลุ่มเยาวชนต่อไป

เชิงวิชาการ

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาในระดับจังหวัด และระดับภาคตะวันออกเฉียง

2. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ที่สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของมหาวิทยาลัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม และ การทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมในทัศนะของประชาชนในภาคตะวันออก
3. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ในทัศนคติของผู้ปกครองนักเรียน
4. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพาของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
5. ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนโดยจำแนกเป็นรายคณะ

บรรณานุกรม

- กิตติพงษ์ ฝาบุตร. (2552). *ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ตามการรับรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ. (2537). *การสร้างและรักษาภาพพจน์ในภาพพจน์ที่สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. (2537). *การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราภรณ์ สีขาว. (2536). *ภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาตามการรับรู้ของผู้บริหารการศึกษาระดับสูง*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วน จำกัด อินทิมเทรด.
- _____. (2541). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- ตรึงตรา ทรัพย์ส่งแสง. (2541). *ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ทพวงมหาวิทยาลัย. (ม.ป.ป.). *รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษเกี่ยวกับบุคลากรในระบบอุดมศึกษา: กระบวนการเข้าทำงานการพัฒนาบุคลากรการโยกย้ายและเปลี่ยนงาน ประโยชน์จากการวิจัยและการบริการด้านอื่น ๆ*. กรุงเทพฯ: ทพวงมหาวิทยาลัย
- ธีระพันธ์ ชนาพรรณ. (2548). *การจัดการการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชนที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บัญญัติ คำบุญวัฒน์. (2532). *งานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพพจน์ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด: ศึกษากรณีโรงงานปูนซีเมนต์แก่งคอย จังหวัดสระบุรี*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- บุญบา หินเช่าวี. (2544). รายงานการวิจัยการศึกษาภาพลักษณ์สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม
พิษณุโลก ในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดสุโขทัย. พิษณุโลก:
คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ประจวบ อินอ้อด. (2532). เขาประหัดสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพฯ: มัณฑนาสถาปัตยกรรม.
- ประสาร ทิพย์ธารา. (2520). พัฒนาการเด็กและการอบรมเลี้ยงดู : ตรงตามหลักสูตรมหาวิทยาลัย
และวิทยาลัยครู. กรุงเทพฯ: แพรววิทยา.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. (2537). ความรู้เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์. ใน พรทิพย์พิมลสินธุ์
(บรรณาธิการ). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์ (พิมพ์ครั้งที่3).
กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พิชญา กรรณานูวัฒน์. (2540). การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในทัศนะ
ของพนักงานทั่วประเทศ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พิสิณี กิจวัตร. (2545). ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบในความคิดเห็นของประชาชนในเคหะชุมชน
บ่อนไก่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขารัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยบูรพา. (2554). รายงานสรุปผลการพัฒนามหาวิทยาลัยบูรพาในรอบ 8 ปี. ชลบุรี:
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- _____. (2555). รายงานประจำปี 2554 มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มาลี ศรีเพชรภูมิ. (2533). ปรัชญาเบื้องต้น. เพชรบุรี: คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,
สหวิทยาลัยทวารวดีเพชรบุรี.
- ราไพ เลี้ยงจันทร์. (2541). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของครูและนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษา ปีที่ 6 ในเขตการศึกษา 12. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาการ
บริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิจิตร อามิตร. (2541). ภาพลักษณ์ของนักการเมืองสตรีที่ถูกนำเสนอผ่านทางหนังสือพิมพ์ในปี
พ.ศ. 2541. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาประชาสัมพันธ์, บัณฑิตวิทยาลัย,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตรอวาทะกุล. (2534). เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โอ เอสพรีนติ้ง เฮาส์.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิมลพรรณ อภาเวท และดวงตา พิริยานนท์. (2547). *ภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วาสิณี วรรณศรี. (2549). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1*. ปัญหาพิเศษศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิติศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สันติมา เกษมสันต์ ณ อุรุชยา. (2539). *ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการประชาสัมพันธ์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุดจินดา ดังก้อง. (2551). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนะของประชาชนในจังหวัดลำปาง*. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุปราณี สนธิรัตน์ และคณะ. (2529). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.
- สุพัตรา สุภาพ. (2534). *สังคมและวัฒนธรรมไทย: ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อรอุมา ไชยเศรษฐ. (2551). *ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัจฉราพร แปลงมาลัย. (2552). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเขตพื้นที่ลำปางในมุมมองของนักเรียน ในเมืองลำปาง*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อำนวยการ วีรวรรณ. (2533). *การแก้วิกฤติและการสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2537). *การแก้วิกฤติและการสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร*. ใน พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์ (บรรณาธิการ) *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ปรกาศพริก.
- Adler, M. J. (1990). *Principles of Classroom Management: A Professional Decision Making Model*. United States: Asimon & Schuster.

