

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับการวิจัย ซึ่งจะได้กล่าวถึงเรื่องต่าง ๆ เป็นลำดับดังนี้

1. สภาพทั่วไปของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
 - 4.1 ปัจจัยด้านคณาจารย์
 - 4.2 ปัจจัยด้านผู้บริหาร
 - 4.3 ปัจจัยด้านหลักสูตร
 - 4.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี
 - 4.5 ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก
 - 4.6 ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย
 - 4.7 ปัจจัยด้านนักศึกษา
 - 4.8 ปัจจัยด้านชุมชน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

สภาพทั่วไปของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ตั้งอยู่เลขที่ 111 ถนนมหาวิทยาลัย ตำบลสุรนารี อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งแรกของประเทศไทย เป็นมหาวิทยาลัยเฉพาะทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีปณิธานอันแน่วแน่ที่จะผลิตกำลังคนทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตอบสนองความต้องการของประเทศ

ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) ได้มีการเสนอโครงการจัดตั้งสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการสนองตอบนโยบายการพัฒนาอุดมศึกษาของประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 ได้มีการเสนอจัดตั้งมหาวิทยาลัยในส่วนภูมิภาคขึ้นอีก 5 แห่ง คือ ในภาคเหนือ 1 แห่ง ภาคใต้ 1 แห่ง ภาคตะวันออก 1 แห่ง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 แห่ง ที่จังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งในระยะแรกรัฐบาลได้มอบให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นรับไปทำโครงการจัดตั้งวิทยาลัยสุรนารีในปี พ.ศ. 2530 โดยในขณะนั้นรัฐบาลซึ่งมี ฯพณฯ พลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ เป็นนายกรัฐมนตรีได้ให้ความสำคัญและเร่งรัดการจัดตั้งมหาวิทยาลัยเพิ่มในทุกภูมิภาค

ในปี พ.ศ. 2531 คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติให้จัดตั้งวิทยาลัยสุรนารี สังกัดมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่จังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งดำเนินการยกฐานะเป็นมหาวิทยาลัยเอกเทศ โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการจัดตั้งมหาวิทยาลัยสุรนารีขึ้น และมอบหมายให้ ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอาน ซึ่งดำรงตำแหน่งปลัดทบวงมหาวิทยาลัยในขณะนั้นเป็นประธาน พร้อมทั้งได้มีการยกร่างพระราชบัญญัติจัดตั้งมหาวิทยาลัยแห่งนี้ใช้ชื่อว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ต่อมา ฯพณฯ พลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ได้เสนอร่างพระราชบัญญัติต่อสภาผู้แทนราษฎรใน พ.ศ. 2532 และได้ผ่านการเห็นชอบตามขั้นตอน และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงลงพระปรมาภิไธย ในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2533 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีจึงได้ถือเอาวันที่ 27 กรกฎาคม 2533 เป็นวันสถาปนามหาวิทยาลัย

หลักการสำคัญของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐคือ ความเป็นอิสระ คล่องตัว และมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูง สามารถพัฒนาองค์กรและระบบงานที่เหมาะสมกับกิจการของมหาวิทยาลัย ลดขั้นตอนการทำงาน สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและประหยัด การดำเนินการต่าง ๆ ส่วนใหญ่สิ้นสุดในระดับมหาวิทยาลัย และให้มีการควบคุมจากหน่วยงานภายนอกน้อยที่สุดเท่าที่จำเป็น

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ใช้ระบบหน่วยกิตในการจัดรายวิชาในหลักสูตรการ ศึกษา และได้เปิดสอนหลักสูตรต่าง ๆ โดยใช้ระบบไตรภาค ในปีการศึกษาหนึ่งมี 3 ภาคการศึกษา แต่ละภาคการศึกษามีระยะเวลา 13 สัปดาห์ ประกอบด้วย การเรียนการสอน 12 สัปดาห์และสอบ อีก 1 สัปดาห์ สำหรับการรับนักศึกษาดำเนินการ 2 วิธีคือ วิธีที่หนึ่งเป็นการรับในระบบโควตา ร้อยละ 80 อีกวิธีหนึ่งคือ การสอบคัดเลือกผ่านทบวงมหาวิทยาลัย ร้อยละ 20 มหาวิทยาลัยเปิดรับ นักศึกษามาตั้งแต่ปีการศึกษา 2536

1. การบริหารและทรัพยากร

จากหลักการจัดตั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่กำหนดให้ฐานะและรูปแบบของ มหาวิทยาลัยเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ บริหารงานแบบธรรมาภิบาลและยังสามารถสนองนโยบาย ของรัฐได้เต็มที่โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัย การวางโครงสร้างการบริหารงานของมหาวิทยาลัยจึงคำนึงถึงประสิทธิภาพในการบริการเพื่อรองรับการดำเนิน การกิจต่าง ๆ ที่สำคัญ อาทิ การกระจายอำนาจการบริหารไปสู่องค์กรระดับต่าง ๆ เพื่อลดขั้นตอน การตัดสินใจ โดยให้องค์กรแต่ละระดับเน้นการบริหารงานในรูปคณะบุคคล เพื่อรองรับการ กระจายอำนาจและเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังเน้นหลักการของการ ใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอีกด้วย

ในการดำเนินงานภายใต้การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐที่มีการตัดสินใจวินิจัย และการสั่งการสิ้นสุดในระดับสภามหาวิทยาลัย ทำให้มหาวิทยาลัยมีขีดความสามารถในการ บริหารและการจัดการในเรื่องการพัฒนาองค์กรอย่างคล่องตัว การดำเนินการยุบรวมและจัดตั้ง หน่วยงานต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย ทั้งในระดับสำนักวิชา ศูนย์ สถาบัน ฯลฯ สามารถกระทำได้ อย่างรวดเร็วภายใต้ความเห็นชอบของสภามหาวิทยาลัยที่เป็นองค์กรบริหารสูงสุด

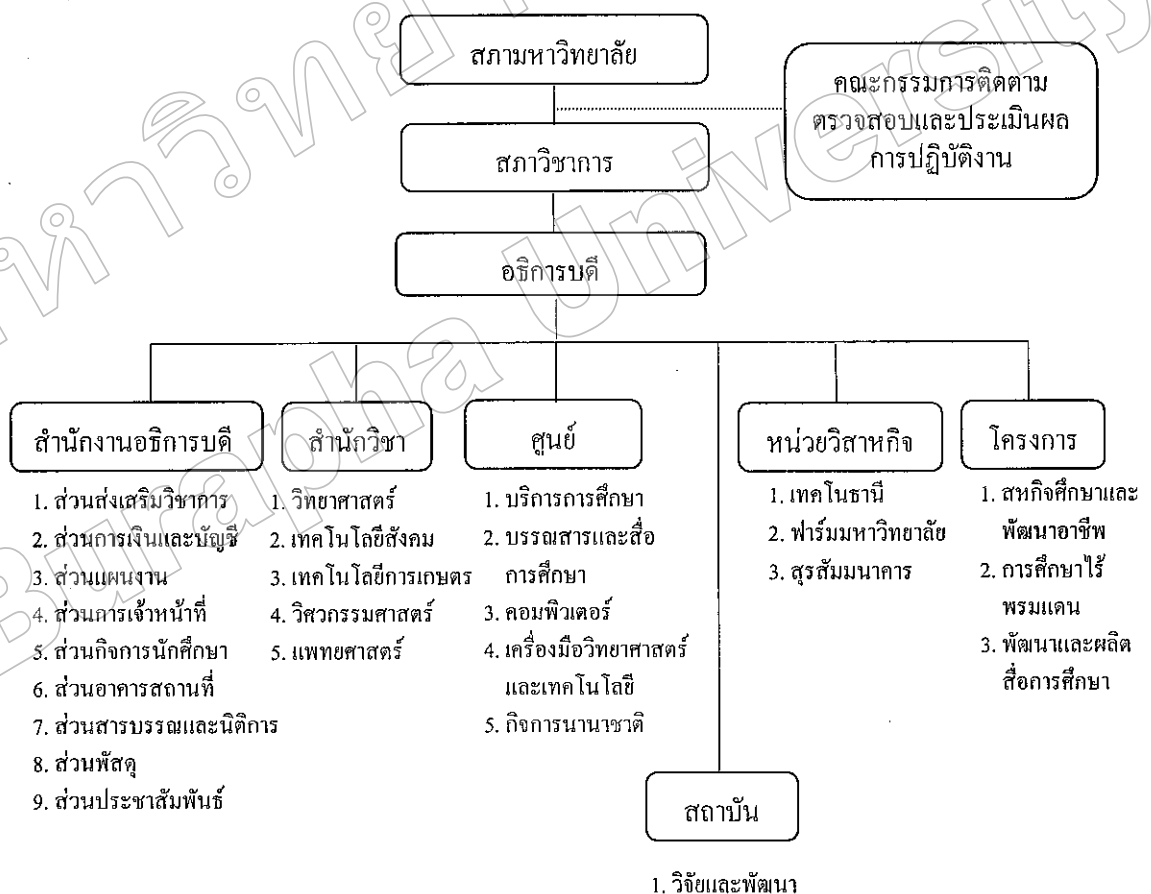
การจัดองค์กร

ในฐานะมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีได้จัดโครงสร้าง องค์กรและระบบบริหารที่ยึดหลักการกระจายอำนาจที่มีลักษณะของการปกครองตนเอง โดยให้ การตัดสินใจ วินิจัย สั่งการสิ้นสุดในระดับสภามหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นองค์กรบริหารสูงสุดของ มหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพื่อให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพในการดำเนินการสูง โครงสร้างการ จัดองค์กรการบริหารในแนวราบ มีการจัดแบ่งส่วนงานที่ชัดเจน ไม่สลับซับซ้อน และวางโครงสร้าง การจัดองค์กรวิชาการแบบกลุ่มสหวิทยาการ ที่เอื้อให้มหาวิทยาลัยประยุกต์ใช้นวัตกรรมเชิงบริหาร และนวัตกรรมทางการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล สำหรับกลไกการกำหนด นโยบาย การวางแผน การควบคุม การติดตามและประเมินผล และการส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรม ของมหาวิทยาลัยประกอบด้วยองค์กรสำคัญ 2 องค์กร คือ สภามหาวิทยาลัย และสภาวิชาการ

สภามหาวิทยาลัย เป็นองค์กรสูงสุดทำหน้าที่ควบคุมดูแลกิจการทั่วไป โดยเฉพาะด้านนโยบายและแผน งบประมาณ การเงินและทรัพย์สิน การแบ่งส่วนงาน การออกระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล การแต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงและการอนุมัติปริญญา

สภาวิชาการ เป็นองค์กรรองลงมาจากสภามหาวิทยาลัย ทำหน้าที่ควบคุมดูแลกิจการทางวิชาการ อันได้แก่ การสอน การวิจัย และการบริการทางวิชาการ โดยเฉพาะการกำกับดูแลด้านมาตรฐานและคุณภาพทางวิชาการของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มีงานหลักที่สำคัญ 6 ด้าน คือ งานบริหารและธุรการ งานสอน งานวิจัยและพัฒนา งานบริการวิชาการ งานปรับเปลี่ยนถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี และงานทะนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม การจัดองค์กรของมหาวิทยาลัยจึงอิงตามลักษณะงานทั้ง 6 ประการ มีโครงสร้างการจัดองค์กรดังภาพที่ 2 (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543, หน้า 25-31)



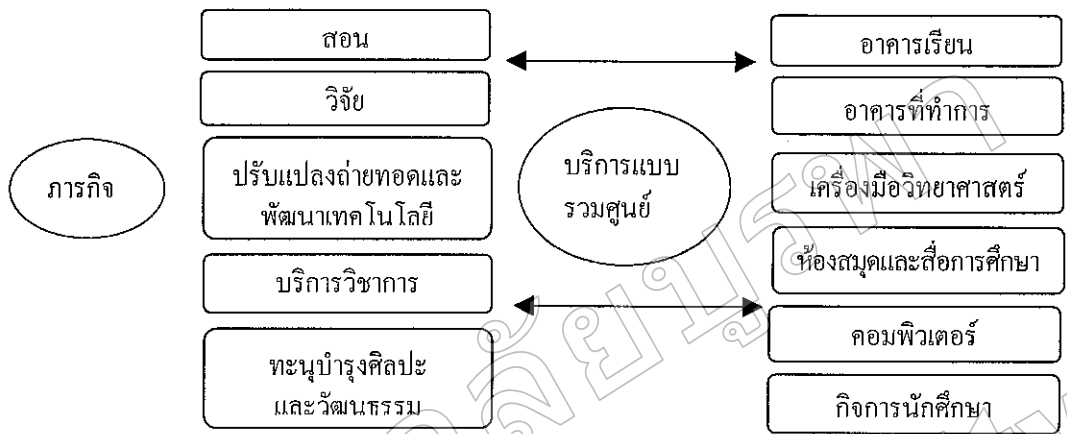
ภาพที่ 2 โครงสร้างการจัดองค์กรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

การพัฒนาระบบงาน

การที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเป็นหน่วยงานที่มีระบบการบริหารงานที่แตกต่างจากระบบงานราชการ มหาวิทยาลัยจึงต้องพัฒนาระบบงานบริหารที่เป็นของตนเอง ทั้งระบบการเงินและทรัพย์สิน ระบบบริหารงานบุคคล ระบบบริหารวิชาการ และระบบการจัดการทั่วไปตามความเหมาะสมกับลักษณะภารกิจของมหาวิทยาลัย เพื่อให้มหาวิทยาลัยสามารถดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถจัดการศึกษาที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล สรุปได้ดังนี้

1. ระบบการเงินและทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยได้รับการจัดสรรงบประมาณจากรัฐบาลในรูปเงินอุดหนุนทั่วไป (Block Grant) ในการบริหารงบประมาณได้จัดให้มีการรายงานการเงินและการตรวจสอบภายหลัง (Post Auditing) วางระเบียบการเงินและทรัพย์สินของมหาวิทยาลัย มีการจัดทำระบบบัญชีกองทุนโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าใช้จ่ายต้นทุนต่อหัวนักศึกษาได้ถึงระดับรายวิชาและหลักสูตร สำหรับในด้านการงบประมาณ การบริหารการเงิน และการพัสดุ มหาวิทยาลัยได้ดำเนินการโดยอิงระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีว่าด้วยการเงินและทรัพย์สิน พ.ศ. 2534 และระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2539 ทั้งสองระเบียบดังกล่าวกำหนดโดยสภามหาวิทยาลัย และสภามหาวิทยาลัยได้แต่งตั้งคณะกรรมการการเงินและทรัพย์สินมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ทำหน้าที่กลั่นกรองงานด้านงบประมาณการบริหารการเงินให้สภามหาวิทยาลัยอีกชั้นหนึ่งด้วย
2. ระบบบริหารงานบุคคล ยึดระบบคุณธรรม หลักการเข้ายากออกง่าย และการแข่งขันกับตลาดการจ้างงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ระบบบริหารงานบุคคลของมหาวิทยาลัยสามารถดึงดูดและรักษาผู้มีความรู้ ความสามารถสูงเข้ามาเป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัย โดยการดำเนินงานบริหารงานบุคคลอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริหารงานบุคคลที่สภามหาวิทยาลัยแต่งตั้ง
3. ระบบบริหารวิชาการ ได้จัดวางระเบียบการศึกษา และระบบบริหารวิชาการที่เอื้อต่อการผสมผสานทางวิชาการในลักษณะพหุวิทยาการ (MultiDisciplinary) และบูรณาการ (Integration) มีการดำเนินงานในรูปองค์คณะบุคคล รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางทฤษฎีและการปฏิบัติในลักษณะของสหกิจศึกษา (Cooperative Education) การทำงานเป็นทีม และการใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมคุณภาพและประสิทธิภาพทางวิชาการ
4. ระบบการบริหารและการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นพัฒนาระบบการทำงานแบบ “รวมบริการและกระจายอำนาจการบริหาร” โดยจัดระบบ “บริการร่วม” เช่น ศูนย์เครื่องมือวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อาคารเรียนรวม มีการใช้อาคารสถานที่ เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ร่วมกัน และเพื่อให้การบริการและการจัดการมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้มีการปรับปรุงระบบ

และระเบียบด้านบุคลากรและงบประมาณให้สอดคล้องกับแนวทางดังกล่าว มีการจัดระบบการจัด การและการบริหารงานแบบ “รวมบริการ ประสานภารกิจ” โดยมีจุดมุ่งหมายที่มุ่งใช้ทรัพยากรและ ความชำนาญร่วมกัน ดังภาพที่ 3 (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543, หน้า 32-34)



ภาพที่ 3 การใช้ทรัพยากรและความชำนาญร่วมกันของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

2. การดำเนินงาน

การจัดการศึกษา การจัดโครงสร้างหลักสูตรในแต่ละสาขาวิชาที่จะเปิดสอนนั้นคำนึงถึงหลักการสำคัญคือ เน้นการจัดการศึกษาทั่วไปในรูปแบบที่สามารถพัฒนาผู้เรียน ทั้งในเชิงภูมิรู้ ภูมิปัญญา บุคลิกภาพและคุณธรรม เน้นวิชาพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อรองรับการ ศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีแขนงต่าง ๆ จัดการศึกษาวิชาชีพในลักษณะผสมผสานภาคทฤษฎีกับ ภาคปฏิบัติ ในรูปแบบสหกิจศึกษาที่เป็นการผสมผสานการเรียนในห้องเรียนกับการฝึกปฏิบัติใน สถานประกอบการ และการผสมผสานระหว่างศาสตร์ในลักษณะพหุวิทยาการในการจัดหลักสูตร และการเรียนการสอน ทั้งนี้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และแนวทางในการจัดหลักสูตรตามทบวง มหาวิทยาลัยกำหนด นอกจากนี้ได้ส่งเสริมให้นักศึกษาได้พักประจำในหอพักของมหาวิทยาลัยที่ มีการจัดให้มีลักษณะที่เป็นทั้งที่อยู่อาศัยควบคู่กับเป็นแหล่งเรียนรู้ เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ เรียนรู้และพัฒนาความคิด บุคลิกภาพ คุณธรรมและจริยธรรมจากประสบการณ์ภายนอกชั้นเรียนใน สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม

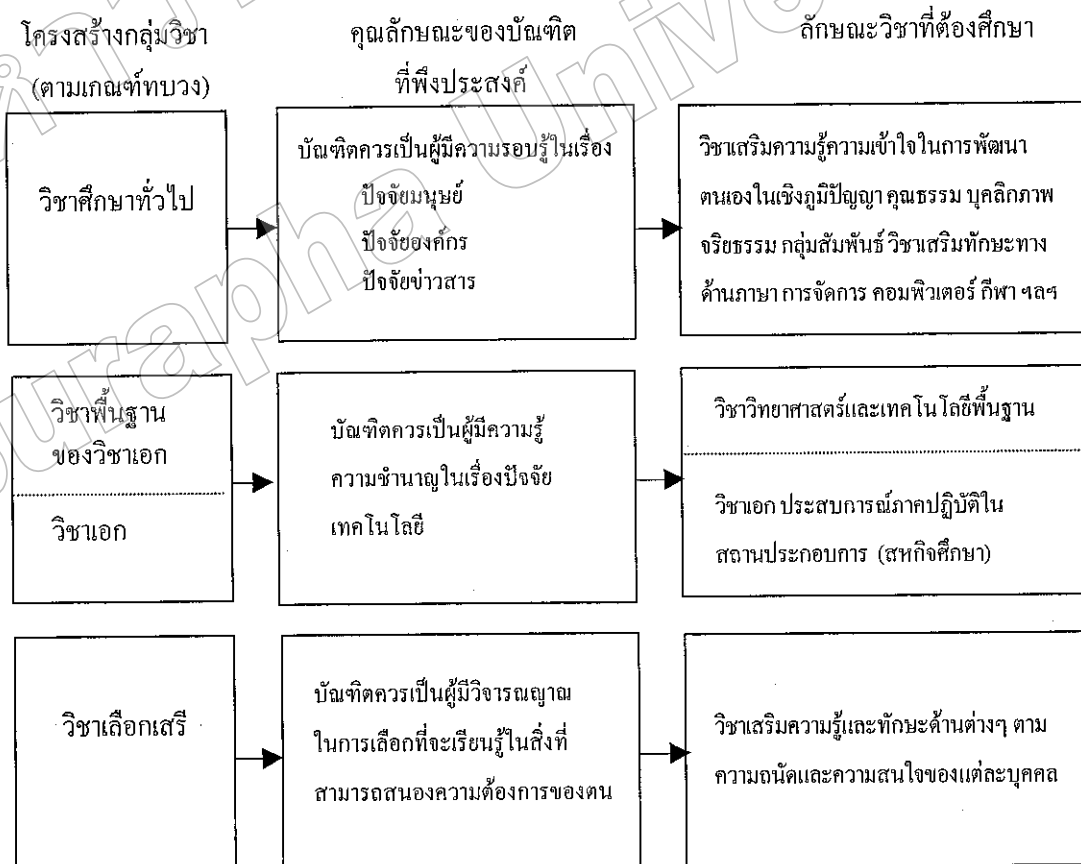
จุดเด่นอีกประการหนึ่งในการจัดหลักสูตร ได้แก่ การวางกรอบความคิดเกี่ยวกับ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักวิทยาศาสตร์และนักเทคโนโลยี ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ (1) ปัจจัยมนุษย์ (Humanware) คือ ความรู้ความสามารถโดยทั่วไปในฐานะมนุษย์ ผู้ใช้เทคโนโลยี (2) ปัจจัยข่าวสาร (Infoware) คือ ความสามารถในการรับ-ส่งข้อมูล ข่าวสารด้วย เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ (3) ปัจจัยองค์กร (Orgaware) คือ ความสามารถทางการจัดการองค์กร

เพื่อรองรับการพัฒนาเทคโนโลยี และ (4) ปัจจัยเทคโนโลยี (Technoware) คือ ความรู้ความสามารถในเทคโนโลยีแขนงต่าง ๆ ดังนั้นในการจัดหลักสูตรจึงแบ่งโครงสร้างเป็น 3 ส่วน คือ

1. กลุ่มสาขาวิชาศึกษาทั่วไป นอกจากองค์ความรู้ทั่วไปที่มุ่งส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาตนเองของผู้เรียนในด้านต่าง ๆ แล้ว ยังมุ่งเน้นทักษะด้านภาษา การจัดการ และคอมพิวเตอร์เป็นการเฉพาะอีกด้วย โดยกำหนดปริมาณหน่วยกิตในกลุ่มสาขาวิชานี้ตามเกณฑ์ที่ทบวงมหาวิทยาลัยกำหนดคือ ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

2. กลุ่มสาขาวิชาชีพทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประกอบด้วยกลุ่มสาขาวิชา 2 ส่วนคือ กลุ่มสาขาวิชาพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งมีสัดส่วนตามที่แต่ละสำนักวิชากำหนดและกลุ่มสาขาวิชาเอก มีสัดส่วนตามเกณฑ์ทบวงมหาวิทยาลัยคือ ไม่น้อยกว่า 48 หน่วยกิต โดยในส่วนของวิชาเอกนี้จะมียุทธศาสตร์ประกอบสำคัญที่ได้รับการเน้นคือ ประสบการณ์ภาคปฏิบัติในสถานประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการทางวิชาการของมหาวิทยาลัย

3. กลุ่มวิชาเลือกเสรี มีสัดส่วนตามเกณฑ์ทบวงมหาวิทยาลัยคือ ไม่น้อยกว่า 4 หน่วยกิต ทั้งนี้ โดยมีรายละเอียดแสดงดังภาพที่ 4 (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543, หน้า 59-60)



ภาพที่ 4 โครงสร้างการจัดหลักสูตรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเปิดสอนระดับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก แบ่งออกเป็นสำนักวิชาต่าง ๆ ดังนี้

1. สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม เปิดสอนในระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา ได้แก่ หลักสูตรวิทยาการสารสนเทศ และหลักสูตรภาษาอังกฤษ
2. สำนักวิชาวิทยาศาสตร์ เปิดสอนระดับบัณฑิตศึกษา ได้แก่ หลักสูตรคณิตศาสตร์ประยุกต์ เคมี ชีวเคมี ชีววิทยาสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีเลเซอร์ ฟิสิกส์ การรับรู้จากระยะไกล และจุลชีววิทยา
3. สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตร เปิดสอนระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา ได้แก่ หลักสูตรเทคโนโลยีการผลิตพืช เทคโนโลยีการผลิตสัตว์ เทคโนโลยีอาหาร และเทคโนโลยีชีวภาพ
4. สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ เปิดสอนระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา ได้แก่ หลักสูตรเทคโนโลยีธรณี วิศวกรรมเกษตร วิศวกรรมขนส่ง วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ วิศวกรรมเครื่องกล วิศวกรรมเคมี วิศวกรรมเซรามิก วิศวกรรมโทรคมนาคม วิศวกรรมพอลิเมอร์ วิศวกรรมไฟฟ้า วิศวกรรมโยธา วิศวกรรมโลหการ วิศวกรรมสิ่งแวดล้อม และวิศวกรรมอุตสาหการ
5. สำนักวิชาแพทยศาสตร์ เปิดสอนระดับปริญญาตรี ได้แก่ หลักสูตรอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และหลักสูตรอนามัยสิ่งแวดล้อม

การวิจัยและพัฒนา เป็นภารกิจสำคัญควบคู่กับการสอนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีที่จะต้องดำเนินการให้มีประสิทธิภาพ โดยมีสถาบันวิจัยและพัฒนาเป็นหน่วยงานที่ดูแลดำเนินการ และประสานงานกิจกรรมด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารียังจัดให้มีสถานวิจัยในแต่ละสำนักวิชามีหน้าที่ดูแลการวิจัยของคณาจารย์ในสำนักวิชาและประสานการวิจัยกับสถาบันวิจัยและพัฒนา ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างจากสถาบันการศึกษาอื่นที่มีอยู่ ในการดำเนินการวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีมุ่งเน้นให้การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในระดับประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การวิจัยและพัฒนาเฉพาะด้านหรือสาขา ซึ่งดำเนินการโดยสถานวิจัย มหาวิทยาลัยได้ดำเนินการวิจัยในสาขาวิชาต่าง ๆ ได้แก่ สาขาทางด้านวิศวกรรมศาสตร์ สาขาทางด้านเทคโนโลยีการเกษตร สาขาทางด้านวิทยาศาสตร์ และสาขาทางด้านเทคโนโลยีสังคม
2. การวิจัยและพัฒนาในลักษณะสหวิทยาการ ซึ่งต้องใช้ความรู้ความชำนาญในศาสตร์หลายสาขา ซึ่งจะดำเนินการโดยสถาบันวิจัยและพัฒนา

สำหรับการเผยแพร่ผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ดำเนินการในหลายรูปแบบ เช่น รายงานผลการวิจัย บทความปริทรรศน์ บทความพิเศษอื่น ๆ ของคณาจารย์และนักเขียนภายนอก สื่อสิ่งพิมพ์ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีใช้เป็นสื่อเผยแพร่ผลการวิจัย ได้แก่ วารสารเทคโนโลยีสุรนารี เป็นวารสารพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สถาบันการศึกษาอื่น และหน่วยงานอื่น ๆ ทั่วประเทศ โดยจัดพิมพ์เป็นราย 3 เดือน ประเภทผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร ประกอบด้วย งานวิจัย บทความ และความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยได้ดำเนินการวิจัยสถาบันเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการบริหาร วางแผน และปรับปรุงการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543, หน้า 83-86)

การปรับเปลี่ยน ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีได้ดำเนินการด้านการปรับเปลี่ยน ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องทั้งด้านเกษตรศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์สู่ภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมในรูปของการจัดประชุม ฝึกอบรม สัมมนา และการเป็นที่ปรึกษาแก่หน่วยงานต่าง ๆ หน่วยงานของมหาวิทยาลัยที่มีหน้าที่ในการดูแลภารกิจด้านการปรับเปลี่ยน ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ประกอบด้วย เทคโนโลยีฐาน และฟาร์มมหาวิทยาลัย (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543, หน้า 87)

การบริการวิชาการแก่สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีได้ดำเนินการกิจการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม เพื่อยกระดับคุณภาพของประชาชนทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ โดยจัดทำในรูปของการจัดฝึกอบรม ประชุม สัมมนา การบริการทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร การเยี่ยมชม ดูงาน และการให้บริการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือวิทยาศาสตร์ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543, หน้า 91)

การทะนุบำรุง ศิลปะและวัฒนธรรม ภารกิจด้านการทะนุบำรุง ศิลปะและวัฒนธรรม เป็นภารกิจหนึ่งที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าภารกิจหลักด้านอื่น ๆ โดยมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะปลูกฝังให้นักศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตระหนักถึงคุณค่า บำรุงรักษา สืบสาน และเผยแพร่ประเพณีวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยได้ดำเนินการด้านการทะนุบำรุง ศิลปะและวัฒนธรรม เช่น การจัดกิจกรรมตามประเพณี การแสดงดนตรีและนาฏศิลป์ ทั้งดนตรีไทย ดนตรีพื้นบ้าน นาฏศิลป์และดนตรีสากล รวมทั้งการจัดห้องไทยศึกษานาฏศิลป์ เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล หนังสือวิชาการ ผลงานวิจัยและวัสดุที่สะท้อนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย และเป็นสถานที่รวบรวมและจัดแสดง “วัสดุทางวัฒนธรรมของอีสาน” ที่ชาวบ้านอีสานยังคงผลิตและใช้ประโยชน์ในวิถีชีวิตประจำวัน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543, หน้า 96-98)

กิจกรรมนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรม นักศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน กิจกรรมการศึกษาเป็นการเสริมสร้างมวลประสบการณ์ที่มี ผลต่อการพัฒนาความเป็นบัณฑิต อีกทั้งเป็นการเสริมการศึกษาโดยตรง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี สุรนารีได้ยึดหลักการจัดกิจกรรมในระดับเดียวกันคือมี “องค์การนักศึกษา” ประกอบด้วย 2 องค์กร หลัก ได้แก่ องค์การบริหาร และสภานักศึกษา

“องค์การนักศึกษา” เป็นองค์การที่เกี่ยวข้องกับงานกิจกรรมนักศึกษาเพียงองค์การเดียว สำหรับนักศึกษาทั้งหมดของมหาวิทยาลัย โดยไม่แบ่งแยกลงไปในระดับสำนักวิชาหรือสาขาวิชา ทั้งนี้เพื่อสร้างความรักและความสามัคคีในหมู่นักศึกษา เสริมสร้างและพัฒนานักศึกษา ทั้งด้าน ร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และบุคลิกภาพอย่างครบถ้วน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543, หน้า 100)

3. สภาพปัญหาการดำเนินงาน

การดำเนินงานที่ผ่านมาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มีปัญหาและอุปสรรค ดังนี้ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2545, หน้า 7)

1. ปัญหาการพัฒนาองค์กรในระยะแรก ได้แก่

1.1 ต้องสร้างและพัฒนาระบบบริหารทุกด้านด้วยตนเอง ทำให้ต้องสร้างความเข้าใจ ในระหว่างผู้ปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก

1.2 ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงปรัชญาของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ซึ่งเน้น ความคล่องตัว ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความโปร่งใส

1.3 ได้รับการปฏิบัติจากหน่วยงานภายนอกเสมือนเป็นหน่วยงานราชการทำให้ลด ความคล่องตัวลง

2. ปัญหาเรื่องฐานะของมหาวิทยาลัยในกำกับในประเทศไทย ได้แก่

2.1 ความเข้าใจผิดว่ามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐเหมือนมหาวิทยาลัยเอกชน ทำให้ บุคคลทั่วไปคิดว่าค่าธรรมเนียมแพง

2.2 ความเข้าใจผิดจากหน่วยงานของรัฐว่ามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐไม่ต้องพึ่งพา งบประมาณแผ่นดินหรือต้องพึ่งพาตนเองได้ทั้งหมด

2.3 จากข้อ 2.1 และ 2.2 ทำให้นักศึกษาที่มีศักยภาพสูงบางส่วนลังเลที่จะเข้ามาศึกษา

3. ปัญหาด้านงบประมาณ ได้แก่

3.1 การจัดสรรงบประมาณยังไม่เป็น Block Grant ที่สมบูรณ์แบบอย่างแท้จริง

3.2 ยังมีการทำคำของบประมาณและติดตามผลการใช้งบประมาณที่เหมือนกับระบบ ราชการทั่วไป

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (image theory)

1. ความหมาย ความสำคัญ และประเภทของภาพลักษณ์

ความหมายของภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ (image) หรือบางแห่งก็อาจใช้ว่า จินตภาพ หรือ ภาพพจน์ โดยที่คำว่า image นี้เดิมใช้คำว่า จินตภาพ หรือ จินตภาพ แต่ไม่ได้รับความนิยมจึงเปลี่ยนเป็นภาพลักษณ์เมื่อปี พ.ศ. 2519 โดยพลตรีพระวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ได้ประทานเสนอให้ใช้คำนี้ เพราะตรงกับความหมายของคำว่า image (ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทรสว่าง, 2541, หน้า 60) ส่วนคำว่า ภาพพจน์นั้น ราชบัณฑิตยสถาน (2525, หน้า 396) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาพพจน์ หมายถึง คำพูดที่เป็นสำนวนโวหาร ทำให้นึกเห็นเป็นภาพ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “figure of speech”

อย่างไรก็ตาม คำว่าภาพพจน์ได้รับความนิยมใช้ในความหมายเดียวกับ image อย่างแพร่หลาย ทั้ง ๆ ที่ความหมายและความถูกต้องจริง ๆ แล้วควรจะใช้คำว่า ภาพลักษณ์ ดังนั้นในเอกสารที่ใช้อ้างอิงและกล่าวถึงในงานวิจัยครั้งนี้ มีทั้งที่กล่าวถึงภาพลักษณ์หรือภาพพจน์ โดยที่ภาพลักษณ์เป็นภาพโดยรวมที่ปรากฏต่อสายตาของสาธารณชนที่ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติทั้งทางบวกและทางลบ หรือทั้งดีและไม่ดี ซึ่งได้มีนักการศึกษาให้ความหมายของคำว่าภาพลักษณ์ไว้กันมากมาย ดังนี้

โรบินสัน และบาร์โลว์ (Robinson & Barlow, 1959, p. 22 อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540, หน้า 77) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ภาพในใจนั้นอาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น ได้พบประสบมาด้วยตนเอง หรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เป็นต้น

กรุนเดมันน์ (Gruendemann, 1975, p. 635) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นความนึกคิดวาดภาพถึงร่างกายของตน ประกอบด้วยความรู้สึกในจิตสำนึกและจิตใต้สำนึก ความเป็นจริงและการรับรู้เกี่ยวกับร่างกายของคน ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่มีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์แวดล้อมแต่อยู่ภายในขอบเขตจำกัดหนึ่ง ภาพลักษณ์จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอตลอดชีวิต

สจ๊วต และซันเดิน (Stuart & Sundeen, 1983, p. 245) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งรวมของทัศนคติที่อยู่ใต้จิตสำนึกและจิตสำนึกของบุคคลเกี่ยวกับร่างกายของตน รวมทั้งการรับรู้ในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับขนาดของร่างกายและศักยภาพหรือความสามารถของร่างกาย

ดาร์ลิง และฟิชเชอร์ (Darling & Fisher, 1985, p. 73 อ้างถึงใน ยูพิน ดีสมศักดิ์ และ ทิพา ต่อสกุลแก้ว, 2532, หน้า 281-282) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพวาดเกี่ยวกับร่างกายของตนเอง เป็นความนึกคิดที่เกิดจากการรับรู้ที่อยู่ในจิตสำนึกและจิตใต้สำนึก ภาพลักษณ์อาจจะไม่เป็นไปตามโครงสร้างหรือรูปร่างปรากฏอย่างแท้จริงก็ได้ อาจสร้างขึ้นมาจากความนึกคิดหรือความต้องการของบุคคล ภาพลักษณ์เกิดจากบุคคลมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและเกิดขึ้นตลอดช่วงของชีวิต ภาพลักษณ์จึงเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับการนับถือตนเอง และความปลอดภัยในตนเอง

แอนเดอร์สัน และรูบิน (Anderson & Rubin, 1986, pp. 53-54) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรเปรียบเสมือนคน ซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

ด้านนักวิชาการของไทย พจนานุกรมของเว็บสเตอร์ ได้ให้ความหมายของ “image” ไว้ประการหนึ่งว่า เป็นภาพจากความนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งปกติแล้วไม่ใช่สิ่งที่เป็นปัจจุบัน (สัมพันธ วิทยธรณี, 2532, หน้า 1)

สอ เสถบุตร (2513, หน้า 268, 360) ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ (image) หมายถึง รูปจำลอง เเง ภาพบนจอ บนกระจก ภาพบนฟิล์มถ่ายรูป หรือภาพในใจ

อรุณ งามดี (2540, หน้า 79) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นเรื่องละเอียดอ่อนและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานแทบจะทุกเรื่อง ทั้งเรื่องเล็กเรื่องใหญ่ นับตั้งแต่เจ้าหน้าที่ สถานที่ทำงาน ผลิตภัณฑ์ การบริการ ทรัพย์สินและทุกอย่างที่เกี่ยวกับหน่วยงาน

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2540, หน้า 37-38) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละคน ซึ่งบุคคลสามารถสร้างจินตภาพเกี่ยวกับสถาบันนั้น ๆ ได้ โดยภาพลักษณ์นั้นเกิดขึ้นได้จากการได้รับรู้ ได้ฟัง ได้เห็น หรือมีประสบการณ์มาในอดีต และด้วยความประทับใจจึงทำให้บุคคลนั้นสามารถจดจำและพัฒนาเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา

ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541, หน้า 60) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพที่คนรู้สึกนึกคิด หรือวาดขึ้นในใจ จะเป็นภาพของอะไรก็ได้ ทั้งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต เช่น ภาพของคน หน่วยงาน องค์กร สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งประสบการณ์ทางตรง หรือประสบการณ์ทางอ้อม บวกกับความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในจิตใจ

จิราภรณ์ สีขาว (2536, หน้า 23) ได้กล่าวถึงความหมายของภาพลักษณ์ว่า ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นนี้อาจเป็นผลมาจากการได้รับจากประสบการณ์โดยตรงหรือทางอ้อมที่บุคคลนั้นได้รับรู้มา

ความสำคัญของภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากทั้งต่อองค์กรและต่อบุคคล ดังที่ อรุณงามดี (2540, หน้า 79) ได้เสนอแนวคิดความสำคัญของภาพลักษณ์ว่า เป็นเรื่องละเอียดอ่อนและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานแทบทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่ นับตั้งแต่เจ้าหน้าที่ สถานที่ทำงาน ผลิตภัณฑ์ การบริการ ทรัพย์สินและทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน หน่วยงานหรือองค์กรสถาบันใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์ที่เป็นไปในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานสถานบันนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัยหรืออาจไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อหน่วยงาน ในทางตรงกันข้ามหากหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานสถานบันนั้นย่อมเป็นภาพที่บรรเจิดสวยงามสดงดงาม นั่นคือ เป็นภาพของหน่วยงานสถาบันที่เป็นไปในทางดี มีความน่าเชื่อถือ ศรัทธาสมควรแก่การไว้วางใจ หรือนำคบหาสมาคมด้วย เป็นต้น

180130

274.1
H146W

ภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษายังมีความสำคัญเป็นยิ่งนัก เพราะสถาบันอุดมศึกษาเป็นสถาบันที่ได้รับการคาดหวังอย่างสูงจากสังคมที่มีบทบาทสำคัญในการชี้นำแนวทางและสนับสนุนการพัฒนาประเทศให้ไปสู่เป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยเฉพาะบทบาทหน้าที่สร้างคนและสร้างสังคมให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพของประเทศ ดังเช่น พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้ระบุถึงหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา ต้องมุ่งพัฒนาคนให้มีความสมดุลทั้งด้านความรู้ ความคิด ความสามารถ ความดีงาม และความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังมีความมุ่งหมายที่จะพัฒนาวิชาการ วิชาชีพชั้นสูง และการค้นคว้าวิจัย เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และพัฒนาสังคม นั่นคือทุกคนจะต้องเป็นผู้ที่มีทั้งคุณภาพและคุณธรรม เมื่อสังคมคาดหวังไว้อย่างนี้แน่นอนย่อมทำให้ภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาที่มีความสำคัญเป็นเงาตามตัวเช่นกัน

หากมองให้แคบลงภาพลักษณ์ยังมีความสำคัญและมีอิทธิพลทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ภาพลักษณ์ถือเป็นพื้นฐานของความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (identity) ความรู้สึกภาคภูมิใจและการยอมรับในคุณค่าแห่งตน ภาพลักษณ์เป็นมาตรฐานที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ตามความรู้สึกนึกคิดที่ดีเกี่ยวข้องกับตัวเอง มีอิทธิพลกับความสามารถของบุคคลในการปฏิบัติงาน เช่น ภาพลักษณ์ของคนในวัยหนุ่มสาว ความรู้สึกนึกคิดที่จะทำอะไร ดูเหมือนจะง่ายไม่น่าเป็นห่วง แต่ภาพลักษณ์ของคนในวัยชราจะแตกต่างจากวัยหนุ่มสาว ความรู้สึกนึกคิดที่จะทำอะไรสักอย่างดูเหมือนจะยาก มีความวิตกกังวลว่าจะทำไม่ได้ เป็นต้น

ดวงพร คำณวนวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541, หน้า 61-62) ได้กล่าวถึงความสำคัญของภาพลักษณ์อาจมีสาเหตุมาจาก

1. ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและการสื่อสารดาวเทียม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชนทำให้คนในสังคมต่าง ๆ รับทราบข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ เช่น ภาพลักษณ์ประเทศไทยเสียหายย่อยยับในเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ (17-20 พฤษภาคม 2536) เพราะรายงานข่าวจากสำนักข่าวต่าง ๆ ผ่านการสื่อสารทุกรูปแบบ รวมทั้งการสื่อสารดาวเทียม เผยแพร่ข่าวและภาพข่าวการปราบปรามประชาชนที่ไร้อาวุธโดยกำลังทหารเหตุการณ์นี้ทำให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบ ซึ่งมีผลเสียหายต่อชื่อเสียงและเศรษฐกิจของไทย

2. องค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชนและมวลชนมากขึ้น ทุกคนต้องการรับรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ และการสนับสนุนร่วมมือให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเกลียดชัง

3. ภาพลักษณ์เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้าองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีนับเป็นการเตรียมพร้อมขององค์กร แม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขทำให้เหตุการณ์กลับเป็นปกติได้อย่างทัน่วงที

นอกจากนี้ วิจิตร อวะกุล (2534, หน้า 150) ได้กล่าวถึงแนวคิดของภาพลักษณ์ที่ดีจะสร้างความน่านิยม เชื่อถือ เลื่อมใส ศรัทธา ดึงดูด โนมน้าวความสนใจ ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันและประชาชน ภาพลักษณ์เปรียบเสมือนบุคลิกภาพหรือการวางตัวของบุคคลที่มีท่าทางดี น่าเลื่อมใสศรัทธาเป็นที่นิยมชมชอบของคนทั่วไป

กล่าวโดยสรุป ความสำคัญของภาพลักษณ์เปรียบเสมือนหน้าตาและชีวิตจิตใจของคนขององค์กรหรือสถาบัน หรือสรรพสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะเป็นทวิลักษณ์คือ มีทั้งดีและไม่ดีและเป็นที่น่าพอใจ บุคคล องค์กร สถาบัน หรือสรรพสิ่งต่าง ๆ ก็ต้องการให้บุคคลอื่นมองตนในด้านดีเสมอ หากบุคคลอื่นมองว่าดีแล้ว ก็จะต้องดำรงรักษาภาพลักษณ์ที่ดีนี้ไว้ หากมองว่าไม่ดีก็จะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์เก่า ๆ นั้น หรืออาจจะต้องสร้างภาพลักษณ์ใหม่ขึ้นมารองรับเพื่อให้อยู่ในสภาพที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดีมีความสมบูรณ์มากที่สุด นั่นคือ มีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ (wish image) นั้นเอง

ประเภทของภาพลักษณ์ พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร (2533, หน้า 115-117) ได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์เป็น 10 ประเภท ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (multiple image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐานว่า บุคคลในสังคมนั้นมาจากแหล่งต่าง ๆ มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และอื่น ๆ ที่ต่างกัน สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไปได้ ยิ่งไปกว่านั้นในตัวบุคคลหนึ่งก็อาจมีทั้งภาพลักษณ์ในทางบวกต่อเรื่องหนึ่ง และภาพลักษณ์ในทางลบอีกเรื่องหนึ่งได้เช่นกัน

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (current image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงลบหรือบวก จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดมาโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนาก็ตาม หน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้ เมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (mirror image) เปรียบได้กับเวลาที่คนเราส่องกระจก จะเห็นภาพตัวเองในกระจก ในภาพนั้นอาจมองว่าสวย ในกรณีนี้ก็เช่นกันผู้บริหารอาจมองว่าองค์กรได้ทำโน่นทำนี่ดีมากแล้ว ดังนั้น ภาพลักษณ์ขององค์กรจึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความจริงจะเป็นเช่นไรก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ซึ่งประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองแตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (wish image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานมีความต้องการจะให้องค์การของตนเป็นเช่นนั้น

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (optimum image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจ การรับรู้ (perception) ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อมวลชนและสิ่งที่เราควบคุมได้ และสภาพแวดล้อมที่อยากจะควบคุมและอุปสรรคอื่น ๆ

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (correct and incorrect image) เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่งที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (ข่าวลือ อุบัติเหตุ ฯลฯ) และ/หรือกระบวนการสื่อสาร และ/หรือการรับรู้ของผู้รับสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้วก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์นั้นให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน แต่ต่างกันที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

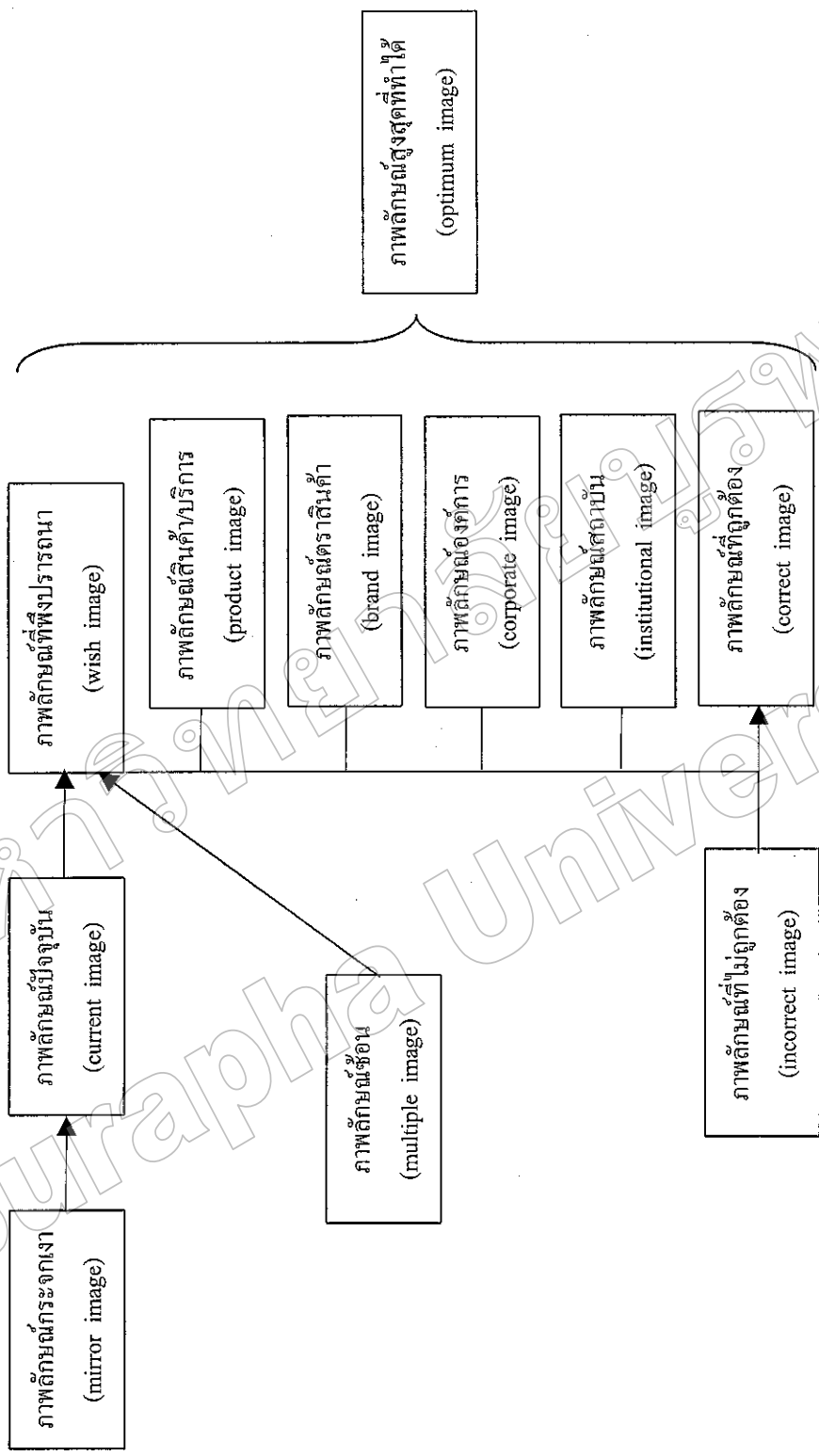
7. ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (product/service image) สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเองเช่นเดียวกับองค์การ เมื่อสินค้า/บริการที่องค์การมีไม่ว่าจะมีภาพลักษณ์เชิงบวกหรือลบ หรือกลาง ๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (brand image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้า เพียงแต่กรณีนี้เป็นตราสินค้า ยี่ห้อสินค้า หรือ logo และสัญลักษณ์ เช่น ตรางู ดอกบัว เป็นต้น

9. ภาพลักษณ์องค์กร (corporate image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์การใดองค์การหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์การ รวมถึงสินค้า ยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหารบริษัท ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ ความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (institutional image) คล้ายกับภาพลักษณ์องค์กร แต่มุ่งมองเฉพาะตัวบริษัทหรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบต่อสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง ทั้งนี้จะไม่มองในเชิงธุรกิจการค้าหรือการตลาด นอกจากบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ประเภทต่าง ๆ ในความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์นี้ พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2533, หน้า 117) ได้กล่าวว่า จากภาพลักษณ์ซ้อน (multiple image) ที่ 1 ถึงภาพลักษณ์สถาบัน (institutional image) ที่ 10 สามารถนำมาเกี่ยวโยงกันในรูปแบบของการจัดการภาพลักษณ์ (image management) ได้ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 การจัดการภาพลักษณ์ (image management) ในทิศทางที่เหมาะสม (พงษ์เทพ วรวิจิตรโกมาตร, 2533, หน้า 118)

จากภาพที่ 5 ภาพลักษณ์กระเจกเงาและภาพลักษณ์ซ้อนเป็นภาพที่มีความต้องการน้อยที่สุด และก่อนจะกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา จำเป็นต้องทราบถึงภาพลักษณ์ปัจจุบันก่อนว่าองค์กรมีสภาพ สถานภาพ รวมทั้งมีปัญหาและอุปสรรคอะไร จากนั้นก็จะกำหนดเป็นภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ โดยภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาจะต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า และภาพลักษณ์ขององค์การประกอบกันไปด้วย อนึ่ง หากมีภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องเกิดขึ้นก็จำเป็นต้องจัดให้เป็นภาพลักษณ์ที่ถูกต้องให้ได้ อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาก็ไม่ควรจะกำหนดให้มีความสูงเกินความเป็นจริง แต่ควรที่จะมีภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาเป็นภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ เพื่อให้งานสร้างภาพลักษณ์มีความเหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง

นอกจากนี้ วิรัช ลิธิรัตนกุล (2540, หน้า 81-83) ได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (corporate image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้จะหมายรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการของบริษัทแห่งนั้น รวมทั้งสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัทจึงมีความหมายค่อนข้างกว้างและยังรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจฝ่ายจัดการและสินค้า หรือบริการของบริษัท
2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (institutional image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบันหรือองค์กร ซึ่งส่วนมากมักจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย จึงมีความหมายค่อนข้างแคบลงมาจากภาพลักษณ์ของบริษัท เพราะหมายถึงสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียวเท่านั้น
3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (product/service image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท
4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (brand image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้านี้หรือใดี่หนึ่ง ส่วนมากมักจะใช้ในด้านโฆษณาและการส่งเสริมการจำหน่าย

2. การเกิดภาพลักษณ์

การเกิดภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญขององค์การหรือหน่วยงาน และเป็นส่วนสำคัญขององค์การในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ดังที่ ดวงพร คำณูวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง (2541, หน้า 62-63) ได้จำแนกสถานการณ์ในการเกิดภาพลักษณ์ไว้ 2 สถานการณ์ ดังนี้

สถานการณ์ที่ 1 ภาพลักษณ์เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นการปล่อยให้ เป็นไปตามสภาวะแวดล้อม แล้วแต่ประชาชนจะนึกคิด โดยมีได้ดำเนินการให้เป็นไปตามต้องการ ประปราน

สถานการณ์ที่ 2 ภาพลักษณ์เกิดขึ้นเองโดยการสร้างสรรค์ โดยกระบวนการสร้าง ภาพลักษณ์ตามต้องการได้วางแผนไว้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์เพื่อ สร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นไปในรูปใด และเรื่องของบุคลากรภายในเกี่ยวกับบทบาทในการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ พงษ์เทพ วรกิจโกลาทร (2533, หน้า 122) ได้เสนอประเด็นการเกิด ภาพลักษณ์ไว้ 2 ประเด็น คือ

ประเด็นแรก จะพิจารณาในแง่ของปัจเจกบุคคลที่เหตุการณ์ได้มาถึงตัวเองแล้ว และจะ พัฒนาเป็นภาพลักษณ์ในที่สุด

ประเด็นที่สอง จะมองในภาพที่กว้างขึ้น โดยพิจารณาในแง่ของกระบวนการสื่อสารที่ได้ มีการส่งทอดจากเหตุการณ์ที่ปรากฏขึ้นจนมาถึงตัวของปัจเจกบุคคลนั้น

1. เมื่อปัจเจกบุคคลได้รับเหตุการณ์ภายนอกมายังตัวเอง เหตุการณ์ยังไม่สามารถจะ สร้างให้เป็นภาพได้ทันที แต่กลับต้องมีขั้นตอนซึ่งพอจัดแบ่งได้ดังนี้

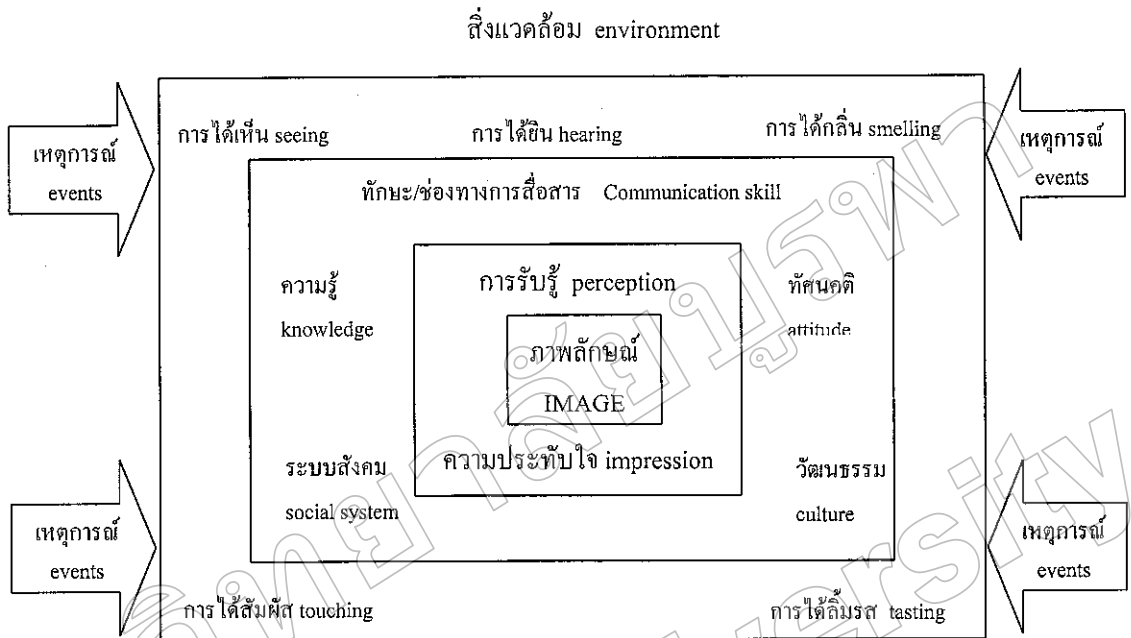
1.1 เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (events and environment) คนเรานั้นเป็นสมาชิกของ สังคม ซึ่งในสังคมจะมีเหตุการณ์ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางส่วนของเหตุการณ์ที่คนเราจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และเหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นนี้จะมีคุณค่าด้านดีหรือเลว ไม่เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมกลับมี อิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านี้ ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์ หรือการหดหายและระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้น ๆ

1.2 ช่องทางการสื่อสาร (communication channel) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสามารถเข้ามาสู่ เราได้ โดยช่องทางการสื่อสารหรืออาศัยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ยังมีประสิทธิภาพทางด้านการรับ

1.3 องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (personal elements) ได้แก่ องค์ประกอบทั้ง 5 ของ แต่ละบุคคล คือ ทักษะของการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม ซึ่งองค์ ประกอบเหล่านี้ต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร

1.4 การรับรู้และความประทับใจ (perception and impression) เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่าน เข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวที่พินิจพิจารณาเหตุการณ์ นั้นก่อน โดยการรับรู้ (perception) ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน “ความหมายตามความ คิดของบุคคลนั้น” ส่วนความประทับใจ (impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง

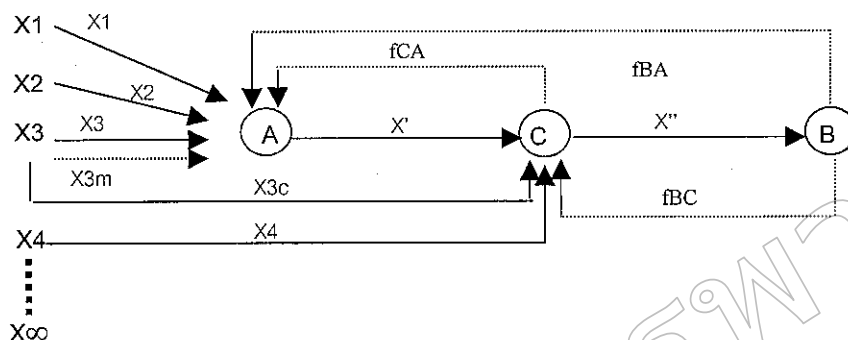
โดยจะเกี่ยวพันกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมากจะมีความทรงจำจดจำได้มากและนาน ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 แสดงการเกิดภาพลักษณ์ในปัจเจกบุคคล (พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร, 2533, หน้า 123)

ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการที่กล่าวมานี้ จะมีการผันแปรเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เนื่องมาจากการได้รับข้อมูลใหม่เกี่ยวกับองค์การนั้น ๆ และ/หรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งกระบวนการต่าง ๆ ได้แก่ ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้และความประทับใจ และสภาพแวดล้อม จะเป็นตัวแปรที่สำคัญของการปรับเปลี่ยนและปรุงแต่งภาพลักษณ์ในอนาคตต่อไป

2. กระบวนการสื่อสาร ในกระบวนการสื่อสารนี้ พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร (2533, หน้า 125) ได้กล่าวว่า Westley และ Maclean จะเป็นผู้ที่อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร โดยแสดงถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วได้ส่งทอดไปยังบุคคลต่าง ๆ ในฐานะผู้รับสารได้อย่างเหมาะสมที่สุด พร้อมทั้งอธิบายถึงอิทธิพลของการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่อยู่ในกระบวนการสื่อสาร มีรายละเอียดภาพประกอบดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 แสดงกระบวนการสื่อสารของ Westley & Maclean (พงษ์เทพ วรกิจ โภคาพร, 2533, หน้า 126)

จากภาพที่ 7 จะพบว่าเมื่อมีเหตุการณ์ต่าง ๆ ($x_1, x_2, x_3, \dots$) เกิดขึ้น A จะเป็นผู้รับรู้เหตุการณ์นี้ โดย $x_1, x_2, x_3, \dots$ จะเป็นภาพของเหตุการณ์ที่รับรู้โดย A จากนั้น A ก็จะแปรเหตุการณ์ที่ได้รับรู้มาส่งเป็นข่าวสารไปยัง C โดย C จะเป็นสื่อกลางที่รับข่าวสารนี้ส่งต่อไปยัง B ซึ่งเป็นผู้รับสารในที่สุด ในระหว่างนี้เมื่อ C รับข่าวสาร X' จาก A นั้น C ก็ย่อมมีการรับรู้ต่อเหตุการณ์นี้ พร้อมทั้งรับรู้เหตุการณ์อื่นคือ X_{3c} และ X_4 ได้เช่นกัน ดังนั้นข่าวสาร X'' ที่ C ส่งไปยัง B นั้นจึงแฝงด้วยอิทธิพลดังกล่าว ส่วนเส้นประที่เป็น f_{BA}, f_{CA}, f_{BC} นั้นเป็นปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) ที่ผู้เกี่ยวข้องได้เข้าไปตรวจสอบข่าวสาร และ/หรือข้อมูลในรายละเอียดเพิ่มเติม และ/หรือแสดงพฤติกรรมอะไรบางอย่างกลับไป

ทั้งการเกิดภาพลักษณ์ในฐานะปัจเจกบุคคลและกระบวนการสื่อสารนี้ จะพบว่า บุคคล การรับรู้ของบุคคล องค์ประกอบของการสื่อสาร และแม้แต่สภาพแวดล้อมต่างก็มีอิทธิพลทั้งสิ้น ดังนั้นหน้าที่ขององค์กรก็ต้องจัดหาระบบอะไรก็ตามมาช่วยสร้างเหตุการณ์ไปในทิศทางที่ต้องการ และจัดการการสื่อสารให้เป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ สิ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ มีดังต่อไปนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2541, หน้า 77-78)

1. ผู้บริหาร (executive) องค์กรจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ถ้าองค์กรใดมีผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ดี มีนโยบายการบริหารที่ดี ซื่อสัตย์ หน่วยงานนั้นก็จะมีภาพลักษณ์ที่ดี
2. พนักงาน (employee) หน่วยงานที่ดีจะต้องมีพนักงานที่มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีวิญญานของการให้บริการและมีบุคลิกภาพดี

3. สินค้า (product) รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ด้วย ต้องเป็นสินค้าที่ดี มีคุณภาพ มีประโยชน์ตรงกับข้อความโฆษณาที่เผยแพร่ มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม ทันสมัย

4. การดำเนินธุรกิจ (business practice) หมายถึง การค้าขายและการคืนกำไรสู่สังคม หน่วยงานจะมีภาพลักษณ์ที่ดีได้ก็ต่อเมื่อมีการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา มีคุณธรรม จริยธรรม และควรมีการคืนกำไรสู่สังคมในรูปแบบของกิจกรรมสาธารณะและการกุศลต่าง ๆ

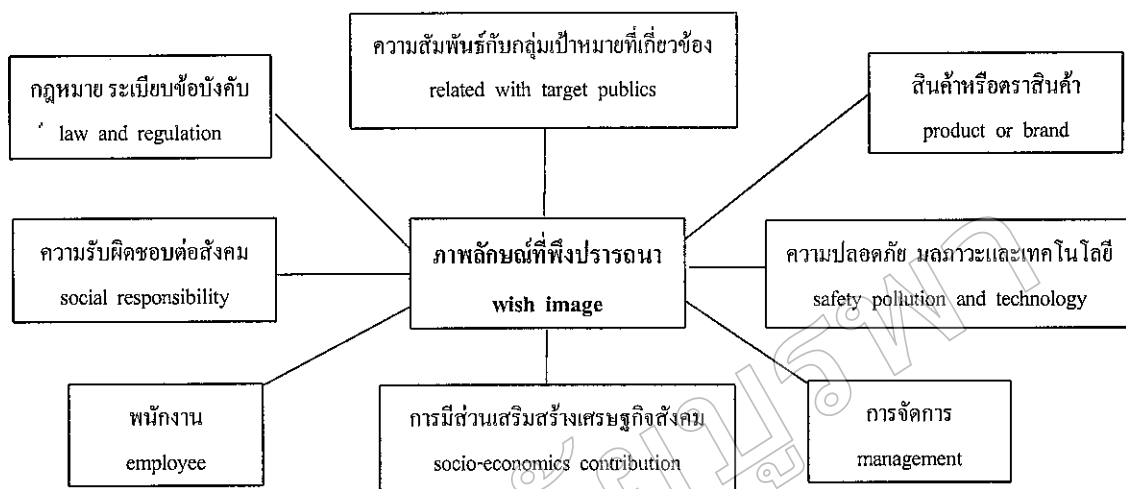
5. กิจกรรมสังคม (social activities) คือการดูแลเอาใจใส่สังคม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการกุศล หรือสร้างประโยชน์ให้กับสังคม

6. เครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน (artifacts) หน่วยงานต้องมีสิ่งที่แสดงสัญลักษณ์ของหน่วยงาน ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน ครุภัณฑ์ และควรมีโลโก้ขององค์กรแสดงอยู่ด้วย

ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา ในเรื่องนี้ พงษ์เทพ วรกิจโกกลาง (2533, หน้า 119-121) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนานั้น ควรควบคุมเนื้อหา (content) ไว้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (related with target publics)
2. สินค้าหรือตราสินค้า (product or brand)
3. ความปลอดภัย มลภาวะและเทคโนโลยี (safety pollution and technology)
4. การมีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจสังคม (socio-economics contribution)
5. พนักงาน (employee)
6. ความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility)
7. การจัดการ (management)
8. กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ (laws and regulation)

จากข้อ 1-8 สามารถเขียนเป็นภาพแสดงเนื้อหาของภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 แสดงเนื้อหาของภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร, 2533, หน้า 120)

ภาพลักษณ์องค์การที่สังคมต้องการ ภาพลักษณ์ขององค์การที่สังคมต้องการ อำนาจ วีรวรรณ (2540, หน้า 91-92) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. เป็นองค์การที่เจริญก้าวหน้าทันโลก เพราะกิจกรรมที่แต่ละองค์การกระทำย่อมมีผลต่อสังคมอย่างแน่นอน ถ้าองค์การใดมีความเจริญก้าวหน้าทันโลก ย่อมมีความคล่องตัวในการปรับกิจกรรมให้ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ผลผลิตที่ออกมาย่อมมีประสิทธิภาพเกื้อหนุนสังคมให้มีความอยู่ดีกินดีด้วย

2. มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า องค์การในฐานะผู้ผลิตสินค้าหรือบริการย่อมต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ใช้ผลผลิตอย่างแน่นอน ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นสมาชิกในสังคมย่อมต้องการบริการที่มีประสิทธิภาพคือ ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง มีธรรมาศัยไมตรีและบางครั้งต้องรักษาความลับในเรื่องที่ลูกค้าไม่ต้องการเปิดเผยได้ นอกจากนี้ลูกค้ายังต้องการองค์การที่มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับเขา เพื่อจะได้ทราบความต้องการของเขาและสามารถจัดสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการของเขาได้อย่างถูกต้อง

3. มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ องค์การที่มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ ย่อมสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประสิทธิภาพให้แก่สังคมด้วย นอกจากนี้้องค์การในลักษณะดังกล่าวย่อมมีแนวโน้มที่จะเจริญก้าวหน้าเป็นองค์การที่มั่นคงในที่สุด

4. ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม เศรษฐกิจของประเทศชาติจะมั่นคง ประชาชนจะพอกอยู่พอกินตามสมควรแก่สภาพย่อมเกิดจากองค์การที่ประกอบกิจการ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวมเป็นสำคัญ

5. ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง กฎหมายของบ้านเมืองบัญญัติขึ้นมาเพื่อรักษาประโยชน์ของคนโดยส่วนรวมเป็นสำคัญ ถ้าหากองค์การใดปฏิบัติตามกรอบกฎหมายของบ้านเมืองย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อส่วนรวม องค์การในลักษณะนี้เป็นองค์การที่สังคมต้องการ

6. มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง องค์การใดที่ประกอบกิจกรรมโดยคำนึงถึงความก้าวหน้า ความมั่นคงและสวัสดิการของประชาชนส่วนรวม และพยายามเกื้อหนุนสังคมให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ควรเป็น ทั้งในด้านการศึกษา ศีลธรรมและวัฒนธรรม ย่อมถือได้ว่าเป็นองค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูงต่อสังคม

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ ตามแนวคิดของ วิจิตร อาวะกุล (2534, หน้า 153) ได้แบ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์เป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. พฤติกรรม การกระทำ การแสดงออกในทางที่ดีของสถาบัน หน่วยงาน รวมทั้งเจ้าหน้าที่และพนักงาน ก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดี
2. การสร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์สุจริต ไม่คดโกง ไม่ปลอมปน ไม่โกหกหลอกลวง ทำให้เกิดความเชื่อถือศรัทธา สำหรับการหลอกลวงทำให้เกิดความเสื่อมศรัทธา
3. การเข้าไปมีส่วนร่วม มีบทบาทในการสร้างสรรค์ เสริมสร้าง ปรับปรุงแก้ไขปัญหาสังคม และการเสียสละต่อสังคมส่วนรวม
4. การพิสูจน์ความจริง ข้อเท็จจริงให้ประจักษ์ต่อสังคมถึงความถูกต้อง บริสุทธิ์ผุดผ่อง การให้บริการที่ดีมีคุณภาพต่อประชาชน การไม่เอาเปรียบสังคมและประชาชน
5. การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เกินไป จะเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดี

การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ (alteration in body image) ปัทมา ศุภจิต (2533, หน้า 36) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ตามการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างหน้าที่ และอาจจะเป็นไปตามความนึกคิดของแต่ละคน ดังนั้น บุคคลที่มีการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์จึงต้องมีการปรับตัวในเรื่องภาพลักษณ์

นอกจากนี้ มนุษย์จัดตั้งองค์การขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการ หากสนองไม่สมบูรณ์ หรือมีความต้องการใหม่ มนุษย์ก็จะจัดตั้งองค์การใหม่ขึ้นมาอีก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในภาพลักษณ์ขององค์การเดิม หากองค์การใดสนองวัตถุประสงค์ไม่ได้ องค์การนั้นก็จะถูกขบเลิกไป ส่วนองค์การใดจะเปลี่ยนแปลงไปในแนวไหนนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะการบริหารงานของแต่ละ

องค์การ (สุริยัน นนทศักดิ์, 2534, หน้า 7) ในทางกลับกันถ้าองค์การมีความเจริญเติบโต เพราะสนองความต้องการของคนในองค์การและสิ่งแวดล้อมได้ก็จะเจริญแผ่กิ่งก้านสาขาออกไป

3. การสร้างและการรักษาภาพลักษณ์ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2540, หน้า 37-38) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ปกติจะเป็นภาพลักษณ์ทางบวกและบุคคลไม่สามารถควบคุมได้ ส่วนภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการปรุงแต่งนั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ ระเบียบ มีการวางแผนและได้รับความร่วมมือจากฝ่ายอื่น ซึ่งความคิดเห็นเรื่องนี้ คุณวุฒิ คนฉลาด (2534, หน้า 20) ได้กล่าวว่า องค์การจะประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นจะต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์การ มีการร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน สิ่งจำเป็นอีกประการหนึ่งคือ ต้องมีกฎระเบียบที่ต้องกำหนดร่วมกัน โดยมีการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคคลอย่างชัดเจน ส่วนความคิดเห็นของ ประชุม รอดประเสริฐ (2543, หน้า 92) ได้กล่าวว่า องค์การหรือหน่วยงานย่อมต้องมีความเกี่ยวพันกันเสมอ คงไม่มีองค์การหรือหน่วยงานใดสามารถตั้งอยู่ได้โดยปราศจากการเกี่ยวข้องกับองค์การหรือหน่วยงานอื่น

การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ ระเบียบ มีการวางแผนนั้น นับว่าเป็นหัวใจที่สำคัญของการปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์และรักษาภาพลักษณ์

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ดังที่ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2540, หน้า 8) ได้กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์” มาจากภาษาอังกฤษว่า public relations โดย public หมายถึง สาธารณชนหรือประชาชน ส่วน relations หมายถึง การสัมพันธ์

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามสื่อสารทุกวิถีทางในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ หรือที่จะจัดหาได้ในอนาคตขององค์การใดองค์การหนึ่ง ที่กระทำการติดต่อสัมพันธ์ต่อเนื่องในระยะยาว ในอันที่จะรักษา ปรับปรุง แก้ไขหรือสร้างภาพลักษณ์ขององค์การในทุกด้าน เช่น ด้านบุคคล ด้านการบริหารหรือการจัดการ ด้านสถานการณ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2. บทบาทและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2540, หน้า 37-38) ได้จำแนกบทบาทและหน้าที่หลักของการประชาสัมพันธ์ไว้ 3 ประการ คือ

- 2.1 สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบัน
- 2.2 รักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้คงทนถาวร
- 2.3 แก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบ

จะเห็นว่า งานประชาสัมพันธ์ไม่ได้มุ่งที่จะสร้างภาพลักษณ์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องการต่อยอดภาพลักษณ์ให้มีความชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อป้องกันภาพลักษณ์อื่นเข้ามาแทรกแซง ซึ่งอาจนำวิกฤตการณ์ที่ไม่พึงประสงค์มาสู่สถาบันได้

การสร้างสรรคภาพลักษณ์ ดวงพร คำณูณวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง (2541, หน้า 63-66) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ได้ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ แม้จะต้องอาศัยระยะเวลาที่ยาวนานและต่อเนื่องแต่ให้ผลคุ้มค่า ภาพลักษณ์ที่ปรารถนาจะปล่อยให้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติไม่ได้ เพราะจะไม่เป็นไปตามที่เราต้องการ ฉะนั้น เราต้องสร้างขึ้น กลวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ประกอบด้วย การสร้าง การส่งเสริม การป้องกัน การรักษา และการแก้ไข ดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์โดยการวางแผนกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่จะสร้างขึ้น โดยการสำรวจภาพลักษณ์เดิมว่ามีหรือไม่ อย่างไร จากกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาจุดเด่นขององค์กร เพื่อกำหนดขอบเขต แบ่งแยกกลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดกิจกรรมการสร้างภาพลักษณ์ตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม กำหนดเป้าหมายการสร้างภาพลักษณ์ต้องเป็นที่รับรู้ เข้าใจ และยอมรับของบุคลากรในองค์กร แล้วใช้วิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย

2. การส่งเสริมป้องกันและรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวร เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามสภาพของเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ฉะนั้น การส่งเสริม ป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์เป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งดำเนินการได้โดยวิธีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เช่น การรับฟังความคิดเห็นของบุคคลภายในและประชาชนทั่วไป การสำรวจความคิดเห็นด้วยวิธีการวิจัยแล้ว นำข้อมูลมาประเมิน วิเคราะห์ และวางแผนปรับปรุงแก้ไข และดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อป้องกันและรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไป

3. การแก้ไขภาพลักษณ์ หมายถึง การแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบในกรณีวิกฤตการณ์ ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากความผิดพลาด ขาวลือ อุบัติเหตุ หรือการบ่อนทำลาย จะต้องดำเนินการแก้ไขด้วยการบริหารและการประชาสัมพันธ์ยามวิกฤต โดยต้องวางแผนป้องกันและเตรียมพร้อมเสมอ เช่น ด้านบุคลากรภายใน ต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงาน ให้ข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อทุกคนจะได้เป็นแกนนำการให้ข้อเท็จจริง และสร้างความเข้าใจแก่บุคคลภายนอก

จะเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ เป็นหน้าที่ร่วมกันของบุคลากรภายในองค์กร เพราะการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยคลี่คลาย แก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ในกรณีวิกฤตการณ์ให้กลับคืนสู่สภาพปกติได้อย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับที่ เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ (2540, หน้า 84) ได้กล่าวว่า ในสังคมปัจจุบันการสร้างและการบำรุงรักษาภาพลักษณ์มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์อย่างลึกซึ้ง และได้จำกัดเฉพาะตัวบุคคลเท่านั้น การประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพ มีส่วนส่งเสริมและรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรหรือสถาบันให้ดำรงยั่งยืนถาวรต่อไป

การสร้างภาพลักษณ์และการรักษาภาพลักษณ์ที่ดี การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น การสร้างความเข้าใจ และการแก้ไขปัญหาในยามเกิดวิกฤตการณ์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นเรื่องที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพราะเมื่อองค์กรได้สร้างภาพลักษณ์ไว้ดีแล้วก็เท่ากับวางรากฐานขององค์กรไว้อย่างแน่นหนา เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้นองค์กรย่อมไม่สั่นคลอนมากนัก และสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว (สุพิน ปัญญาภัก, 2540, หน้า 85)

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2540, หน้า 83-84) ได้กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์การหน่วยงาน สถาบัน นักประชาสัมพันธ์ และผู้ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ควรยึดหลักดังนี้

1. ค้นหาถึงจุดดีและจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน อันเป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาจุดทางและการวางแผนการดำเนินงานในขั้นต่อไป การค้นหานี้อาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติ ท่าที และความรู้สึกนึกคิดของประชาชน กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงอาจใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง
2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ ที่องค์กร สถาบันต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน เช่น อาจถามตนเองว่าสถาบันคือใคร ทำอะไร จุดยืนของสถาบันคืออะไร และหน่วยงานหรือสถาบันต้องการที่จะให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางใด หรือต้องการให้มีความรู้สึกนึกคิด ท่าทีต่อหน่วยงาน สถาบันของเราเป็นอย่างไร เป็นต้น จากนั้นก็นำมาพิจารณาประกอบการวางแผนเพื่อดำเนินงานต่อไป
3. คิดหัวข้อ (themes) ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้ คือ เนื้อหา ข่าวสาร ที่จะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชาชน หัวข้อเหล่านี้อาจใช้คำขวัญหรือข้อความสั้น ๆ ที่กินความและชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งสำคัญคือ หัวข้อเหล่านี้จะต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจ และมีอิทธิพลโน้มน้าวชักจูงใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่ต้องการ
4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

ส่วน พรทิพย์ วรกิจโกกลาง (2540, หน้า 49) ได้กล่าวว่า การที่จะสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นต้องอาศัยพื้นฐานของความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และต้องเป็นความรู้ความเข้าใจที่สามารถทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจ เกิดศรัทธา เกิดความเชื่อถือ เพื่อที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะจดจำได้และสะสมพัฒนาภาพลักษณ์ในที่สุด

ในอีกมุมมอง สุพิน ปัญญาภัก (2540, หน้า 85-86) ได้กล่าวถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีมิใช่จะกระทำได้ง่าย เพราะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและพฤติกรรม

หลายประการขององค์การ องค์การที่มีกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสาธารณชน มักจะมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ แต่ไม่ใช่เป็นเช่นนี้ตลอดไป ภาพลักษณ์ที่องค์การต้องการเป็นภาพลักษณ์ที่ดีอย่างถาวรคือ ภาพลักษณ์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง เป็นต้น

ข้อคิดบางประการเกี่ยวกับการสร้างและรักษาภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์นั้น จริง ๆ แล้ว เกิดจากการกระทำขององค์การหรืองานที่เราทำอยู่เป็นประจำนั่นเอง (สุพิน ปัญญาภัก, 2540, หน้า 85)
2. ภาพลักษณ์ที่เราเพียรพยายามสร้างขึ้นมาอย่างดีแล้ว ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ เพราะความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ฉะนั้น องค์การควรสร้างภาพลักษณ์ที่ถาวรมิใช่ภาพลักษณ์ชั่วคราว
3. การสร้างภาพลักษณ์เป็นพื้นฐานที่องค์การขนาดใหญ่ทุกแห่งจะต้องให้ความสำคัญ ถ้าสร้างภาพลักษณ์ไว้ได้แล้วแต่กับการวางรากฐานขององค์การไว้อย่างแน่นหนา เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ องค์การย่อมไม่สั่นคลอนมากมาย สามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว (สุพิน ปัญญาภัก, 2540, หน้า 85)
4. การสร้างภาพลักษณ์ต้องอาศัยเวลาและความเพียรพยายาม แต่สิ่งที่ยากและละเอียดอ่อนยิ่งกว่าคือ การรักษาภาพลักษณ์ เพราะเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อน เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล องค์การหรือสถาบันว่ามีแนวทางในการรักษาภาพลักษณ์ของตนแบบใด เพราะในการสร้างย่อมรวมถึงการรักษายู่ด้วยในตัว (เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ, 2540, หน้า 84)
5. ภาพลักษณ์เป็นเรื่องละเอียดอ่อน จะสร้างขึ้นได้จะต้องใช้เวลาสะสมคุณค่าของภาพลักษณ์นั้น ๆ ไม่ว่าคุณค่านั้นจะเป็นไปในทางบวกหรือทางลบก็ตาม
6. การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน เป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนในองค์การ ซึ่งจะต้องให้ความร่วมมือด้วยดี เพราะการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประชาชน หน่วยงานสถาบันจะไม่มีวันทำสำเร็จได้เลย ถ้าหากปราศจากความร่วมมือจากบรรดาสมาชิกขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ คนงานทุกคน ซึ่งบุคคลเหล่านี้ย่อมต้องติดต่อกับประชาชน และมีบทบาทมากในการที่จะสร้างความประทับใจหรือภาพลักษณ์ต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นต่อความรู้สึกนึกคิด และจิตใจของประชาชนผู้มาติดต่อกับองค์การ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540, หน้า 85)
7. ภาพลักษณ์ที่เห็นได้ง่ายคือ ภาพลักษณ์ของอาคารสถานที่หรือคุณภาพสถานที่ทำงานของหน่วยงาน องค์การ และสถาบันนั้น ๆ ส่วนภาพลักษณ์ที่เห็นได้ยากคือ ความซื่อสัตย์ซื่อรักภักดีของลูกจ้างหรือบุคคลที่ทำงานในหน่วยงาน องค์การ หรือสถาบันนั้น ๆ

จากธรรมชาติขององค์การหรือสถาบัน ที่จะต้องมีภาพลักษณ์เกิดขึ้นเป็นทวีลักษณ์อยู่ในตัวนี้ ผู้บริหารองค์การหรือสถาบันอาจมองว่า ภาพลักษณ์ขององค์การหรือสถาบันของตนเองดีแล้ว แต่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเป็นส่วนสำคัญที่จะชี้ หรือเป็นภาพลักษณ์กระจกเงา (mirror image)

ที่จะต้องเป็นกระจกให้ผู้บริหารหรือทุกคนในองค์กรในสถาบันได้รู้ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี และหากภาพลักษณ์ที่ปรากฏเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่พึงปรารถนา ผู้บริหารต้องหาหนทางที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา โดยใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์แห่งการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเปรียบเสมือนหัวใจของผู้บริหารมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการปรุงแต่งให้เข้ากับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ

การแก้ไขวิกฤตการณ์ที่มีต่อภาพลักษณ์ ภาวะวิกฤต หมายถึง ภาวะองค์กรหรือสถาบันประสบและจะต้องหาทางยับยั้ง ชะลอ ขจัดปิดเป่าหรือผ่อนคลายให้ผลแห่งภาวะวิกฤตนั้นมากระทบองค์กรหรือสถาบัน หรือแม้ตัวบุคคลให้น้อยที่สุดหรือหมดสิ้นไปในเวลาที่สั้นที่สุด (ประจวบ อินอ้อด, 2540, หน้า 99) อาจกล่าวได้ว่า วิกฤตการณ์ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ประสงค์ที่จะให้เกิดขึ้น ไม่ว่าต่อองค์กร หน่วยงานหรือบุคคล ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากปัจจัย 2 ด้าน คือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร จากปัจจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่าจุดตาย (dead point) ของผู้บริหารอย่างหนึ่ง ที่จะมีผลกระทบต่อวิวัฒนาการภาพลักษณ์ของหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน คือ ไม่สามารถค้นหาจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนขององค์กร ไม่สามารถจัดหรือทำลายข่าวลือ ไม่สามารถทำลายพฤติกรรมใด ๆ ภายในองค์กรที่มีผลต่อภาพลักษณ์ในเชิงลบได้

ประจวบ อินอ้อด (2540, หน้า 100) ได้กล่าวถึงประเภทของวิกฤตการณ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

1. ภาวะวิกฤตซึ่งสามารถคาดหมายได้และป้องกันได้ เช่น เด็กเล่นมิด มีดอาจบาดเจ็บก็ป้องกันได้โดยไม่ให้ใช้มีด
2. ภาวะวิกฤตซึ่งอาจคาดหมายได้ แต่ป้องกันไม่ได้ ได้แก่ระมัดระวัง
3. ภาวะวิกฤตซึ่งเกิดจากเหตุที่ไม่สามารถคาดหมายได้ก่อน เช่น โรงงานตั้งอยู่ใกล้สนามบิน วันหนึ่งเครื่องบินร่อนลงมาบนหลังคา เพราะคิดว่าเป็นสนามบิน ผู้คนล้มตายเป็นอันมาก
4. ภาวะวิกฤตซึ่งเกิดจากข่าวลือ ทั้งที่เกิดจากเจตนาและไม่เจตนาแต่ได้รับข่าวสารที่บิดเบือนตามธรรมชาติ

ในทัศนะของ อำนวย วีรวรรณ (2540, หน้า 94) ได้กล่าวถึงกรณีที่เกิดวิกฤตการณ์ภาพลักษณ์ มีดังนี้

1. กรณีอุบัติเหตุหรือถูกบ่อนทำลาย
2. กรณีการค้าผันผวนรุนแรง
3. กรณีขาดตกบกพร่องทางการผลิตและเทคโนโลยี
4. กรณีนัดหยุดงานหรือปัญหาแรงงานสัมพันธ์
5. กรณีสูญเสียศรัทธาและความเชื่อมั่น

เมื่อเกิดปัญหาไม่ควรรอนาน ควรรีบแก้ไขทันทีเพราะการแก้ไขภาพลักษณ์ครั้งแรกสำคัญมาก ถ้าแก้ไขไม่อาจทำให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมามากขึ้นและทำให้การแก้ไขต้องยืดเยื้อ นักวิชาการหลายท่านเสนอแนวคิดในการแก้ไขปรับปรุงวิกฤตการณ์ที่มีต่อภาพลักษณ์ ดังนี้

ประจวบ อินอ้อ (2540, หน้า 100) ได้เสนอแนวความคิดแก้ไขวิกฤตการณ์ว่า

1. ข้อมูลตัวเลขที่ไม่จริง (inaccurate) แก้ไขโดยเปิดเผยตัวเลขที่แท้จริง (figure)
2. ข้อมูลที่เกิดจากความเข้าใจผิด (misunderstanding) แก้ไขโดยให้ข้อมูลที่แท้จริง
3. ข่าวลือ (rumour) แก้ไขโดยใช้ข้อมูลและตัวเลขประกอบ
4. อุบัติเหตุเสียหายทรัพย์สินและชีวิต (casualty) แก้ไขโดยแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบและห่วงใย (care)

5. ความหายนะขั้นรุนแรง (disaster) เช่น เครื่องบินตก โรงงานระเบิด หรือสารพิษรั่วไหล ต้องดำเนินการแก้ไขโดยใช้ข้อ 1-4 ประกอบด้วยการชดเชย ทดแทน การฟื้นฟู การช่วยเหลือบรรเทาสาธารณภัย (care and relief)

6. ความเสียหายที่มีผลกระทบต่อจิตใจ (painful) แก้ไขโดยใช้ข้อ 1-5 และปัจจัยเวลา (time factor) เข้ามาช่วยให้บรรเทาความเศร้าโศกเสียใจ

ส่วน ระเด่น ทักษิณา (2540, หน้า 104-106) ได้เสนอว่าการแก้ภาพลักษณ์ของหน่วยงานราชการ มีข้อจำกัดที่สำคัญ 2 ประการ คือ ระเบียบและขั้นตอน เนื่องจากสำนักนายกรัฐมนตรีได้ออกระเบียบเกี่ยวกับการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน ให้หน่วยงานต่าง ๆ ของทางราชการถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ข้าราชการทุกระดับชั้นตระหนักดีว่า การให้ข่าวแก่หนังสือพิมพ์จะผิดระเบียบ ฉะนั้น เมื่อมีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นจะทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิดและเสียภาพลักษณ์ของทางราชการ ทุกคนจะถือว่าธุระไม่ใช่ทำตัวให้ห่างไกลไว้ก่อนจะปลอดภัย ไม่ว่าเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่อย่างที่ดีที่ข้าราชการที่เกี่ยวข้องหรือรู้เห็นจะพึงทำคือ “ทำรายงาน” เสนอผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นกว่าเรื่องจะรายงานถึงผู้มีอำนาจแท้จริงก็เสียเวลานาน นั่นคือ การแก้ไขภาพลักษณ์ของหน่วยงานราชการนั้นช้า เพราะระเบียบและขั้นตอนมากเกินไป สำหรับการแก้ภาพลักษณ์ของหน่วยงานภาคเอกชนย่อมทำได้เร็วกว่า ทนต่อเหตุการณ์กว่า ถึงแม้จะมีระเบียบและขั้นตอนเช่นเดียวกับทางราชการก็ตาม แต่มีความยืดหยุ่นและขั้นตอนน้อยกว่า

จากความหลากหลายในวิชาการของการปรับปรุงแก้ไขวิกฤตการณ์ที่มีต่อภาพลักษณ์ ถ้าทุกคนในหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน ได้ช่วยกันดำเนินงานทุกอย่างที่จะ “ก่อ” “กัน” และ “แก้” ในเรื่องภาพลักษณ์อย่างเต็มความรู้ความสามารถแล้ว เป็นที่เชื่อมั่นได้ว่าหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน จะได้กลิ่นแห่งวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างสง่าสมภาคภูมิต่อไป

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ภาพลักษณ์องค์การ จากกรอบแนวคิดของ เกรกอรี และวิชแมน (Gregory & Wiechmann, 1991, pp. 1-27 อ้างถึงใน ราไพ เลียงจันทร์, 2541, หน้า 21-23) กล่าวไว้ว่าในการบริหารทางด้านการตลาด ความหมายของภาพลักษณ์องค์การมีคำตอบมากมายหลายความหมายที่เป็น เช่นนี้เพราะภาพลักษณ์ของหน่วยงานมีความเป็นไปได้ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจมาก ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องสนใจและให้ความสำคัญภาพลักษณ์ การสร้างภาพลักษณ์หน่วยงานที่ถูกต้องจะทำให้หน่วยงานก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายที่วางไว้ และความเป็นจริงแล้วการใช้กลยุทธ์ด้านต่างๆ นั้นจำเป็นต่อการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ภาพลักษณ์ของหน่วยงานเกิดขึ้นจากความประทับใจที่ได้สังเกตและจากประสบการณ์

1. กลยุทธ์ของการสร้างภาพลักษณ์ ได้เสนอกลยุทธ์พื้นฐานในการสร้างภาพลักษณ์ไว้ 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 ดูแล เมื่อเกิดวิกฤตการณ์

1.7 การสร้างสิ่งดึงดูดใจ โดยเน้นพฤติกรรมพนักงานเป็นสำคัญ

2. พื้นฐานสู่ความสำเร็จ แนวคิดพื้นฐานของความสำเร็จมี 3 ประการคือ ต้องศึกษาสิ่งต่อไปนี้

2.1 ทิศทางหรือจุดรวมต้องชัดเจน มีเป้าหมายในการดำเนินงานแน่นอน เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีสื่อกลางที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย

2.2 ความสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น ทันเหตุการณ์ปัจจุบัน ต้องศึกษาความต้องการกลุ่มเป้าหมายแล้วหาทางสนองความต้องการนั้น

2.3 ความมั่นคงหรือความสอดคล้องจะต้องมีการรณรงค์ โฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลต่อชื่อเสียง

3. การสร้างภาพลักษณ์สู่ความสำเร็จ มีหลัก 6 ประการ ดังนี้

3.1 การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย โดยการกล่าวถึงสิ่งที่เป็นจริงที่กลุ่มเป้าหมายรับรู้

3.2 ทิศทางของภาพลักษณ์ กำหนดโดยผู้บริหาร เพราะเป็นผู้ที่สามารถกำกับทิศทางของภาพลักษณ์ให้สอดคล้องกับการสร้างงานได้

3.3 การรู้จักตนเอง หน่วยงานต้องรู้ว่าภาพลักษณ์ของหน่วยงานคืออะไร หน่วยงานต้องการสร้างภาพลักษณ์โดยรวมเป็นอย่างไร ควรมีการวิจัยหาข้อมูล โดยตั้งแต่ก่อนมีโครงการสร้างภาพลักษณ์ ระหว่างดำเนินการและหลังจากการวางโครงการสร้างภาพลักษณ์

3.4 จุดรวมหรือจุดเน้น หน่วยงานต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไร ต้องเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อที่จะทำให้หน่วยงานสามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ใช้บริการมากขึ้นด้วย

3.5 การสร้างสรรค์ความเลียบคมในการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ต้องศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แล้วหาหนทางไปสู่จุดที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ

3.6 ความมั่นคง ความสอดคล้องในการสร้างภาพลักษณ์ ต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ ให้กลุ่มเป้าหมายทราบความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน

จากแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์การพอสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์องค์การ หมายถึง ภาพรวมขององค์การที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม บวกกับความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นในทางที่ดีหรือไม่ดี และพฤติกรรมที่องค์การแสดงออกให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ทั้งทางด้านสถาบันและบุคลากรในองค์การ

องค์การ หน่วยงาน หรือสถาบัน สามารถที่จะทราบภาพลักษณ์ของหน่วยงานตนเองได้ โดยการสำรวจจากการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ถ้าผลการสำรวจออกมาในทางที่ดีก็ถือว่าหน่วยงานนั้นมีความมั่นคง เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ และศรัทธาของกลุ่มเป้าหมาย แต่ถ้าผลการสำรวจออกมาในทางที่ไม่ดี หรือปานกลาง แสดงว่าหน่วยงานนั้นจะต้องรีบสร้างภาพลักษณ์ จะปล่อยให้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติไม่ได้ ในการสร้างภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานจะต้องใช้วิธีการหรือกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจภาพลักษณ์ในการวางแผน เพื่อสร้างหรือเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ไปในแนวทางที่ต้องการ

ภาพลักษณ์ขององค์การ สถาบัน อาจแยกออกได้ 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นกิจกรรม เป็นส่วนที่ไม่มีชีวิตจิตใจขององค์การ ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับการประกอบกิจการต่างๆ ที่ไม่เกี่ยวกับบุคคล อีกส่วนคือส่วนที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับตัวบุคคล เป็นส่วนที่ทำให้้องค์การมีชีวิตจิตใจ (อำนาจ วีรวรรณ, 2540, หน้า 91) โดยภาพลักษณ์ด้านสถาบันนั้น ได้มีนักการศึกษาเสนอแนวคิดที่ครอบคลุมหลายประเด็นดังนี้

วิจิตร อาวะกุล (2534, หน้า 40-41) ได้กล่าวถึงความหมายของสถาบันว่า หมายถึง กลุ่มที่มีการจัดระเบียบ มีหน้าที่ บทบาท มีพิธีกรรม กิจกรรมที่แตกต่างหรือเหมือนกับสถาบันอื่น สถาบันทางสังคมเหล่านี้ทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม องค์ประกอบสำคัญที่แสดงถึงความเป็นสถาบันคือ บทบาท ลักษณะทางกายภาพ เช่น อาคาร สถานที่ สัญลักษณ์ของสถาบัน เป็นต้น

สุพัตรา สุภาพ (2541, หน้า 64) ได้สรุปแนวคิดคำว่า สถาบันสังคม หมายถึง กระบวนการซึ่งการรวมกลุ่มสมาคมกันที่ดี หรือวิธีการต่าง ๆ ก็ดี ได้จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระเบียบ มีระบบและมั่นคง ดังนั้นสาระสำคัญของการจัดตั้งขึ้นเป็นสถาบัน ประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความเป็นระเบียบ หมายถึง บทบาทหรือความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของสมาชิก
2. ความเป็นระบบ หมายถึง การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบผู้ที่มีส่วนในสถาบันนี้ จะต้องปฏิบัติ
3. ความมีเสถียรภาพหรือความมั่นคง หมายถึง การรวมกลุ่มกันที่ดี หรือกระบวนการใด ๆ แห่งสถาบันนั้นก็ดี มีแนวโน้มที่จะดำรงคงอยู่เกินกว่าช่วงชีวิตของบรรดาสมาชิกที่มีส่วนร่วมในสถาบันนั้น

สำหรับการให้ความสำคัญการศึกษาตัวสถาบันเพื่อสร้างภาพลักษณ์นั้น วิจิตร อาวะกุล (2534, หน้า 120) ได้กล่าวถึงส่วนที่เกี่ยวข้องคือ บุคคล ผู้จัดการ พนักงาน ประโยชน์ การบริการ สาธารณะ สังคม การทำงานของสถาบัน ความก้าวหน้าที่ไม่หยุดนิ่ง ความรับผิดชอบ ส่งเสริม สนับสนุนงานต่าง ๆ ของสังคม ชื่อเสียง เกียรติคุณ คุณภาพ ความตั้งใจจริง สุจริต อุดมการณ์ สร้างสรรค์

ดังนั้น พอสรุปได้ว่า ตัวสถาบันเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ขององค์การ ในการวิจัยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้ศึกษาจากวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ในการ จัดตั้งมหาวิทยาลัยตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี พ.ศ. 2533 ซึ่งเป็นภาพรวม การดำเนินงานตามภารกิจของมหาวิทยาลัย ศึกษาได้จากการเรียนการสอน การวิจัย การปรับเปลี่ยน ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี การบริการวิชาการแก่สังคม และการทะนุบำรุงศิลปและ วัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อมหาวิทยาลัย โดยมีแนวคิดของนักวิชาการดังนี้

การเรียนการสอน ถือได้ว่าเป็นภารกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษาไทย แม้ในปัจจุบัน สถาบันอุดมศึกษาไทยได้ดำเนินการกิจอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ภารกิจด้านการวิจัย และการบริการ ชุมชน แต่ก็ไม่ได้ทำให้งานด้านการเรียนการสอนลดความสำคัญไป แต่กลับทำให้มีความสำคัญ มากขึ้นและจำเป็นจะต้องปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับผลการวิจัยใหม่ ๆ ของชุมชนยิ่งขึ้น (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2524, คำนำ)

บทบาทด้านการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยได้รับความสำคัญเป็นอันดับแรก การศึกษาในมหาวิทยาลัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บัณฑิตนักศึกษา ได้รับประสบการณ์จากการศึกษาอย่างกว้างขวาง องค์ประกอบของการศึกษามีความสำคัญเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายของการสอน หลักสูตรเนื้อหาวิชา ผู้เรียน ผู้สอน รูปแบบและวิธีการสอน การเรียนรู้ และบรรยากาศของการเรียนรู้อันจะนำไปสู่การผลิตบัณฑิตที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นคนที่สมบูรณ์ทุกด้าน ทั้งด้านปัญญา ทักษะ และทักษะ เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพและความสามารถในการศึกษาที่เหมาะสมกับสภาพสังคมปัจจุบัน

การวิจัย สถาบันอุดมศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งมหาวิทยาลัยในฐานะที่เป็นสถาบันทางวิชาการชั้นสูง มีจุดมุ่งหมายในการสร้างสรรค์รื่องความก้าวหน้าทางวิชาการเพื่อจะได้ใช้ผลแห่งความก้าวหน้าทางวิชาการนั้น กระทำภารกิจทางด้านการสอนเพื่อการผลิตบัณฑิตและบริการทางวิชาการแก่สังคมในลักษณะต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยค้นคว้าจึงเป็นหน้าที่หลักที่ควรได้รับการเน้นเป็นพิเศษ ถ้าปราศจากการวิจัยค้นคว้าเพื่อบุกเบิกแสวงหาความรู้ใหม่แล้ว สถาบันอุดมศึกษาก็จะทำหน้าที่เพียงด้านถ่ายทอดความรู้เท่านั้น (วิจิตร ศรีสอาน, 2525, หน้า 92)

บทบาทของมหาวิทยาลัยด้านการวิจัย จุดมุ่งหมายที่สำคัญคือ การบุกเบิกความรู้ใหม่ ๆ เพื่อสร้างสรรค์ความก้าวหน้าทางวิชาการ ผลิตและพัฒนางานวิจัยที่มีคุณภาพให้มากยิ่งขึ้น เพื่อก่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของสังคม และนำไปสู่การสร้างทรัพย์สินทางปัญญา

การปรับเปลี่ยน ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี หน้าที่หลักของมหาวิทยาลัยในฐานะความเป็นสถาบันทางการศึกษาระดับสูงของประเทศ จึงต้องมีการสร้างองค์ความรู้ใหม่แก่ประเทศ และแก่แวดวงวิชาการอยู่เสมอ โดยเฉพาะการพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเทคโนโลยีรูปแบบต่าง ๆ จากต่างประเทศเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี และยิ่งในอนาคตเมื่อโลกมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นจะเกิดการแข่งขันสูงบนพื้นฐานการผลิตที่พึ่งพาเทคโนโลยีระดับสูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีจึงเป็นภารกิจหลักหนึ่งที่สำคัญของสถาบันอุดมศึกษา (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2541, หน้า 86-87)

บทบาทของมหาวิทยาลัยด้านการปรับเปลี่ยน ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ในการส่งเสริมการปรับเปลี่ยน ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม ให้หน่วยงานสามารถใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด และเป็นแหล่งพัฒนาเทคโนโลยีที่เน้นการสร้างเทคโนโลยีภายใต้ขีดความสามารถ ศักยภาพ และทรัพยากรที่มีอยู่ ลดการพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ และสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้มาสนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัย และการใช้งานได้

การบริการวิชาการแก่สังคม สถาบันอุดมศึกษานอกจากต้องมีการสร้างความเป็นเลิศทางด้านวิชาการแล้ว ยังต้องเป็นศูนย์กลางด้านวิชาการที่ทำหน้าที่เผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่ประชาชนภายนอก เพื่อให้องค์ความรู้ที่มีนั้นได้รับการกระจายและการต่อยอดความคิดให้กว้างขวางมากที่สุด รวมทั้งเป็นการให้การศึกษาแก่ประชาชนในทางอ้อมที่จะสามารถติดตามวิทยาการใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นได้ทันแม้มิได้อยู่ในระบบการศึกษา (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2541, หน้า 93)

บทบาทด้านการบริการทางวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัย เป็นการสนับสนุนส่งเสริมเพื่อความก้าวหน้าทางด้านการสอนและการวิจัย ให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงของสังคมและมีบทบาทร่วมในการแก้ปัญหาของสังคม โดยการให้บริการความรู้ การให้คำปรึกษาในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การนำเสนอผลงานทางวิชาการสู่สังคม การบริการข้อมูลข่าวสารสู่สังคม การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์แก่สังคม เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้นสอดคล้องกับความต้องการของสังคม

การทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยจะต้องยึดถือการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมเป็นนโยบายหลักของมหาวิทยาลัย เน้นให้นักศึกษามีส่วนร่วมมากขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนและการปลูกฝังค่านิยมและเจตคติที่ดีต่อนักศึกษา การศึกษาทางศิลปวัฒนธรรมควรจัดให้มีพิพิธภัณฑ์ทางศิลปวัฒนธรรม พร้อมกับมีเวทีแสดงศิลปะและการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมของชาติ สำหรับการเผยแพร่และคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติ (ทองจันทร์ หงส์คารมภ์, 2527, หน้า 10) อีกทั้งสถาบันอุดมศึกษาควรจะเน้นการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม และการพัฒนาทัศนคติที่ดีให้เกิดแก่นักศึกษา (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2541, หน้า 56)

บทบาทของมหาวิทยาลัยด้านการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม เป็นการดำเนินกิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม ผสมผสานศิลปะและวัฒนธรรมให้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร เพื่อเสริมสร้างคุณภาพบัณฑิตให้เป็นบัณฑิตที่มีความรู้คู่คุณธรรม เป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ทางวิชาการด้านศิลปะและวัฒนธรรม และประเทศไทย

อีกทั้ง เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2541, หน้า 47-51) ได้เสนอภาพพึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยไทย สรุปลดดังนี้ มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งเพาะชำนักรักคตินักวิชาการไม่ใช่เรือนจำนักคตินักวิชาการ มหาวิทยาลัยเป็นผู้นำความคิดในสังคม มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งผลิตองค์ความรู้ที่ขอบพรมแดนวิชาการ มหาวิทยาลัยเป็นที่ปะทะสังสรรค์ทางปัญญาระหว่างคนภายในและภายนอก และมหาวิทยาลัยเป็นแหล่งเพาะคุณธรรมจริยธรรม

นอกจากนี้ สุชาติ เมืองแก้ว (2543, หน้า 36-38) ได้กล่าวว่า ในการบริหารงานมหาวิทยาลัยในยุคปฏิรูปนั้น การวิจัยมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากจะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบในประเด็นต่าง ๆ เช่น

1. แนวการบริหารมหาวิทยาลัยในยุคปฏิรูปการศึกษา สถาบันอุดมศึกษาจะมีรูปแบบใหม่ ได้แก่ ด้านคุณภาพจะต้องมีความเป็นเลิศทางวิชาการและสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ด้านประสิทธิภาพทั้งในระบบการทำงานและการคิดเกี่ยวกับต้นทุนต่าง ๆ ที่จะเปิดหลักสูตรจะต้องมีวิสัยทัศน์ในเชิงธุรกิจมากขึ้น ในด้านความเสมอภาคจะมีการปฏิรูปในเรื่องของการรับเข้า สถานที่เรียน และค่าใช้จ่ายจะต้องมีความเหมาะสม

2. ปัจจัยสำคัญของการแข่งขันเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำในอนาคต ได้แก่ คุณภาพการศึกษาและการวิจัย ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก โดยการวิจัยสถาบันจะมีส่วนในการพัฒนา นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โครงสร้างของหลักสูตรและระบบบริหารกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาสื่อเทคโนโลยีการสอนและการจัดบริการการค้นคว้าของนักศึกษา และข้อมูลเพื่อการบริหารและการตัดสินใจ

3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในยุคปฏิรูปการศึกษาในอนาคต จะต้องเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (learning organization) จะต้องใช้กระบวนการวิจัยไปเสริมกระบวนการเรียนรู้ไม่แยกออกจากกัน จึงจะสามารถนำไปสู่การสร้างคุณภาพ มาตรฐาน คุณค่า และประสิทธิภาพการบริหารจัดการในอนาคต

เสรี วงษ์มณฑา (2541, หน้า 13-17) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัวแล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคล และได้ยกตัวอย่างภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นต่อมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งว่าขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ

1. ข้อเท็จจริง โดยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนั้นคือ สถานที่ตั้ง ค่าบำรุงการศึกษา จำนวนนักศึกษา คณะที่เปิดสอน จำนวนอาจารย์ที่จบระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโทและระดับปริญญาเอกอย่างละกี่คน ฯลฯ

2. การประเมินส่วนตัว เป็นการใช้วิจารณญาณส่วนตัวของแต่ละบุคคลที่เคยเข้ามาข้องแวะหรือได้ยินได้ฟังเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนี้ ถ้าประเมินสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยนั้น คนที่ไปมาสะดวกก็จะตอบว่ามหาวิทยาลัยนั้นอยู่ใกล้ แต่ถ้าถามคนที่อยู่ห่างไกลจะตอบว่ามหาวิทยาลัยนั้นไปมาลำบาก เพราะฉะนั้นจากข้อเท็จจริงที่เหมือนกัน แต่เมื่อนำมาประเมินด้วยเหตุผลส่วนตัวอาจจะแตกต่างกัน คนสองคนนี้จะมีภาพในความคำนึงหรือภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยต่างกัน

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถนำมาศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้ โดยการประเมินจากการดำเนินงานตามภารกิจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะนักศึกษาที่มีการรับรู้ต่อมหาวิทยาลัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ได้ศึกษาจากแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2541) ที่กล่าวถึงสิ่งที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของหน่วยงาน แนวคิดของ เกรกอรี และวิชแมน (Gregory & Wiechmann, 1991) เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน และผลงานวิจัยของ พรทิพย์ สระบงกช (2544) เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในภาคตะวันออก ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและผลงานวิจัยดังกล่าว มาสังเคราะห์เพื่อกำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยมีปัจจัย 8 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านคณาจารย์ ปัจจัยด้านผู้บริหาร ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ปัจจัยด้านนักศึกษา และปัจจัยด้านชุมชน ดังนี้

1. **ปัจจัยด้านคณาจารย์** คำว่า ครู ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 หมายความว่า บุคลากรวิชาชีพ ซึ่งทำหน้าที่หลักทางด้านการเรียนการสอน และการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยวิธีการต่าง ๆ ในสถานศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน สำหรับคำว่า อาจารย์ พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต, 2538, หน้า 203) อธิบายความหมาย อาจารย์ แปลว่า ผู้ประพฤติการอันเกื้อกูลแก่ศิษย์ ผู้ที่ศิษย์พึงประพฤติดด้วยความเอื้อเฟื้อ ผู้ตั้งสอนวิชาและอบรมคุณละความประพฤติ ส่วนคำว่า คณาจารย์ ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 หมายความว่า บุคลากรซึ่งทำหน้าที่หลักทางด้านการสอนและการวิจัยในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา ระดับปริญญาของรัฐและเอกชน ดังนั้นครู อาจารย์หรือคณาจารย์เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการสอน เพราะเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้การศึกษา ผลการเรียนการสอนจะดีมีคุณภาพมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับตัวผู้สอนเป็นสำคัญ เพื่อจะก่อให้เกิดผลดีแก่นักเรียนนักศึกษา ดังนั้นลักษณะของครูที่ดีที่พึงประสงค์ แบ่งเป็นลักษณะสำคัญ 3 ด้าน ดังนี้ (ธีรศักดิ์ อัครบวร, 2544, หน้า 75)

1.1 **ภูมิรู้** ลักษณะของครูที่ดีในด้านนี้ได้แก่ คุณสมบัติส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถทางด้านวิชาการที่จะสอน ตลอดจนการเป็นผู้ที่มีสติปัญญาดี เฉลียวฉลาด เชื่อมั่นในตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ เป็นต้น

1.2 **ภูมิธรรม** ลักษณะของครูที่ดีในด้านนี้ได้แก่ การประพฤติดี เว้นจากอบายมุข ทั้งปวง กระทำแต่สิ่งที่ดีที่สุจริต ทั้งกาย วาจาและใจ นอกจากนี้ครูต้องมีจรรยาบรรณและคุณธรรมสูง ซื่อสัตย์ เสียสละ มีเมตตากรุณา ยุติธรรมและมานะอดทน เป็นต้น

1.3 **ภูมิฐาน** ลักษณะของครูที่ดีในด้านนี้ได้แก่ บุคลิกภาพดี รูปร่างท่าทางดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย พุดจาไพเราะนุ่มนวล น้ำเสียงชัดเจน มีลักษณะเป็นผู้นำ เป็นต้น

สมศักดิ์ สันธะระเวช (2542, หน้า 180) เห็นว่าในการมุ่งสู่คุณภาพการศึกษา คุณลักษณะของครูผู้สอนที่ต้องการให้มี ต้องประกอบด้วย

1. รักการสอน เข้าใจผู้เรียน มีจิตสำนึกในหน้าที่และความรับผิดชอบ
2. มีความคิดสร้างสรรค์ นักแก้ปัญหาและสามารถตัดสินใจอย่างมีเหตุผล
3. มีความเชื่อมั่นในตนเองและมีทัศนคติเชิงบวก
4. รู้วิธีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา
5. มีความรู้ในเรื่องสาระการเรียนรู้ที่รับผิดชอบ โครงสร้างทางสมองการทำงานของ

สมอง จิตวิทยาการเรียนรู้ ฯลฯ

6. มีทักษะในการจัดการเรียนรู้ เช่น การกระตุ้นความสนใจ การอธิบายด้วยเหตุด้วยผล การรับรู้ความรู้สึกของผู้เรียน การทำงานเป็นทีม การฝึกสมาธิ ฯลฯ

7. สามารถใช้ยุทธศาสตร์การจัดการเรียนรู้ได้สอดคล้องกับรูปแบบการเรียนรู้ และเทคนิคการเรียนรู้ของผู้เรียนแต่ละคน

8. มีทักษะการประเมินผลการเรียน การซ่อมเสริม การวิจัยในชั้นเรียน ฯลฯ

ทพวงมหาวิทยาลัย (2532, หน้า 5) จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบุคลากรในระบบอุดมศึกษาของทพวงมหาวิทยาลัย ได้สรุปประเด็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยว่า อาจารย์ในมหาวิทยาลัยเป็นบุคคลที่มีความรู้ดี มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชา มีวุฒิสูง เป็นบุคคลใฝ่หาความรู้ มีความประพฤติดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง และได้รับการยกย่องจากสังคม แต่ภาพที่อาจารย์มหาวิทยาลัยเป็นปฐมนิยบุคคลลดน้อยลง

สุวัฒน์ นิยมคำ (สุวัฒน์ นิยมคำ, 2534, หน้า 24-25 อ้างถึงใน ราไพ เลียงจันทร์, 2541, หน้า 29-30) ได้วิเคราะห์จากประสบการณ์ของอาจารย์ในมหาวิทยาลัย โดยคำนึงถึงงานที่มีอยู่ในอาชีพครู พอสรุปเป็นประเด็นสำคัญว่าอาจารย์ในมหาวิทยาลัยจะต้องทำหน้าที่ถึง 15 ประการ ดังนี้

1. ต้องศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในวิชาที่จะสอนอยู่เสมอ
2. ต้องศึกษาหลักสูตรในวิชาที่สอนและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการศึกษาให้เข้าใจ
3. ต้องวางแผนการสอนทั้งระยะยาว (กระบวนวิชา) และระยะสั้น (หน่วยการเรียนรู้และบทเรียนรายวัน)
4. ต้องเตรียมการสอนก่อนเข้าสอนทุกครั้ง
5. ต้องเข้าสอนตรงเวลาและตามเวลาในตารางสอน หากขาดสอนชั่วโมงใดหรือสอนได้ไม่ครบตามหลักสูตร ก็จะต้องจัดเวลาเพิ่มเติมให้ครบ
6. ต้องออกข้อสอบ คุมสอบ และประเมินผลทั้งผลการเรียนของนักศึกษาและผลการสอนของตนเอง

7. ต้องกำหนดเวลาว่างจากชั่วโมงสอนไว้ให้นักศึกษา ได้มาพบปะปรึกษาหารือในเรื่องวิชาการ

8. ต้องศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการเรียนการสอนให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ.

9. ต้องรับผิดชอบในการพัฒนาหลักสูตร กระบวนวิชาที่ตนสอนและเสนอหลักสูตร กระบวนวิชาใหม่ที่สมควรจะเปิดสอน

10. ต้องรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และสามารถให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี

11. ต้องจัดทำรายการหนังสือใหม่ ๆ วารสารใหม่ ๆ สำหรับส่งให้ห้องสมุดจัดซื้อต่อไป

12. ต้องทำการวิจัย เขียนตำรา เขียนเอกสารคำสอน เขียนบทความทางวิชาการ และสะสมความรู้ไว้ให้พร้อม (เป็นคลังของความรู้)

13. ต้องให้บริการทางวิชาการแก่สังคม เช่น เป็นวิทยากร

14. เข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาการอยู่เสมอ เช่น การประชุม การสัมมนา ฝึกอบรม และแม้แต่การหาโอกาสพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับอาจารย์ที่สอนในสาขาเดียวกัน หรือต่างสาขาอย่างไม่เป็นทางการก็เป็นสิ่งควรกระทำ

15. มีความเป็นครูและรักษาเกียรติภูมิของครูตลอดไป

จินดา ศรีญาณลักษณ์ (2536, หน้า 16) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติ บทบาทหน้าที่ของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยไว้ ดังนี้

1. ต้องรู้จักสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ได้บังคับบัญชาและลูกศิษย์

2. ควรรู้จักการทำงานเป็นคณะหรือสหวิชาชีพ

3. อาจารย์ที่ดีต้องมีจิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อศิษย์และบุคคลทุกฝ่ายในสถาบันการศึกษา

4. อาจารย์ที่ดีควรให้ความร่วมมือและประสานงานกับทุกฝ่าย และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถาบันการศึกษา องค์การทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน

5. อาจารย์ที่ดีต้องยึดมั่นใน “จรรยาบรรณ” ของครูอาจารย์และประพฤติปฏิบัติอันควรให้ลูกศิษย์เคารพยกย่อง สรรเสริญ เทิดทูน

โดยสรุป อาจารย์หรือคณาจารย์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การจัดการศึกษาประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ ดังนั้นปัจจัยด้านคณาจารย์ที่จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้นั้น คณาจารย์จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในการสอน การวิจัย และบริการวิชาการ มีคุณวุฒิสูง มีคุณธรรมและจริยธรรม

2. ปัจจัยด้านผู้บริหาร ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือสถานศึกษานับเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยอย่างยิ่ง การที่ผู้บริหารจะใช้กระบวนการบริหารงานในการปฏิบัติงานในหน้าที่ให้เหมาะสมกับบทบาทที่ได้รับและให้มีความสำเร็จนั้น ได้มีผู้แสดงความเห็นเกี่ยวกับผู้บริหาร ดังนี้

จิรัช ชูเวช (2534, หน้า 150) ได้สรุปคุณสมบัติของผู้บริหารไว้ดังนี้

1. จะต้องมีความรอบรู้และมีความสนใจรอบด้าน มีไหวพริบและมีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว
2. มีความรอบรู้และมีความสนใจรอบด้าน ได้แก่ การศึกษางานในหน้าที่ การค้นคว้าศึกษาวิทยาการแผนใหม่แล้วนำมาปรับปรุงพัฒนาหน่วยงานและคน มีศิลปะในการรับฟัง และศึกษาภาวะการณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอ
3. สามารถพูดและเขียนภาษาง่าย ๆ เพราะภาษาเป็นสื่อของความเข้าใจระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง จึงเป็นเรื่องที่จะต้องใช้ภาษาให้เหมาะสมกับผู้ฟัง ไม่ว่าจะพูดหรือเขียนก็ตามต้องสามารถกระทำให้ผู้ฟังได้บังคับบัญชาเข้าใจและพอใจอีกด้วย
4. มีจิตใจร่างกายและอารมณ์สมบูรณ์ ไม่ใช่เป็นคนเจ้าอารมณ์ ไม่เอาแต่ใจตนเอง ไม่เจ็บป่วยประเภทสามวันดีสี่วันไข้
5. มีความคิดริเริ่มอย่างแรงกล้าคือ เป็นนักพัฒนา พยายามที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานให้เหมาะสมกับสภาพความเจริญของสังคมและสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน
6. มีฝีมือที่จะทำให้ผู้บังคับบัญชาประสานงานกันได้ดีที่สุด
7. มีความรู้ความชำนาญในเชิงบริหารและเชิงวิชาการ ทั้งนี้อาจจะผ่านการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ในการทำงานรอบด้านในหน่วยงานนั้น ๆ

แซลลิส (Sallis, 1993, pp. 111-117) ได้อธิบายความรับผิดชอบและความผูกพันในการบริหารงานของผู้บริหารที่จำเป็นจะต้องนำมาใช้ในกระบวนการทำงาน ดังนี้

1. ผู้บริหารต้องเป็นผู้ริเริ่มงานคุณภาพด้วยตนเอง ต้องบอกกล่าวให้ผู้ร่วมงานทราบว่าต้องการมีนโยบายพัฒนาคุณภาพของหน่วยงาน และจงใจให้ผู้ร่วมงานสนองนโยบายนี้ สร้างทีมปรับปรุงคุณภาพงานอันเป็นการสร้างความผูกพันในการบริหารงานที่ดี
2. ผู้บริหารต้องสรรหาผู้ร่วมทีมงานจากหลาย ๆ ฝ่ายของหน่วยงานมาร่วมเป็นทีมงานปรับปรุงคุณภาพ เพื่อศึกษาสาเหตุที่ทำให้งานด้อยคุณภาพ
3. ประเมินคุณภาพงานที่ปรากฏทีมงานปรับปรุงคุณภาพ จัดทำแผนการประเมินคุณภาพงาน ทั้งผลผลิตและบริการของหน่วยงาน

4. ประเมินความคุ้มค่าของคุณภาพ ทีมงานตรวจสอบทุนที่ใช้ในการปฏิบัติงานว่า คุ้มค่ากับคุณภาพที่ได้หรือไม่

5. สร้างความตระหนักในคุณภาพ ผู้บริหารต้องสื่อความหมายให้ผู้ร่วมงานทุก ๆ คน ตระหนักในความสำคัญของการปรับปรุงคุณภาพงาน

6. ปรับปรุงงาน ทั้งผู้บริหารและผู้นิเทศร่วมกันปรับปรุงงานทุกประเภทในหน่วยงาน โดยสร้างทีมงานย่อย ๆ ในทุก ๆ ฝ่ายงาน

7. วางแผนงานปลอดความสูญเสีย ทีมงานปรับปรุงคุณภาพดำเนินการวางแผนจัด ความสูญเสียของงานให้เป็นศูนย์และดำเนินการตามแผน (ทีมงานย่อยในแต่ละฝ่ายงานร่วมวางแผน และรับไปปฏิบัติ)

8. ฝึกอบรมผู้นิเทศติดตามงาน ผู้บริหารต้องให้การฝึกอบรมบุคลากรที่จะทำให้มีการ นิเทศ ช่วยเหลือ และติดตามการปฏิบัติงาน เตรียมพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ

9. จัดงานวันปลอดความสูญเสีย เป็นการเริ่มงานคุณภาพของหน่วยงาน (ต่อไปจะไม่มี งานด้อยคุณภาพ) เป็นการประกาศให้ทุกคนทราบ

10. สร้างเป้าหมายงาน ทีมงานย่อยสร้างเป้าหมายงานที่จะปรับปรุงเป้าหมายงานต้อง ชัดเจน ประเมินได้

11. ขจัดอุปสรรคของงาน สมาชิกของทีมงานย่อยแต่ละคนมีหน้าที่ต้องแจ้งให้ฝ่าย บริหารทราบถึงอุปสรรคในการปฏิบัติงาน ทั้งด้วยเอกสารและด้วยวาจา

12. ยอมรับความสามารถของเพื่อนร่วมงาน ผู้บริหารควรแสดงความยินดีต่อความ สำเร็จของเพื่อนร่วมงาน เป็นการให้ความสำคัญต่อเพื่อนร่วมงาน

13. สร้างสมัคคมคุณภาพ รวมกลุ่มของผู้ที่ปรับปรุงคุณภาพงาน จัดตั้งเป็นสมาคมร่วม ปรึกษาแสดงความคิดเห็นในการพัฒนางาน

14. จัดวงจรพัฒนาตลอดไป เมื่อสิ้นสุดกิจกรรมปรับปรุงคุณภาพงานและบรรลุผลแล้ว ให้เริ่มวงจรพัฒนาในกิจกรรมเดิมหรือกิจกรรมอื่น ๆ ต่อไป ไม่สิ้นสุด

สมศักดิ์ สีนธุระเวช (2542, หน้า 180) เห็นว่า คุณลักษณะของผู้บริหารที่ต้องการเพื่อ มุ่งสู่คุณภาพการศึกษาต้องประกอบด้วย

1. ต้องมีภาวะผู้นำและพัฒนาตนเองตลอดเวลา
2. ต้องมุ่งมั่นที่จะสร้างระบบคุณภาพ องค์กรแห่งคุณภาพเพื่อให้ผลผลิต (นักเรียน) สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
3. นักป้องกันปัญหา
4. ต้องตัดสินใจบนทางเลือก ซึ่งมีการเสี่ยงอย่างมีเหตุผล

5. ต้องมีความรับผิดชอบในการสับดับรับฟังความคิดเห็นจากทุกฝ่าย วัตถุประสงค์การรับรู้ความคิดความต้องการของบุคคลต่าง ๆ ไม่กลัวการเปลี่ยนแปลง
6. ต้องให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง และการบริหารการเปลี่ยนแปลง แก่ผู้บริหารรองลงไปทุกระดับ และต้องวางระบบการสื่อสาร
7. มีความซื่อสัตย์และมีหลักการ
8. มีจิตสำนึกแห่งคุณภาพ

สต็อกคิว (Stogdill, 1948, pp. 35-71 อ้างถึงใน ธร สุทธรายุทธ, ม.ป.ป., หน้า 99)

ได้กำหนดคุณลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นของผู้ผู้นำ ดังนี้

1. มีความสามารถ มีความเฉลียวฉลาด แคล่วคล่อง การคิดคำนึงและการตัดสินใจดี
2. ประสบผลสำเร็จเป็นผู้มีความรู้ดี
3. มีความรับผิดชอบ เป็นตัวของตัวเอง มีความคิดสร้างสรรค์ มีความมั่นใจในตนเองสูง
4. มีความสามารถเข้ากับบุคคลอื่นได้ดี มีความสามารถในการทำกิจกรรมทางสังคม

ร่วมมือทำงานและมีอารมณ์ขัน

5. มีฐานะทางสังคมที่ดี เป็นคนกว้างขวาง

โดยสรุป ผู้บริหารนับเป็นตัวจักรสำคัญในการพัฒนาการจัดการศึกษา รวมทั้งพัฒนาสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น ปัจจัยด้านผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทในอันที่จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้ โดยผู้บริหารจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ จะต้องมีความเป็นผู้ผู้นำ มีมนุษยสัมพันธ์ มีวิสัยทัศน์ มีคุณธรรม และจริยธรรม

3. ปัจจัยด้านหลักสูตร ได้มีนักการศึกษาให้ความหมายและส่วนสำคัญของหลักสูตรไว้ดังนี้

ธีระ รุญเจริญ (2525, หน้า 116) กล่าวว่า หลักสูตร หมายถึง ประสิทธิภาพทั้งหมดที่จัดให้ผู้เรียน โดยการควบคุมแนะนำของสถานศึกษา อันเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือความคาดหวังทางการศึกษาที่ตั้งไว้

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2527, หน้า 152-153) กล่าวว่า หลักสูตร หมายถึง การจัดประสบการณ์ในการเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีพัฒนาการทางด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และค่านิยมตามความต้องการของสังคม หลักสูตรจึงเป็นโครงการเรียนของผู้เรียน เนื้อหาวิชา และมวลประสบการณ์อื่น ๆ ที่จัดให้ผู้เรียน

กิตติมา ปริดีดิลก (2532, หน้า 60) กล่าวว่า หลักสูตร หมายถึง เอกสารที่กำหนดโครงการศึกษาของผู้สอน โดยกำหนดความมุ่งหมายของการศึกษา เนื้อหาของความรู้และประสบการณ์ที่จะจัดให้กับผู้เรียน กระบวนการเรียนการสอน และการประเมินผล

ดังนั้น หลักสูตร จึงหมายถึง ประสบการณ์ทั้งหมดที่สถานศึกษาจัดให้นักเรียน นักศึกษา ทั้งในและนอกห้องเรียน เพื่อให้นักเรียน นักศึกษาได้รับความรู้ เกิดทักษะ เจตคติที่ดี อันจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และยังรวมถึงเอกสารด้านหลักสูตร กระบวนการสอนของครู ณาจารย์ หลักสูตรมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการจัดการเรียนการสอน เนื่องจากการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นส่วนสำคัญที่สุดที่จะทำให้การใช้หลักสูตรบรรลุจุดมุ่งหมายตามหลักสูตรที่กำหนดไว้ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเกิดพัฒนาการ แนวทางการจัดกิจกรรมหรือการสอนย่อมแตกต่างกันตามสภาพและลักษณะธรรมชาติของเนื้อหาวิชา ผู้สอนจะต้องรู้จักเลือกใช้วิธีสอนและอุปกรณ์การสอนได้อย่างเหมาะสม

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กล่าวถึงหลักสูตรการศึกษา ต้องมีลักษณะหลากหลาย จัดตามความเหมาะสมของแต่ละระดับ โดยมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลให้เหมาะสมแก่วัยและศักยภาพ ซึ่งสาระของหลักสูตรทั้งที่เป็นวิชาการและวิชาชีพ ต้องมุ่งพัฒนาคนให้มีความสมดุลทั้งด้านความรู้ ความคิด ความสามารถ ความดีงาม และความรับผิดชอบต่อสังคม สำหรับหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา นอกจากคุณลักษณะดังกล่าวแล้ว ยังมีความมุ่งหมายเฉพาะที่จะพัฒนาวิชาการ วิชาชีพขั้นสูงและการค้นคว้า วิจัย เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และพัฒนาสังคม

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2542, หน้า 59-76) ได้เสนอแนวทางปฏิรูปหลักสูตรการศึกษาของไทยให้มีลักษณะ ดังนี้ หลักสูตรที่มีความสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจและสติปัญญา หลักสูตรที่ปลูกฝังค่านิยมที่ถูกต้อง หลักสูตรที่ปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม หลักสูตรที่ปลูกฝังลักษณะชีวิตที่ดี หลักสูตรที่ให้ผู้เรียนมีโอกาสพัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่ หลักสูตรที่มีความสมดุลระหว่างความเป็นสากลกับท้องถิ่น หลักสูตรที่มีความสมดุลระหว่างทฤษฎีกับการปฏิบัติ หลักสูตรที่เอื้อให้ผู้เรียนเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์พร้อมรอบรู้สหวิทยาการ และหลักสูตรที่สร้างจิตสำนึกเพื่อส่วนรวม

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการจัดมวลประสบการณ์ เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ เกิดทักษะ และเจตคติที่ดี เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ซึ่งหลักสูตรที่ดีจะต้องมีความยืดหยุ่นปรับตัวได้ตามสภาวการณ์ของสิ่งแวดล้อม มีความเหมาะสมเอื้อต่อการเรียนรู้ มีระบบสหกิจศึกษา และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียน ตลาดแรงงาน และประเทศ

4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เทคโนโลยีเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการจัดการ
ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายดังต่อไปนี้

Dictionary of Education ของ กู๊ด (Good, 1973) ให้ความหมายว่า เทคโนโลยีเป็น
การนำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงระบบการทำงานให้มี
ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นิพนธ์ สุขปริดี (2519, หน้า 8) ได้กล่าวว่า เทคโนโลยี หมายถึง การใช้ระบบ ทรัพยากร
ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในการแก้ปัญหา

กิดานันท์ มลิทอง (2543, หน้า 3) ได้กล่าวว่า เทคโนโลยี หมายถึง วิทยาการที่เกี่ยวกับ
ศิลปะในการนำเอาวิทยาศาสตร์ประยุกต์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ

เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต (2528, หน้า 2-3) ได้ให้ความหมายว่า เทคโนโลยี คือ วิธีการหรือ
เทคนิคทางวิทยาศาสตร์ที่ใช้ในการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผล คำอีกคำหนึ่งที่มีมักจะใช้ควบคู่
กับคำว่าเทคโนโลยีคือ นวัตกรรม และได้ให้ความหมายของ นวัตกรรม คือ วิธีการปฏิบัติใหม่ๆ
ที่แปลกไปจากเดิม โดยอาจจะได้มาจากการคิดค้นขึ้นหรือการปรับปรุงเสริมแต่งของเก่า และ
สิ่งเหล่านี้ได้รับการทดลองและพัฒนาจนเป็นที่เชื่อถือได้ ทำให้ระบบบรรลุจุดมุ่งหมายได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ ในการพิจารณาว่าสิ่งใดเป็นนวัตกรรม สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประการ คือ 1) เป็น
สิ่งแปลกใหม่ไปจากเดิม อาจเกิดจากการคิดค้นขึ้นเองหรือจากการดัดแปลงของเดิมหรือปรับปรุง
แต่งของเดิม 2) ได้รับการตรวจสอบหรือทดลองและปรับปรุงพัฒนา 3) นำมาใช้หรือปฏิบัติจริง

ดังนั้น เมื่อสิ่งใดก็ตามที่ถูกพัฒนาขึ้นตามหลักการทั้ง 3 อย่างนี้ เราถือว่าสิ่งนั้นเป็น
นวัตกรรม และเมื่อนวัตกรรมนั้นได้ถูกนำมาใช้จนเคยชินเป็นปรกตินิสัยในวงการณ์นั้น นวัตกรรม
นั้นก็จะกลายเป็นเทคโนโลยี หมุนเวียนกันไป ด้วยเหตุนี้จึงควรนำผลิตรวมทางวิทยาศา
สตร์ (วัสดุ) และผลิตรวมทางวิศวกรรม (อุปกรณ์) โดยยึดหลักทางพฤติกรรมศาสตร์ (วิธีการ)
มาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการศึกษา ซึ่งเรียกว่า เทคโนโลยีการศึกษา

นิพนธ์ สุขปริดี (2533, หน้า 15-17) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมทางการศึกษาว่า
หมายถึง ระบบการศึกษาที่พิสูจน์ได้ว่าดีที่สุดในกาลปัจจุบัน และอยู่ระหว่างการเผยแพร่ให้เป็น
เทคโนโลยีที่แพร่หลาย

ด้วยความสำคัญของเทคโนโลยี จึงได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้แก้ปัญหาทางการศึกษา
ดังที่ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ (2523) สรุปไว้ว่า “ปัญหาการศึกษาในประเทศไทยที่ผ่านมา
ครอบคลุมผู้สำเร็จการศึกษาที่ขาดความเชื่อมั่นและขาดความนับถือตนเอง ไม่เห็นคุณค่าของ
สิ่งแวดล้อมแบบไทย และขาดลักษณะที่พึงประสงค์ ด้วยเหตุนี้จึงควรนำผลิตรวมทางวิทยาศา
สตร์ (วัสดุ) และผลิตรวมทางวิศวกรรม (อุปกรณ์) โดยยึดหลักทางพฤติกรรมศาสตร์ (วิธีการ)
มาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการศึกษา ซึ่งเรียกว่า เทคโนโลยีการศึกษา”

สรุปได้ว่า นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา เป็นการนำเอาความรู้ แนวความคิด และกระบวนการ ตลอดจนเครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ อันเป็นผลผลิตทางวิทยาศาสตร์มาใช้ร่วมกัน อย่างมีระบบ เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาการศึกษาให้ก้าวหน้าต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ได้มีนักการศึกษาให้ความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลกระทบโดยตรงกับการเรียนการสอนอีกส่วนหนึ่งคือ สื่อการสอนหรือวัสดุอุปกรณ์การสอน โดยที่สื่อการสอนก็เป็นเทคโนโลยีทางการสอน (กิดานันท์ มลิทอง, 2543, หน้า 89) อีกทั้ง ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2533, หน้า 90) ได้ให้แนวคิดว่าสื่อการสอน หมายถึงถึงสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้สอนและผู้เรียนนำมาใช้ในระบบการเรียน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามจุดมุ่งหมายของการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ สื่อการเรียนการสอนมีประโยชน์อย่างมากต่อครูผู้สอนและได้สรุปประโยชน์ของการใช้สื่อการเรียนการสอนดังนี้

1. จูงใจให้ผู้เรียนมีความตั้งใจและสนใจเรียนมากขึ้น
2. ให้ประสบการณ์แก่ผู้เรียนอย่างมีความหมาย
3. ก่อให้เกิดเจตคติที่ดีและมีความประทับใจในสิ่งที่เรียน
4. อธิบายเนื้อหาและทักษะกระบวนการต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน
5. เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนมากขึ้น

กระทรวงศึกษาธิการ (2533, หน้า 289-291) ได้อธิบายเกี่ยวกับการใช้สื่อการเรียนการสอนว่าไม่ได้กำหนดแน่นอนลงไปว่าจะต้องเป็นสิ่งที่หนึ่งสิ่งใดเท่านั้น เพราะสิ่งต่าง ๆ เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้แก่ผู้เรียนในเนื้อหาตามแผนการสอน หรือคู่มือครู ซึ่งในคู่มือครูจะมีรายชื่อสื่อที่ต้องนำมาใช้ประกอบการสอนให้เหมาะสม สื่อการเรียนจำแนกได้ดังนี้

1. สื่อการเรียนประเภทวัสดุ หมายถึง สื่อที่เป็นวัสดุสิ้นเปลืองใช้แล้วหมดไป
2. สื่อการเรียนประเภทอุปกรณ์ หมายถึง เครื่องมือสำหรับเสนอวัสดุ เช่น เครื่องฉาย ภาพยนตร์ เครื่องฉายสไลด์ เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เครื่องมือต่าง ๆ ที่คงทน เป็นต้น
3. สื่อการเรียนประเภทวิธีการ เทคนิคในการสอน หมายถึง วิธีการที่ครูนำมาใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอนทั้งในและนอกโรงเรียน หรือวิธีการสอนนั่นเอง วิธีการเป็นสื่อการเรียนที่จะช่วยให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการเรียนอย่างมั่นใจ กระฉับกระเฉง และมีประสบการณ์ตรงจากการได้ลงมือปฏิบัติ

สื่อการสอน เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา นับว่ามีความสำคัญและจำเป็นมากในปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้ช่วยพัฒนาบุคคลให้มีความรู้ มีศักยภาพในการดำรงชีวิต ซึ่งมีวิธีการหลายอย่างที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนและการใช้งาน อาทิ การเรียนการสอนทางไกล การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษา (ปิยนุช คนฉลาด, 2541, หน้า 246) อีกทั้งความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและการสื่อสารดาวเทียม โดยเฉพาะการสื่อสารมวลชนทำให้คนในสังคม

ต่าง ๆ รับทราบข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ (ดวงพร คำณูวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง, 2541, หน้า 61)

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี นับเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ และส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งในที่นี้หมายถึง ความเหมาะสม ความทันสมัย และความเพียงพอของเครื่องมือ อุปกรณ์ นวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่เอื้อประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการประยุกต์ใช้งาน จึงนับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะต้องทำการศึกษาในครั้งนี้

5. ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อาคารสถานที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการบริหารการศึกษา และนำไปสู่ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา

สุปริชา หิรัญโร (2532, หน้า 205) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะที่ดีของสถานศึกษา ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านอาคารสถานที่ว่า สถานศึกษาที่ดีควรจะต้องมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. ความเพียงพอ (adequacy) หมายถึง พื้นที่ มีบริเวณ อาคาร ห้องเรียนและอุปกรณ์ต่างๆ อย่างเพียงพอ
2. ความเหมาะสม (suitability) หมายถึง ความเหมาะสมในการเลือกที่ตั้งของสถานศึกษา ลักษณะของพื้นที่ การจัดห้องต่างๆ เป็นต้น
3. ความปลอดภัย (safety) หมายถึง การป้องกันมิให้เกิดอุบัติเหตุหรืออันตรายต่างๆ
4. สุขลักษณะ (healthfulness) หมายถึง การพิจารณาส่งเสริมในด้านสุขภาพและอนามัยเป็นหลัก
5. ระยะเวลาการติดต่อใช้สอย (accessibility) หมายถึง เส้นทางหรือระยะทางจากบ้าน มาโรงเรียน หรือจากจุดต่างๆ ในบริเวณโรงเรียน
6. การยืดหยุ่นได้ (flexibility) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ผนังกันห้องหรืออุปกรณ์เครื่องใช้ให้ใช้ประโยชน์แก่กิจกรรมหลายๆ อย่าง
7. ประสิทธิภาพ (efficiency) หมายถึง การใช้พื้นที่ อาคาร อุปกรณ์ให้ได้ผลเต็มที่
8. การประหยัด (economy) หมายถึง การวางแผนผังบริเวณออกแบบอาคารให้คุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไป และเสียค่าบำรุงรักษาน้อย
9. การขยายตัว (expansibility) หมายถึง การขยายตัวของบริเวณและอาคาร โดยมีการออกแบบที่เหมาะสม ขยายตัวได้ง่าย และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายน้อย
10. รูปร่าง (appearance) หมายถึง การวางแผนผังบริเวณโรงเรียน อาคาร และการตกแต่งภายในภายนอก ให้เป็นที่ชื่นชมแก่ผู้พบเห็น รวมทั้งการบำรุงรักษาอาคารและสถานที่ให้สวยงามและสะอาดอยู่เสมอ

บาซิล (Basil, 1995 อ้างถึงใน สุเทพ การุณย์ฉัญจนกร, 2539, หน้า 300-303) เห็นว่า องค์ประกอบพื้นฐานของการวางแผนสิ่งอำนวยความสะดวกทางการศึกษานั้น จะประกอบด้วย

1. มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมเพียงพอ โดยมีการวางแผนออกแบบด้วยวิธีการใช้เทคนิควิเคราะห์การใช้งาน
2. มีระบบการควบคุมสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ
3. มีรูปแบบหรือรูปทรงที่เหมาะสมกับการเรียนการสอน
4. มีการจัดบรรยากาศที่เหมาะสม
5. มีความสัมพันธ์อย่างกลมกลืนระหว่างที่ว่างและพื้นที่ใช้สอย

สมศักดิ์ สนิธธุระเวชญ์ (2542, หน้า 174-175) เห็นว่าการมุ่งคุณภาพการศึกษาจะประสบความสำเร็จนั้น โรงเรียนหรือสถานที่สำหรับการศึกษาก็ต้องมีสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ มีบรรยากาศที่เป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงสิ่งแวดล้อมในการทำงานของผู้บริหาร ครู บุคลากร และที่สำคัญคือ ห้องเรียน ซึ่งก่อให้เกิดคุณลักษณะต่อผู้เรียนที่มีการจัดการเรียนรู้ โดยมีเกณฑ์ดังนี้

ห้องเรียนที่มีคุณภาพเปรียบเสมือนเรือนเพาะชำทางปัญญา เป็นแหล่งสร้างสรรค์ทางปัญญา ไม่ใช่กรงขัง หรือเรือนจำทางปัญญา ซึ่งมีได้คิดถึงคุณภาพทางปัญญา การสร้างปัญญาคือการสร้างคนที่มีคุณภาพและช่วยให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้

ห้องเรียนที่มีคุณภาพ เมื่อเข้าไปเรียนแล้วจะเกิดปัญญา เกิดความคิด เรียนแล้วสามารถเข้าใจความเป็นคน เข้าใจโลก เข้าใจตนเอง มีความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตได้

ห้องเรียนต้องสร้างปรัชญาความคิดเชิงบูรณาการให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตจริง ในความเป็นมนุษย์ ต้องกลมกลืนหัวใจผู้เรียนให้ถึงส่วนรวม เสียสละ ทำประโยชน์ให้กับชุมชน สังคม และประเทศชาติ มิใช่มุ่งประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก

ห้องเรียนที่มีคุณภาพต้องพัฒนาผู้เรียนให้รู้วิธีการเรียนรู้ รักการเรียนรู้ ต้องเน้นย้ำทักษะพื้นฐาน ทักษะการคิดระดับสูง และโครงสร้างกระบวนการคิด ความฉลาดทางอารมณ์ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการจัดการ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความรับผิดชอบ การสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง และการทำงานเป็นทีม ฯลฯ

ห้องเรียนที่มีคุณภาพ ต้องมีการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ผู้สอนต้องใช้รูปแบบและยุทธศาสตร์การจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมความก้าวหน้าของผู้เรียน

สรุปได้ว่า อาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งจะต้องมีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสม เพียงพอ มีที่ตั้งและบรรยากาศดี มีความสะดวกในการเดินทางมาศึกษา ทำให้การรับรู้ของบุคคลมีความประทับใจ

6. ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย เป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดโอกาสในการศึกษา เพราะนิสิตนักศึกษาต้องมีค่าใช้จ่ายในการศึกษามากขึ้น ทำให้ต้องสูญเสียรายได้ของตนเองหรือของครอบครัว ดังเช่นการศึกษาของ ผกาทิพย์ กระหม่อมทอง (2522, หน้า 66) ที่พบว่า ครอบครัวที่มีฐานะดีและปานกลางส่วนใหญ่มีความต้องการให้บุตรได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาขึ้นไปมากกว่าครอบครัวที่มีฐานะยากจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ บุญเพ็ง ธาณี (2530, หน้า 85) พบว่าบุตรที่อยู่ในครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง มีโอกาสศึกษาต่อมากกว่าบุตรที่อยู่ในครอบครัวที่มีฐานะยากจน รายได้ต่ำ สำหรับ ไรท์ และบิน (Wright & Bean, 1974, pp. 277-283 อ้างถึงใน ภูมิร อุมลิต, 2544, หน้า 38-39) ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาอิทธิพลของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมในการพยากรณ์ผลการเรียนในมหาวิทยาลัย พบว่า นิสิตที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงสามารถประสบผลสำเร็จการเรียนในมหาวิทยาลัย ได้ดีกว่านิสิตที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ

สรุปได้ว่า ค่าใช้จ่ายเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบำรุงมหาวิทยาลัย ค่าหน่วยกิต ค่าหนังสือและตำราเรียน และค่าใช้จ่ายในกิจกรรมระหว่างศึกษา ควรอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งจะเป็นภาพที่พึงใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัย

7. ปัจจัยด้านนักศึกษา นักศึกษานับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อสถานศึกษา ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายในของสถานศึกษา ที่มีผลต่อการเกิดวิกฤตการณ์ของสถานศึกษาและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาได้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ประจวบ อินอ้อด (2540, หน้า 100) ที่ได้กล่าวว่า วิกฤตการณ์ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้จากปัจจัย 2 ด้าน คือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร

การศึกษาในระดับอุดมศึกษา ถือได้ว่าเป็นการศึกษาระดับสูงสุดของการศึกษา 3 ระดับ คือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา นอกจากนี้ผู้สำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษายังถือว่ามีความรู้ วุฒิภาวะ และประสบการณ์ความรู้พร้อมที่จะประกอบอาชีพในระดับสูงได้ ดังนั้นเป้าหมายที่สำคัญของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยก็คือ การมีงานทำ และการศึกษาต่อ

ตามแนวทางการศึกษานั้นนิสิตนักศึกษาควรจะได้รับพัฒนาอย่างครบถ้วนทั้งสามด้านของการศึกษา คือ พุทธิศึกษา (cognitive domain) ทักษะพิสัย (psychomotor domain) และจิตพิสัยหรือด้านทัศนคติและค่านิยม (affective domain) และสังคมปัจจุบันก็ต้องการบัณฑิตที่มีความสามารถทั้งทางด้านสติปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ การตัดสินใจ แก้ปัญหาได้ ทั้งเป็นผู้ที่มีคุณธรรมจริยธรรม พร้อมจะเป็นแกนนำให้แก่สังคมและมุ่งทำประโยชน์ต่อส่วนรวม

คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2537) ทำการศึกษา ภาวะการมีงานทำและคุณภาพในการทำงานของผู้จบอุดมศึกษา พบว่าการใช้ชีวิตของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยอย่างเหมาะสม โดยการเลือกเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาในขณะที่ทำการศึกษาในระดับปริญญาตรี เช่น กิจกรรมกีฬา กิจกรรมเสริมวิชาการ กิจกรรมบริการชุมชน และกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม จะช่วยให้ นิสิต นักศึกษามีโลกทัศน์กว้าง รู้จักแก้ปัญหา มีระบบในการคิด รู้รับผิดชอบ รู้จักต่อสู้ช่วยตัวเอง รู้จักละเว้นในสิ่งไม่ดี และสามารถใช้ชีวิตทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข รวมทั้งเป็นที่ยอมรับในสังคมอีกด้วย แต่ยังมีนักศึกษาส่วนหนึ่งมีความเชื่อว่าการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาจะทำให้ผลการเรียนตกต่ำ ทั้ง ๆ ที่ความจริงไม่ได้เป็นเช่นนั้น และจากการติดตามผลการทำงานของบัณฑิตยังพบว่า การเคยเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม กิจกรรมกีฬา และกิจกรรมบันเทิง ในขณะที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความก้าวหน้าในการทำงาน และยังพบว่าบัณฑิตที่ได้งานทำในช่วง 6 เดือนแรกหลังจากจบการศึกษามีการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามากกว่ากลุ่มบัณฑิตที่ไม่ได้งานทำ

ไพฑูรย์ อิงคสุวรรณ และคณะ (2535) ได้ทำการประเมินภาพรวมของคุณภาพการทำงาน ของบัณฑิต โดยผู้บังคับบัญชาหรือนายจ้างของบัณฑิต ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

1. สิ่งที่นายจ้างมีความพึงพอใจบัณฑิตในระดับมากคือ ความรู้ความสามารถในวิชาที่สำเร็จการศึกษา ความกระตือรือร้นและความพร้อมที่จะรับงาน ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ความซื่อสัตย์ และความมีวินัย

2. สิ่งที่นายจ้างหรือผู้บังคับบัญชารายงานในคุณลักษณะของบัณฑิตเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย มีดังนี้คือ การมีความรู้ดี รู้รอบและรู้จริง การมีความรับผิดชอบ การมีความขยันและอดทน การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การมีความซื่อสัตย์ และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

อีกทั้งจากข้อมูลการวิจัยสถาบันของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่ได้มีการติดตามผลบัณฑิต รุ่นปีการศึกษา 2539 และ 2540 ในส่วนของคุณภาพบัณฑิตที่ไปปฏิบัติงานตามสถานประกอบการต่าง ๆ ของบัณฑิตรุ่นปีการศึกษา 2539 และ 2540 สถานประกอบการได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบัณฑิต จำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคม ด้านทักษะในการสื่อความหมาย ด้านทักษะในทางวิชาชีพ และทักษะในการจัดการ สถานประกอบการมีความเห็นต่อบัณฑิตทั้งรุ่นปีการศึกษา 2539 และ 2540 ว่ามีความสามารถในการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคม มีทักษะในทางวิชาชีพ และทักษะในการจัดการในระดับดี ส่วนทักษะในการสื่อความหมาย บัณฑิตรุ่นปีการศึกษา 2539 มีความสามารถในระดับปานกลาง แต่บัณฑิตรุ่นปีการศึกษา 2540 มีความสามารถในระดับดี คุณลักษณะเด่นของบัณฑิตที่มีสถานประกอบการประเมิน

ให้ดีมากคือ ความรับผิดชอบต่อน้ำที่ทำงาน และความซื่อตรงต่อน้ำที่ นอกจากนี้ ผู้บังคับบัญชาของบัณฑิต ยังให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำงานด้านการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคม เกี่ยวกับการมีสัมมาคารวะต่อผู้อื่น การรู้จักกาลเทศะ และการรู้จักประมาณว่าอยู่ในระดับดี (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543, หน้า 72)

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านนักเรียนนับเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยนักเรียนจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถในการจัดกิจกรรม มีความรับผิดชอบ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มีสัมมาคารวะ มีความสามารถในการปรับตัวและการทำงานเป็นทีม มีคุณธรรมและจริยธรรม

8. ปัจจัยด้านชุมชน ชุมชนนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อสถานศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความคิดเห็น ความร่วมมือ หรือการให้การสนับสนุนต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานศึกษา

สุริยัน นนทศักดิ์ (2529, หน้า 13) ได้กล่าวว่า ชุมชนโดยทั่วไปมีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ หรือมีเพียงพอต่อการจัดระบบหรือปรับปรุงมาใช้ประโยชน์ บทบาทที่สำคัญของสถานศึกษาต่อชุมชน จึงควรเป็นการสร้างความสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกซึ่งกันและกัน การจัดการเรียนการสอนของสถานศึกษาต้องสอดคล้องกับปัญหาความต้องการของบุคคลในชุมชนและความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไป จุดมุ่งหมายที่สำคัญของสถานศึกษาในการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนใด จึงเป็นการร่วมมือกับชุมชนในการจัดการศึกษาเพื่อชีวิตและสังคมของบุคคลในชุมชนนั้น

เกษม ศิริสัมพันธ์ (2525, หน้า 14-15) ได้ให้ทัศนะต่อการจัดการศึกษาให้มีประสิทธิภาพทั้งปัจจุบันและอนาคต ว่าจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ให้ความสนับสนุน ประคับประคองโดยตลอด และในการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการรับรู้จะต้องกระทำโดยสม่ำเสมอ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้ระบุให้หน่วยงานทางการศึกษาระดับทรัพยากรบุคคลในชุมชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา โดยนำประสบการณ์ ความรอบรู้ ความชำนาญ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของบุคคลมาใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาและยกย่องเชิดชูผู้ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษา อีกทั้งได้ระบุให้บุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กร สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่นมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา

สมศักดิ์ สีนุระเวช (2542, หน้า 168) เห็นว่า การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดระดับความเข้มแข็งของชุมชน เพราะเป็นกลไกหลักซึ่งทำหน้าที่ถ่ายทอด และพัฒนาระบบค่านิยม และกิจกรรมของคนในชุมชน ชุมชนจะดำรงรักษาความเข้มแข็งไว้ได้มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับ

ประสิทธิภาพของกระบวนการศึกษาและเรียนรู้ของบุคคลในชุมชน สถานศึกษาจะต้องพัฒนาบุคคลในชุมชนให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิตเกิดศักยภาพมากขึ้นในการดำรงชีวิต มีทักษะการแก้ไขจัดการปัญหา สามารถพัฒนาตนเองและสังคม

การจัดการศึกษาของสถานศึกษาต้องสอดคล้องกับความต้องการ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน สถานศึกษาต้องทำงานร่วมกับชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน เปิดโอกาสให้บุคคลในชุมชนได้ร่วมคิด ร่วมเสนอแนะ ร่วมตัดสินใจ ร่วมการเลือกสรร และร่วมดำเนินการ โดยที่สถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพนั้น ความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างบ้าน สถานศึกษา และสถานประกอบการควรมีผลในทางบวก

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2542, หน้า 103-104) เห็นว่า การส่งเสริมให้ท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษานั้นเป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยตอบสนองแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทั้งนี้เพราะการนำท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมจัดการศึกษาจะส่งเสริมให้

1. ตัวแทนของท้องถิ่นที่เข้าร่วมจัดการศึกษา จะเริ่มเรียนรู้จัดการมีจิตสำนึกเพื่อส่วนรวมคือท้องถิ่นของตนเอง นอกจากนั้นยังมีผลต่อการจัดหลักสูตร ย่อมมีแนวโน้มที่ประสานการเรียนกับการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นเข้าไว้ด้วยกัน
2. เกิดการสะสมและต่อยอดความรู้ในภูมิปัญญาของท้องถิ่นจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง หรืออาจมีการแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาระหว่างท้องถิ่นที่อยู่ใกล้เคียงกัน
3. การกำหนดหลักสูตรและวิธีการเรียนการสอนต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคคลในท้องถิ่น ช่วยให้ผู้เรียนได้ศึกษาในหลักสูตรที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในบริบทของท้องถิ่นตนเอง เมื่อศึกษาแล้วสามารถนำไปใช้ได้จริง

สรุปได้ว่า ผู้ปกครอง ชุมชน สถานประกอบการ และองค์กรอื่น ๆ มีบทบาทและมีส่วนสำคัญยิ่งในการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ดังนั้นความร่วมมือในการให้การสนับสนุนของผู้ปกครอง ชุมชน สถานประกอบการ และองค์กรอื่น ๆ จะส่งผลต่อการจัดและพัฒนาศึกษาของมหาวิทยาลัยให้มีศักยภาพและคุณภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยนำเข้าของมหาวิทยาลัยกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นส่วนที่สะท้อนภาพรวมของมหาวิทยาลัย โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยจะประเมินจากการดำเนินงานตามภารกิจของมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นเป็นอาจารย์ ผู้บริหาร การบริหารงาน หลักสูตร ผลการปฏิบัติงาน อาคารสถานที่ ชุมชน และคุณภาพของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา เป็นต้น

เซอร์จิโอวานนี และโรเบิร์ต (Sergiovanni & Robert, 1988, p. 103) เห็นว่าในแต่ละองค์การย่อมมีหลักเกณฑ์การประพฤติปฏิบัติที่พึงวัดได้ สังเกตได้ โดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ของการอยู่

ร่วมกัน อันจะเป็นปทัสถานที่จะชี้ชัดว่าพฤติกรรมใดเป็นสิ่งที่ควรกระทำและยอมรับได้ ซึ่งจะทำให้หน่วยงานหรือองค์การประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

กิลเมอร์ (Gilmer, 1967, pp. 380-384 อ้างถึงใน พรทิพย์ สระบงกช, 2544, หน้า 43) ได้สรุปว่า ลักษณะงานหรือประเภทของงานที่ปฏิบัติเป็นองค์ประกอบหนึ่งของผลการปฏิบัติงาน ประเภทของงานที่ปฏิบัติจะส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน จึงกล่าวได้ว่า ผลของการปฏิบัติงานหรือการดำเนินงานที่จะไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ย่อมเป็นผลมาจากการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ ปัจจัย และลักษณะของงานที่ปฏิบัติ

พอร์ทเตอร์ (Porter, 1975, pp. 326-331) ได้เสนอแนวทาง 3 ประการ ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ได้แก่ 1) ใช้เกณฑ์ปรนัยวิเคราะห์ด้วยเหตุผล โดยไม่เอาความรู้สึกเข้าไปเกี่ยวข้อง โดยพิจารณาว่า งานทั้งหมดที่ต้องปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงมีปริมาณและคุณภาพเช่นไร 2) ใช้ดุลยพินิจของผู้บังคับบัญชาประเมินว่า การปฏิบัติงานของแต่ละคนได้รับผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด 3) ให้ผู้ปฏิบัติงานได้ประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยตนเองว่าปริมาณและคุณภาพของงานที่ทำไปแล้วสำเร็จลุล่วงเพียงใด

บลูม (Bloom, 1982, pp. 166-175 อ้างถึงใน วิวัตร พงษ์สุภา, 2544, หน้า 14-15) ได้ศึกษาสภาพการเรียนรู้เพื่อการรอบรู้ (mastery learning condition) ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับองค์ประกอบ หรือ ปัจจัยที่ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้ตรงตามความมุ่งหมายของสถาบันนั้น ๆ หรือผู้เรียนจะต้องใช้องค์ประกอบหรือกลุ่มของตัวแปร 3 กลุ่มคือ

1. พื้นฐานทางความรู้ความคิด หรือพุทธิพิสัย (cognitive entry behavior) ซึ่งมีผลร้อยละ 50 ที่จะต้องนำมาพิจารณาในการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพ
2. ลักษณะพื้นฐานด้านจิตพิสัย (affective entry behavior) มีผลร้อยละ 25 ซึ่งบ่งชี้ถึงผลรวมด้านความสนใจ ความมานะตั้งใจ ความขยัน รวมทั้งเจตคติต่อรายวิชา กิจกรรมการเรียนการสอน ความสนใจและเจตคติต่อโรงเรียนและการเรียนการสอนในระบบโรงเรียน ตลอดจนทั้ง มโนภาพแห่งตนและบุคลิกลักษณะ
3. คุณภาพการเรียนการสอน (quality of instruction) มีผลร้อยละ 25 หมายถึง ประสิทธิภาพ ซึ่งผู้เรียนจะได้รับผลสำเร็จในการเรียนรู้ ได้แก่ การได้รับคำแนะนำ การมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การเสริมแรงจากครู การแก้ไขข้อผิดพลาด และการรู้ผลสะท้อนกลับของการกระทำว่าถูกต้องหรือไม่

สุจินต์ วิสวธีรานนท์ (2526, หน้า 5-13) ได้สรุปองค์ประกอบการสอนที่มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดประสิทธิผลอย่างแท้จริง ประกอบด้วย

1. การรู้จักผู้เรียน เพื่อช่วยให้จัดการเรียนการสอนได้เหมาะสม ผู้สอนควรทำความรู้จักผู้เรียนเกี่ยวกับความต้องการ ความสามารถทางสติปัญญา ความสนใจ ความพร้อมและความแตกต่างระหว่างบุคคล เป็นต้น

2. การวางแผนการสอน ครูควรมีความเข้าใจระบบการเรียนการสอนว่าประกอบด้วย การศึกษาเนื้อหาวิชาที่กำหนดไว้ในหลักสูตร การวินิจฉัยภูมิหลังผู้เรียน การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกิจกรรมการเรียนการสอนและการประเมินผล

3. เทคนิคในการดำเนินการสอน การดำเนินการสอนที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยเทคนิคทักษะและวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ตลอดจนการเลือกใช้สื่อการเรียนการสอนที่เหมาะสม รู้จักใช้จิตวิทยาการเรียนการสอน มีการสร้างบรรยากาศที่ดีในชั้นเรียนประกอบกับการนำแผนการสอนมาใช้อย่างเหมาะสม

4. การปรับปรุงการเรียนการสอน เป็นการแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่องของการเรียนการสอนโดยอาศัยข้อมูลจากการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้การสอนของครูมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. คุณลักษณะของครูที่ดีเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้การสอนของครูมีประสิทธิภาพ ดังนั้นบุคลิกภาพและคุณลักษณะต่าง ๆ ของครูที่แสดงออกมาในขณะที่ทำหน้าที่สอนจึงมีส่วนช่วยส่งเสริมหรืออุดหนุนการเรียนรู้ของเด็ก

กิตติมา ปรีดีดิถ (2532, หน้า 240-254) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมความสัมพันธ์กับชุมชนดังนี้

1. การจัดการข้อมูลที่ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน หมายถึง การจัดการสำรวจและรวบรวมข้อมูล รวมทั้งการศึกษาลักษณะของชุมชนโดยละเอียด ข้อมูลที่จำเป็น เช่น เจตคติของชุมชนที่มีต่อสถาบัน ปัญหาและความต้องการของชุมชน

2. การจัดรูปงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ผู้บริหารควรจัดระเบียบงานให้มีครูหรือเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนโดยเฉพาะ เช่น จัดให้มีคณะทำงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน การจัดกิจกรรมเพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ซึ่งกันและกัน

3. การใช้ทรัพยากรร่วมกับชุมชน ทรัพยากรที่จะนำมาใช้มีอยู่มากมาย เช่น ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรประเภทสถาบันต่าง ๆ และทรัพยากรประเภทวัฒนธรรมพื้นบ้าน

4. การสนับสนุนงานพัฒนาของชุมชน ในการพัฒนาชุมชนนั้น รัฐไม่สามารถจัดหน่วยงานพัฒนาชุมชนให้ครบทุกตำบลหมู่บ้าน สำหรับโรงเรียนซึ่งมีความพร้อมอยู่แล้วทั้งในด้านสถานที่และบุคลากร ควรจะทำหน้าที่สนับสนุน ประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านต่าง ๆ ของชุมชน

ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประกอบด้วยปัจจัย 8 ด้าน คือ 1) ปัจจัยด้าน คณาจารย์ ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ และคุณลักษณะของคณาจารย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการสอน การวิจัย และบริการวิชาการ มีคุณวุฒิสูง มีคุณธรรม และจริยธรรม 2) ปัจจัยด้านผู้บริหาร ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ และคุณลักษณะของผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการ มีภาวะผู้นำ มีมนุษยสัมพันธ์ มีวิสัยทัศน์ มีคุณธรรมและจริยธรรม 3) ปัจจัยด้านหลักสูตร ได้แก่ การจัดมวลง ประสพการณ์ในการเรียน เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ เกิดทักษะ และเจตคติที่ดีในการดำรงชีวิต โครงสร้างของหลักสูตรมีความยืดหยุ่น เหมาะสม เอื้อต่อการเรียนรู้ มีระบบสหกิจศึกษา และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียน ตลาดแรงงาน และประเทศ 4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ได้แก่ ความเหมาะสม ความทันสมัย และความเพียงพอของเครื่องมือ อุปกรณ์ นวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่เอื้อประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการประยุกต์ใช้งานของนักศึกษาและคณาจารย์ เช่น ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เครื่องมือวิทยาศาสตร์ ระบบสื่อสารสองทางผ่านดาวเทียม 5) ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ความเหมาะสมและความเพียงพอของอาคาร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้สำหรับการเรียนการสอนตามเกณฑ์ของทบวงมหาวิทยาลัย มีที่จัดและบรรยากาสดิ และมีความสะดวกในการเดินทางมาศึกษา 6) ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายทั้งค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบำรุงมหาวิทยาลัย ค่าหน่วยกิต ค่าหนังสือ และตำราเรียน และค่าใช้จ่ายในกิจกรรมระหว่างศึกษา 7) ปัจจัยด้านนักศึกษา ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ และคุณลักษณะของนักศึกษา เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถในการจัดกิจกรรม มีความรับผิดชอบ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มีสัมมาคารวะ มีความสามารถในการปรับตัวและการทำงานเป็นทีม มีคุณธรรมและจริยธรรม และ 8) ปัจจัยด้านชุมชน ได้แก่ ความร่วมมือของ ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการ และชุมชน ที่มีศักยภาพในการสนับสนุนการจัดและพัฒนาศึกษาของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากผลงานวิจัยที่ใกล้เคียงในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

งานวิจัยในประเทศ

ไพบุลย์ไพระหง (2533) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ได้แก่ จังหวัด

ละเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง ตามคุณลักษณะ 7 ด้าน คือ ด้านการเป็นผู้นำ ด้านบุคลิกภาพ ด้านคุณธรรมและจรรยาครู ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ด้านการปฏิบัติงาน ด้านอุปนิสัยและความประพฤติ และด้านการทำงานนอกเวลา โดยศึกษาจากกลุ่มครู นักเรียน และประชาชน ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาพลักษณ์ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตจังหวัดละเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง ตามความรู้สึกของครู เป็นภาพลักษณ์ที่ดี โดยเรียงลำดับดังนี้คือ การปฏิบัติงาน บุคลิกภาพ คุณธรรมและจรรยาครู การทำงานนอกเวลา อุปนิสัยและความประพฤติ ความสัมพันธ์กับชุมชน และการเป็นผู้นำ
 2. ภาพลักษณ์ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตจังหวัดละเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง ตามความรู้สึกของนักเรียน เป็นภาพลักษณ์ที่ดี โดยเรียงลำดับดังนี้คือ การปฏิบัติงาน คุณธรรมและจรรยาครู การเป็นผู้นำ ความสัมพันธ์กับชุมชน การทำงานนอกเวลา อุปนิสัยและความประพฤติ และบุคลิกภาพ
 3. ภาพลักษณ์ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตจังหวัดละเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง ตามความรู้สึกของประชาชน เป็นภาพลักษณ์ที่ดี โดยเรียงลำดับดังนี้คือ การปฏิบัติงาน การทำงานนอกเวลา บุคลิกภาพ ความสัมพันธ์กับชุมชน อุปนิสัยและความประพฤติ คุณธรรมและจรรยาครู และการเป็นผู้นำ
- จิราภรณ์ สีขาว (2536) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา ตามการรับรู้ของผู้บริหารการศึกษาระดับสูง พบว่า มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาโดยรวมทุกด้านคือ ตัวสถาบัน วิทยากร การบริหาร การให้บริการ อยู่ในระดับค่อนข้างบวก ยกเว้นความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการบริหารในเรื่องการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการเรื่องอาหารอยู่ในระดับปานกลาง
- บุญลอย ปานมณี (2538) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของกระทรวงศึกษาธิการในทัศนะของนักการเมือง ใน 3 ด้าน คือ ด้านบุคลากรทางการศึกษา ด้านการจัดการศึกษา และด้านการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและการเมือง ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของกระทรวงศึกษาธิการในทัศนะของนักการเมือง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านบุคลากรทางการศึกษา ด้านการจัดการศึกษา และด้านการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและการเมือง สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า ประสิทธิภาพในการได้รับการเลือกตั้งให้เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีความสัมพันธ์กับทัศนะต่อกระทรวงศึกษาธิการในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ การปรับปรุงภาพลักษณ์ และการสร้างภาพลักษณ์ใหม่

เสาวณีย์ ตำราญสุข (2538) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาระดับปริญญาตรีของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า มีปัจจัย 9 ด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ด้านส่วนตัว ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสถาบัน ด้านสวัสดิการสำหรับนิสิต ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านความสะดวกในการเดินทาง ปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้งเก้าด้าน ด้านที่มีผลต่อการเลือกศึกษาอยู่ในระดับมากมีจำนวนสี่ด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสังคม และด้านส่วนตัว นอกนั้นเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอยู่ในระดับปานกลาง

สุนันท์ แก้วมณี (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ เขตการศึกษา 1 แบ่งเป็น 2 ประการคือ 1) ภาพลักษณ์สถาบัน ศึกษา 3 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธา 2) ภาพลักษณ์ครู ศึกษา 3 ด้าน ได้แก่ บุคลิกภาพ คุณธรรมจริยธรรม และการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านความเชื่อถือ มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เช่น โรงเรียนขยายโอกาสเป็นทางเลือกที่ดีของนักเรียน มีครูที่มีความรู้ความสามารถน่าเชื่อถือ โรงเรียนจัดการศึกษาให้นักเรียนมีระเบียบวินัย โรงเรียนมีความพร้อมทั้งบุคลากรและทรัพยากรอื่น ๆ
2. ด้านการยอมรับ มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เช่น โรงเรียนมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน นักเรียนสามารถเรียนต่อชั้นสูงขึ้นได้ตามต้องการ นักเรียนมีความสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้เทียบเท่านักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีสภาพใกล้เคียงกัน โรงเรียนเป็นสถาบันที่เป็นแบบอย่างที่ดีของสถาบันอื่น นักเรียนได้รับการยอมรับจากแหล่งประกอบการ
3. ด้านความศรัทธา มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เช่น โรงเรียนเป็นสถาบันการศึกษาที่ชุมชนต้องการ มีความเต็มใจที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาโรงเรียน โรงเรียนเป็นแหล่งความรู้ของชุมชน โรงเรียนได้รับการยกย่องจากชุมชน ท่านภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียน
4. ด้านบุคลิกภาพ มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เช่น มีมนุษยสัมพันธ์ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีลักษณะเป็นผู้นำ ไม่ถือตนว่ามีความรู้เหนือผู้อื่น มีอัธยาศัยไมตรีดี พุดจาสุภาพถ้อยคำชัดเจน มีอารมณ์มั่นคง
5. ด้านคุณธรรมจริยธรรม มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เช่น มีความซื่อสัตย์ สุจริต รักษาชื่อเสียงและเกียรติยศของครู ให้เกียรติผู้อื่นเสมอ มีความประพฤติเรียบร้อย ยึดมั่นในศีลธรรมอันดี มีความจริงใจต่อทุกคน รักษาความลับของศิษย์เสมอ

6. ด้านการปฏิบัติงาน มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เช่น ตั้งใจอบรมสั่งสอนนักเรียน มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ ส่งเสริมให้นักเรียนขี้อู้ดมั่นในการปกครองระบอบประชาธิปไตย สามารถสร้างนิสัยที่ดีในการเรียนแก่นักเรียน ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมเสมอ

ร่ำไพ เลี้ยงจันทร (2541) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของครูและนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตการศึกษา 12 ใน 3 ด้านคือ ความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธา ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านความเชื่อถือ มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เกี่ยวกับอาคารเรียนมีความเหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอน สามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ทักษะในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี และสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานเป็นอันดับสุดท้าย
2. ด้านการยอมรับ มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการศึกษาที่เอื้อเพื่อต่อสภาพแวดล้อมในเขตพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้สึกภาคภูมิใจในสถาบัน และการบริการเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่ผู้ที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยเป็นอันดับสุดท้าย
3. ด้านความศรัทธา มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เกี่ยวกับผู้ที่สำเร็จการศึกษาได้รับเกียรติ ความเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับในวงการการศึกษา ผู้ที่เข้ามาศึกษาความรู้สึกภาคภูมิใจและประทับใจที่ได้เข้ามาศึกษาต่อ และเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการเป็นอันดับสุดท้าย

มะลิวัลย์ ศิริวรรณ (2542) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และการให้บริการแก่ชุมชนของ โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 โดยศึกษาภาพลักษณ์ใน 3 ด้านคือ ด้านระบบการบริหารงาน ด้านบุคลากร และด้านนักเรียนและศิษย์เก่าของโรงเรียน และศึกษาการให้บริการแก่ชุมชนใน 4 ด้านคือ ด้านการจัดการศึกษาสายสามัญ ด้านการส่งเสริมอาชีพและหารายได้พิเศษ ด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยแก่ประชาชน และด้านสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาพลักษณ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ โดยจำแนกตามสถานภาพพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน
2. การให้บริการแก่ชุมชนของโรงเรียนมัธยมศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อเปรียบเทียบการให้บริการแก่ชุมชน โดยจำแนกตามสถานภาพพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน
3. ภาพลักษณ์และการให้บริการแก่ชุมชนของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

วรวิทย์ เกตุบรรลุ (2543) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมที่สัมพันธ์กับคุณภาพการบริหารงานวิชาการของวิทยาลัยเทคนิค สังกัดกรมอาชีวศึกษา เขตการศึกษา 12 โดยสอบถามผู้บริหาร และครูผู้สอน ได้ศึกษาปัจจัยแวดล้อมใน 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้บริหาร ปัจจัยด้านครูผู้สอน ปัจจัยด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านชุมชน ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยแวดล้อมการบริหารงานวิชาการของวิทยาลัยเทคนิคในแต่ละด้านและโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยแวดล้อมการบริหารงานวิชาการของวิทยาลัยเทคนิค จำแนกตามที่ตั้งของวิทยาลัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. คุณภาพการบริหารงานวิชาการของวิทยาลัยเทคนิคแต่ละด้านและโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามที่ตั้งของวิทยาลัยพบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ปัจจัยแวดล้อมการบริหารงานวิชาการ โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริหารงานวิชาการในแต่ละด้านและโดยรวม

4. ปัจจัยแวดล้อมการบริหารงานวิชาการด้านครูผู้สอน ด้านชุมชน และด้านผู้บริหารสามารถพยากรณ์คุณภาพการบริหารงานวิชาการของวิทยาลัยเทคนิค โดยมีค่าอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 55.3 ดังสมการพยากรณ์คุณภาพการบริหารงานวิชาการของวิทยาลัยเทคนิคในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้ $\hat{Y} = .945 + .358 (\text{ด้านครูผู้สอน}) + .195 (\text{ด้านผู้บริหาร}) + .163 (\text{ด้านชุมชน})$

จำลอง สีฟอง (2544) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิรูปการเรียนรู้ของโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดเลย โดยสอบถามผู้บริหารและครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา ผลการวิจัยพบว่า โรงเรียนมัศึกษาดำเนินการปฏิรูปการเรียนรู้ในด้านเตรียมการและการดำเนินการอยู่ในระดับมาก ส่วนการประเมินผลมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิรูปการเรียนรู้ ประกอบด้วย ด้านหลักสูตร ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ และด้านการสนับสนุน สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้ $\hat{Y} = 1.075 + 0.294 (\text{หลักสูตร}) + 0.189 (\text{การบริหารจัดการ}) + 0.138 (\text{การจัดกระบวนการเรียนรู้}) + 0.09854 (\text{การสนับสนุน})$

ทัศนีย์ สุภวัชร (2544) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์โรงพยาบาลกองทัพบก ตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพตามทฤษฎีการพยาบาลของนิวแมนพบว่า มีปัจจัย 2 ด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์โรงพยาบาลกองทัพบก ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านองค์การ ได้แก่ พัฒนาการของโรงพยาบาล บรรยากาศองค์การ พฤติกรรมการดูแลของผู้บริหาร และการสนับสนุนด้านกายภาพ 2) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ นโยบายภายในโรงพยาบาลกองทัพบก นโยบายระหว่างโรงพยาบาลกองทัพบก และนโยบายระหว่างโรงพยาบาลกองทัพบกกับโรงพยาบาลภายนอก และสิ่งที่ทำนวยภาพลักษณ์โรงพยาบาลกองทัพบกได้ดีที่สุด

ได้แก่ บรรยายาสองค์การ การสนับสนุนด้านกายภาพ พัฒนาการของโรงพยาบาล และนโยบายระหว่างโรงพยาบาลกองทัพบก

พรทิพย์ สระบงกช (2544) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า มีปัจจัย 6 ด้าน คือ ปัจจัยด้านครู ปัจจัยด้านผู้บริหาร ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านทรัพยากร ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านชุมชน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และพบว่าปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านผู้บริหาร และปัจจัยด้านทรัพยากร เป็นตัวพยากรณ์คุณภาพการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาได้ดีที่สุด

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ (2545) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี : ศึกษาเฉพาะกรณี 19 โรงเรียนในชุมชน โดยศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สายวิทย์-คณิต จาก 19 โรงเรียนในชุมชนใกล้เคียง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปในระดับปานกลาง สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุดคือ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อนิตยสาร และสื่อวิทยุกระจายเสียง และกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีในระดับน้อย สำหรับภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์การอยู่ในระดับดีทั้ง 5 ด้าน ตามคำประกาศวิสัยทัศน์ 5 ข้อ ได้แก่ 1) มุ่งมั่นเป็นมหาวิทยาลัยที่ใฝ่เรียนรู้ 2) มุ่งสู่ความเป็นเลิศในเทคโนโลยีและการวิจัย 3) มุ่งสร้างปณิธานในการสร้างบัณฑิตที่เก่งและดี 4) มุ่งสร้างชื่อเสียงและเกียรติภูมิให้เป็นที่ภูมิใจของประชาคม 5) มุ่งก้าวไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำในระดับโลก ทั้งนี้พบว่า ภาพลักษณ์ด้านที่มีความโดดเด่นมากที่สุดคือ มุ่งมั่นเป็นมหาวิทยาลัยที่ใฝ่เรียนรู้

ดวงสมร กลิ่นเจริญ (2545) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา โดยสอบถามผู้บริหารและครูในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ทุกเขตการศึกษาและกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา มีประสิทธิภาพการจัดการศึกษาอยู่ในระดับสูง
2. ตัวแปรบรรยากาศโรงเรียนในปัจจัยด้านโรงเรียน ตัวแปรความคิดสร้างสรรค์และตัวแปรพฤติกรรมการบริหารในปัจจัยด้านผู้บริหาร ตัวแปรความพึงพอใจในการทำงานของครูในปัจจัยด้านครู มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา และตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา คือ ตัวแปร

พฤติกรรม การบริหาร และตัวแปรความคิดสร้างสรรค์ โดยสามารถทำนายประสิทธิผลของโรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษาได้ 62 เปอร์เซ็นต์

3. รูปแบบการพัฒนาผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประกอบด้วยหลักสูตรการฝึกอบรม การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหาร

งานวิจัยต่างประเทศ

เฮลด์ และมัวร์ (Heald & Moore, 1968, p. 142) ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงคุณสมบัติของบุคคลที่จะมีอาชีพครูว่า ต้องมีลักษณะทางกายและทางใจต่างจากอาชีพอื่น ๆ คือ

1. จะต้องมีความวิจรรณญาณ
2. จะต้องมีความมนุษยสัมพันธ์อันดี
3. จะต้องมีความเมตตาและป้องกันคนอื่น
4. จะต้องมีความละเอียดปราณีต
5. จะต้องมองโลกในแง่ดี
6. มีอารมณ์คงที่
7. หลีกเลี่ยงการวิจารณ์ผู้อื่น

กอร์ดอน (Gordon, 1971, pp. 60-61 อ้างถึงใน วิไลลักษณ์ ราษฎร์น้อย, 2543, หน้า 77)

ได้กล่าวถึงการวิจัยในสหรัฐอเมริกา เพื่อวัดความสามารถในการปฏิบัติงานของครูที่สอนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยสภาการศึกษาของรัฐฟลอริดา เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางปรับปรุงคุณภาพครูใน 3 ด้านดังนี้

1. ด้านบุคลิกภาพ คือ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความมั่นคงทางอารมณ์พร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง รักเด็ก ยอมรับในเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล มีจิตใจเป็นนักประชาธิปไตย รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีมนุษยสัมพันธ์และอุทิศตนเพื่อการเรียนของเด็กทั้งในและนอกเวลาเรียน

2. ด้านความรู้ความเข้าใจ คือ มีความรู้เกี่ยวกับพัฒนาการทางกายและสมอง มีความเข้าใจในกระบวนการเรียนการสอน เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้ กระบวนการทำงานของกลุ่ม เข้าใจในการจัดการศึกษาของชาติ

3. ทักษะด้านการสอน ได้แก่ มีทักษะในการสอน ฟัง พูด อ่าน เขียน และใช้สื่อทัศนอุปกรณ์ มีเทคนิคในการแก้ปัญหา ใช้จุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรม และใช้แหล่งวิทยาการให้เป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอน มีการประสานงานกับครูคนอื่น ๆ

ลีวิส และแอน (Lewis & Anne, 1990, p. 234 อ้างถึงใน จิราภรณ์ สีขาว, 2536, หน้า 60) ได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์สถาบัน เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีสถาบันการศึกษาระดับสูงที่

มหาวิทยาลัยจอร์จทาวน์ (George Mason University (GMU)) ผลการวิจัยพบว่า ในระยะ 20 ปีที่ผ่านมาคุณภาพลักษณะของสถาบันการศึกษาระดับสูงกลายเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าการแข่งขันระหว่างวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยสำหรับนักเรียน

มเยอร์ส (Myers, 1991, p. 178 อ้างถึงใน มะลิวัลย์ ศิริวรรณ, 2542, หน้า 65) ได้ศึกษาหลักการจับภาพลักษณะของวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยผู้บริหาร เนื่องจากสถาบันการศึกษาระดับสูงโดยวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยลดขนาดลง ขณะเดียวกันการมีภาพลักษณ์เป็นยุทธวิธีการตลาดสำหรับสถาบันที่ต้องการความเจริญก้าวหน้า ผลการศึกษาพบว่ายังหาข้อสรุปไม่ได้ การออกแบบและการจัดการที่ส่งเสริมการศึกษาในระดับสูงควรจะมีพื้นฐานอยู่กับขอบเขตทฤษฎี ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ทำให้แก่สถาบันการศึกษายังคงใช้หลักการแนะนำผู้บริหารของวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย

แครอล (Carroll, 1994) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินงานและปัญหาอุปสรรคในการใช้การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรในสถาบันอุดมศึกษา ผลการวิจัยสรุปปัญหาได้ว่าแรงกดดันจากภายนอกสถาบันทำให้ต้องริเริ่มพัฒนาคุณภาพ อุปสรรคสำคัญคือ คณาจารย์ไม่เข้าใจว่าการบริหารแบบมุ่งคุณภาพทั้งองค์กรคืออะไร ผู้บริหารระดับสูงยังไม่ให้ความสนใจอย่างจริงจัง คณะวิชาที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กรที่ได้นำการบริหารแบบมุ่งคุณภาพทั้งองค์กรมาใช้มีน้อย การดำเนินงานตามปรัชญาการบริหารแบบมุ่งคุณภาพทั้งองค์กร พบว่า ได้จัดกิจกรรมหลายอย่างเพื่อพัฒนาคุณภาพและมีความต้องการทรัพยากรเพิ่มเติม รวมทั้งมีความต้องการฝึกอบรมบุคลากร

ฟอร์ทอฟ (Fjortoft, 1993, p. 26 อ้างถึงใน ปรียาภรณ์ อัครดำรงชัย, 2541, หน้า 50) ได้สรุปผลของการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่เป็นตัวทำนายถึงความผูกพันต่อคณะในมหาวิทยาลัย ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ตำแหน่ง ความพึงพอใจต่อเงินเดือน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ชื่อเสียงของสถาบัน นโยบายของสถาบัน การมีส่วนร่วมในที่ประชุม และการรับรู้ถึงรูปแบบการบริหาร ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อเงินเดือน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ไม่สามารถทำนายความผูกพันกับคณะได้ แต่สามารถทำนายถึงความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังพบอีกว่า ผู้สอนที่มีตำแหน่งสูงจะมีความผูกพันต่อสถาบันมากกว่าผู้สอนที่มีตำแหน่งต่ำกว่า การรับรู้ถึงรูปแบบการบริหารและการมีส่วนร่วมในที่ประชุม สามารถใช้เป็นตัวทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้เช่นกัน อีกทั้งพบว่า หากต้องการเพิ่มความผูกพันต่อคณะและสถาบัน ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยจะต้องพยายามให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องนโยบายของมหาวิทยาลัย

สรุปได้ว่าการศึกษานี้เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2541) แนวคิดของ เกรกอรีและวิชแมน (Gregory & Wiechmann, 1991) และผลงานวิจัยของ พรทิพย์ สระบงกช (2544) มาสังเคราะห์เพื่อกำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ใน 8 ด้าน คือ ปัจจัยด้านคณาจารย์ ปัจจัยด้านผู้บริหาร ปัจจัย

ด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ปัจจัยด้านนักศึกษาและปัจจัยด้านชุมชน และนำการดำเนินงานตามภารกิจหลัก 5 ด้านของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มากำหนดกรอบภาพลักษณ์ ได้แก่ การเรียนการสอน การวิจัย การปรับเปลี่ยนถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี การบริการวิชาการแก่สังคม และการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University