- Allport, G. W. (1975). Attitude In *Handbook of Social Psychology*. Carl Murchison Wolocester, Mars: Clark University Press.
- Bernays, E. L. (1961). *Your Future in Public Relations*. New York: Richard Rosen Press.
- Boulding, K. E. (1975). *The Image: Knowledge in Life and Society*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan.
- Fishbein, M. (1967). *Reading in Attitude Theoty and Measurement*. New York: John Wiley & Sons.
- Gregory, J. R., & Wiechmann, J. G. (1991). *Marketing Corporate Image* (3rd ed.). LincolnWood: NTC Business.
- Hoult, T. F. (1969). *Dictionary of Modern Sociology*. Totowa,NJ: Littlefield,Adams.
- Jefkins, F. (1982). *Public Relations Mode Simple*. London: Heinemann.
- Newcomb, T. M. (1954). *Social Psychology*. New York: Dryden Press.
- Robinson, C., & Barlow, W. (1959). Image public relations. *Public Relations Journal*, 15, 10-13.
- Yamane, T. (1967). *Statistics:An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ระดับปริญญาโท หลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” ที่มีต่อภาพลักษณ์
ของมหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความ
ที่ตรงกับสถานภาพความเป็นจริง

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. หลักสูตรการศึกษาที่เรียน
 - () โปรแกรมอังกฤษ – สังคม
 - () โปรแกรมอังกฤษ – คณิตศาสตร์
 - () โปรแกรมวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์
 - () โปรแกรมเน้นความสามารถทางภาษา (Language Intensive Program : LIP)
 - () โปรแกรมเน้นความสามารถทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ (Science And Mathematic :SAM)
3. ภูมิลำเนาจังหวัด.....
4. คณะที่ท่านสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพา (กรุณาเลือกที่สนใจมากที่สุดเพียง 1 คณะ)

() คณะศึกษาศาสตร์	() คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
() คณะศิลปกรรมศาสตร์	() คณะวิศวกรรมศาสตร์
() คณะพยาบาลศาสตร์	() คณะวิทยาศาสตร์
() คณะสาธารณสุขศาสตร์	() คณะการจัดการและการท่องเที่ยว
() คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา	() คณะโลจิสติกส์
() คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์	() คณะแพทยศาสตร์
() คณะการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร	() คณะสหเวชศาสตร์
() คณะเกษตรศาสตร์	() คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์
() คณะวิทยาการสารสนเทศ	() คณะอัญมณี วิทยาเขตจันทบุรี
() คณะเทคโนโลยีทางทะเล วิทยาเขตจันทบุรี	() คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์วิทยาเขตจันทบุรี
() คณะเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาเขตสระแก้ว	() คณะวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิทยาเขตสระแก้ว
() วิทยาลัยนานาชาติ	

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง
ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียน	ระดับความคิดเห็น			
	ดีมาก 4	ดี 3	พอใช้ 2	ควรปรับปรุง 1
ด้านความเชื่อถือ				
1. คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยบูรพามีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน				
2. หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยบูรพาตรงกับความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๖				
3. หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นหลักสูตรที่มีเนื้อหาสาระของวิชาตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน				
4. หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นหลักสูตรที่มีเนื้อหาสาระที่ทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน				
5. มหาวิทยาลัยบูรพามีสถานที่ อาคารเรียน อุปกรณ์ที่ทันสมัย เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา				
6. มหาวิทยาลัยบูรพามีโครงการบริการวิชาการที่ตรงกับความต้องการและความสนใจของประชาชน				
7. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีคุณธรรมในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี				
8. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ทักษะในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี				
9. มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นแหล่งความรู้และมีความเป็นเลิศทางวิชาการ				
10. ผู้ที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นบัณฑิตที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม				
11. มหาวิทยาลัยบูรพามีความพร้อมทั้งด้านบุคลากรและทรัพยากร				
ด้านการยอมรับ				
1. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน				
2. มหาวิทยาลัยบูรพามีรูปแบบการจัดการศึกษาที่เอื้อต่อสภาพแวดล้อมในเขตพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียง				
3. มหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง				

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามที่คณะของนักเรียน	ระดับความคิดเห็น			
	ดีมาก 4	ดี 3	พอใช้ 2	ควรปรับปรุง 1
4. นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัยจากการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ				
5. นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพามีการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน				
6. ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการยกย่อง เช่น เป็นบุคคลดีเด่นของสังคมในสาขาวิชาต่าง ๆ				
7. มหาวิทยาลัยบูรพามีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงามและสะอาด				
8. ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชา เป็นที่ยอมรับ				
<u>ด้านความศรัทธา</u>				
1. มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ				
2. มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นแหล่งรวมความรู้ ที่ให้บริการแก่ชุมชนและบุคคลทั่วไป				
3. ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชา เป็นที่ยอมรับในวงการศึกษ				
4. มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่ชุมชนมีความภาคภูมิใจ				
5. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ				
6. มหาวิทยาลัยบูรพามีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง				
7. มหาวิทยาลัยบูรพาสามารถเป็นที่พึ่งทางวิชาการแก่สังคมได้เป็นอย่างดี				

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นางสาวตราจิตต์ เมืองคล้าย
 นิสิตปริญญาโท สาขาการบริหารทั่วไป
 วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวตราจิตต์ เมืองคล้าย
วัน เดือน ปี เกิด	3 ตุลาคม 2521
สถานที่เกิด	อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1/141 หมู่ 3 ซอยเก้ากิโล 11 ถนนสุขาภิบาล 6 ตำบลสุรศักดิ์ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20110
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2545-2546	พนักงานธุรการ สังกัดงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2546-ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป สังกัดงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2543	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การโรงแรม) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
พ.ศ. 2556	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป) วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา