

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน

ประภารัตน์ อุ่อรุณ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต

สาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคม

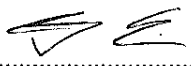
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

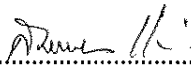
กรกฎาคม 2561

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา


คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ ประภรณ์ อุ่อรุณ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคมของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้


คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

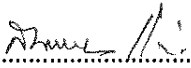

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์ชลิ มาพูนท)



..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย แจ่มกระจ่าง)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

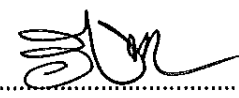

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ชารี มณีศรี)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์ชลิ มาพูนท)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย แจ่มกระจ่าง)


..... กรรมการ
(ดร.พัคตร์วิภา โพธิ์ศรี)

คณะศึกษาศาสตร์อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคม ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต สุรัตน์เรืองชัย)

วันที่ ...24... เดือน ...กุมภาพันธ์... พ.ศ. 2561

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์ชลิ มาพุทท อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย แจ่มกระจ่าง อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งกรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทาง แก้ไข และคอยเอาใจใส่ติดตามความก้าวหน้าตลอดเวลา และติดตามเป็นระยะ ๆ ในการศึกษาวิจัย จนสามารถดำเนินการวิจัยได้สำเร็จลุล่วง ทั้งนี้ด้วยความเมตตาเสมอมา ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้อำนวยการของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ที่ให้อนุญาตกับผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ โรงเรียน และผู้ปกครอง โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ขอขอบคุณศิษย์เก่าและนักเรียนที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งจนทำให้ข้าพเจ้าได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพในการศึกษาวิจัย เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ทุกท่านกรุณาตอบคำถามนั้น นำไปปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการจัดการศึกษาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับโรงเรียนได้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณกัลยาณมิตร ที่ช่วยเป็นกำลังใจ คอยช่วยเหลือ แนะนำ ให้คำปรึกษาและติดตามงานให้ผู้วิจัยได้เกิดความรู้และความเข้าใจในงานมากยิ่งขึ้น

และขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัวของผู้วิจัย ที่ให้เวลาในการได้ศึกษา คอยให้กำลังใจ และอยู่เคียงข้างอย่างเข้าใจ ตลอดจนเพื่อน ๆ ที่คอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ จนทำให้ผู้วิจัยสามารถประสบความสำเร็จดังตั้งใจได้

ประกาศิตน์ อู่อรุณ

55920464: สาขาวิชา: การศึกษาและการพัฒนาสังคม; กศ.ม. (การศึกษาและการพัฒนาสังคม)

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์/ การรับรู้/ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

ประการัตน์ อู่อรุณ: ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน (THE IMAGE AS PERCEPTION BY PARENTS OF ASSUMPTION COLLEGE SRIRACHA SCHOOL) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: จันทร์ชลณี มาพุทท, ค.ศ., สมหมาย แจ่มกระจ่าง, Ph.D. 102 หน้า. ปี พ.ศ. 2561.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพ และวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน และศึกษาแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตอนที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และสถิติเปรียบเทียบ F (F-test) ตอนที่ 2 สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน เลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้ แบบสัมภาษณ์ (Interview) ลักษณะกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ผลการวิจัย พบว่า

1. ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความศรัทธา และด้านการยอมรับ การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนพบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียนโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

2. แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ควรมีการพัฒนาโรงเรียนใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้เรียน ด้านผู้สอน ด้านหลักสูตร ด้านการบริหารจัดการ และการประชาสัมพันธ์

55920464: MAJOR: EDUCATION AND SOCIAL DEVELOPMENT; M.Ed.
(EDUCATION AND SOCIAL DEVELOPMENT)

KEYWORDS: IMAGE/ PERCEPTION/ ASSUMPTION COLLEGE SRIRACHA SCHOOL
PRAPARAT U-ARON: THE IMAGE AS PERCEPTION BY PARENTS OF
ASSUMPTION COLLEGE SRIRACHA SCHOOL. ADVISORY COMMITTEE:
CHANCHALEE MAPUDH, Ph.D., SOMMAI JAMKRAJANG, Ph.D. 102 P. 2018.

This research aimed to study; 1) the image of Assumption College School according to student's parents perception, 2) guideline to develop the image of Assumption College School. The sample for phase1 consisted of 400 parents derived by stratified random sampling. The instrument used was for questionnaire. Statistics used for the data analysis consisted of percentile, mean, standard deviation and F-test. The sample for phase2 consisted of 12 parents who were select purposively. The instrument used was semi-structure interview. The data were analyzed by content analysis.

The research findings were as follows:

1. The overall the image of Assumption College Sriracha School by parents' perception was ranked at high level. The first three ranking were; Reliability Acceptance and Appreciation. The comparison of the image of Assumption College Sriracha School by parents' perception classified according to level of students' class, was found significant at .05 level.
2. The guidelines to develop the image of Assumption College Sriracha School was that school should develop and improve in 5 areas they were; Student, Teacher, Curriculum, Management and Public relations.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	น
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
คำถามของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ประวัติความเป็นมาของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา.....	9
โครงสร้างการบริหาร โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์และทฤษฎีสัญลักษณ์	21
ทฤษฎีการรับรู้.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
ตอนที่ 1 ศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา	
ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง	44
ตอนที่ 2 ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา.....	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	74
สรุปผลการวิจัย.....	74
อภิปรายผล.....	77
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	81
ข้อเสนอในการทำวิจัยในครั้งต่อไป.....	82
บรรณานุกรม.....	83
ภาคผนวก.....	87
ภาคผนวก ก.....	88
ภาคผนวก ข.....	90
ภาคผนวก ค.....	92
ภาคผนวก ง.....	94
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	102

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปกครองนักเรียน.....	45
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครอง.....	50
3 คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา โดยรวมและรายด้าน.....	51
4 คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมและรายข้อ.....	52
5 คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ด้านการยอมรับ โดยรวมและรายข้อ.....	53
6 คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ด้านความศรัทธาโดยรวมและรายข้อ.....	55
7 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง นักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน.....	56
8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน.....	57
9 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวมจำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน เป็นรายคู่.....	58
10 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความเชื่อถือ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน เป็นรายคู่.....	58
11 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านการยอมรับ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน เป็นรายคู่.....	59
12 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความศรัทธา จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน เป็นรายคู่.....	60
13 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง นักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน.....	60
14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา	

ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน..... 61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน เป็นรายคู่.....	62
16 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง นักเรียน จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน.....	63
17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน.....	64
18 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวม จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน เป็นรายคู่.....	65
19 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน เป็นรายคู่.....	65
20 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านการยอมรับ จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน เป็นรายคู่.....	66

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 โครงสร้างการบริหารงานโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ปีการศึกษา 2560.....	11

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยอยู่ในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี พลังงาน และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงมากขึ้นกว่าช่วงที่ผ่านมา เช่น การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมโลก จากการปฏิวัติดิจิทัล (Digital revolution) 4.0 โครงสร้างของประชากรเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ วาระการพัฒนาของโลกภายหลัง ค.ศ. 2015 มุ่งพัฒนาระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ มีความเท่าเทียมทางเพศ ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ แบบยั่งยืน การบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐมุ่งจัดการทุจริต คอร์รัปชัน ด้วยหลักธรรมาภิบาล ดังนั้น สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการในช่วงปี พ.ศ. 2560-2564 ต้องมีการปรับปรุง และพัฒนาอย่างก้าวกระโดด เพื่อเป็นหน่วยงานที่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ผู้เรียนได้รับโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และมีคุณธรรม จริยธรรม ความเป็นพลเมืองพลโลก โดยทุกภาคส่วน สังคมมีส่วนร่วมรับผิดชอบผลลัพธ์การพัฒนาศักยภาพผู้เรียนด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพในการบริหาร การบริการและการเรียนรู้ และคุณภาพมาตรฐานของข้าราชการ ครู และบุคลากรทางการศึกษาที่สอดคล้องกับสมรรถนะวิชาชีพและผลสัมฤทธิ์ ความก้าวหน้าของผู้เรียน โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางการขับเคลื่อนที่สำคัญ เหตุผลและความจำเป็นตามที่สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ได้จัดทำแผนพัฒนาการศึกษาชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) นี้ โดยยึดกรอบแนวคิด และหลักการวางแผนที่น้อมนำและประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม และการพัฒนา ยึดหลักสมดุล ยั่งยืน ส่วนวิสัยทัศน์ในแผนพัฒนาการศึกษาชาติ ฉบับที่ 12 ยึดวิสัยทัศน์ ระยะเวลาในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยมีเป้าหมายที่สำคัญประการหนึ่ง คือ คนไทยมีลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์ มีวินัย มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม มีความเป็นพลเมืองดี มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์ มีความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม มีสุขภาพกายและใจที่ดี มีความเจริญงอกงามทางจิตวิญญาณ มีวิถีชีวิตที่พอเพียง และมีความเป็นไทย และได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ เพื่อปรับเปลี่ยนให้คนในสังคมไทย มีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ดีทางสังคม และเตรียมคนให้มีทักษะการดำรงชีวิตในโลกศตวรรษที่ 21 ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการได้เชื่อมโยงแผนพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) กับภารกิจด้านการศึกษาที่เกี่ยวข้อง มาจัดทำแผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เพื่อเป็นกรอบ และแนวทางการพัฒนาการศึกษาต่อไป (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2559, หน้า 10)

ปัญหาคุณภาพการศึกษาไทย การศึกษา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ดำเนินการปฏิรูปหลายด้าน ได้แก่ การพัฒนาหลักสูตร การปรับเปลี่ยนกระบวนการเรียนการสอนเป็นการจัดกระบวนการ เรียนรู้แบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การลงทุนด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีทางการศึกษาเพิ่มขึ้น การพัฒนาความรู้ความสามารถแก่บุคลากรครู คุณภาพการศึกษาในทุกมิติ ประกอบด้วยการบริหาร การศึกษา การเรียนการสอน คุณธรรมจริยธรรม ความรู้ความสามารถทางวิชาการของผู้เรียน ตลอดจนความสามารถพื้นฐาน ปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าว สอดคล้องกับการจัดอันดับความสามารถ การแข่งขันของสถานศึกษา ปัญหาการศึกษาไทยจึงไม่ใช่การขาดทรัพยากร แต่เป็นการขาด ประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร อันเนื่องมาจากการรับผิชอบของระบบการศึกษาของนักเรียน และผู้ปกครอง การปฏิรูปคุณภาพการศึกษาจึงต้องมุ่งไปที่การสร้างการรับผิชอบ ของผู้จัดการ ศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552, หน้า 2)

จากอดีตถึงปัจจุบัน การจัดการศึกษาตั้งแต่ปฐมวัยถึงอุดมศึกษาต่างมีสถานศึกษา ของรัฐและเอกชนเดินเคียงคู่มาด้วยกันอย่างต่อเนื่อง สถานศึกษาที่มีความสำคัญ และมีบทบาท ในการกำหนดทิศทางอนาคตของเด็ก และเยาวชน ซึ่งผู้ปกครองมอบความไว้วางใจ ให้ทำหน้าที่ ในการอบรม บ่มนิสัย และติดอาวุธทางปัญญา โดยเฉพาะในระดับการศึกษายกระดับพื้นฐานส่วนใหญ่ จะตกอยู่ในความรับผิดชอบของโรงเรียนรัฐ และเอกชน สำหรับโรงเรียนเอกชนในประเทศไทยนั้น ถือได้ว่ามีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาการศึกษาของชาติไม่น้อยไปกว่าโรงเรียน ของ ภาครัฐ โรงเรียนเอกชนบริหารจัดการภายใต้พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 แก้ไข เพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2554 โดยมีสถานศึกษากระจายเพื่อจัดการศึกษาในระดับต่าง ๆ อยู่ ทั่วประเทศ ในอดีตโรงเรียนเอกชนจำนวนมาก ได้เข้ามาจัดการศึกษาเพื่อแบ่งเบาภาระของรัฐ และ ต่างได้รับความนิยมนิยมจากสังคม เพราะเชื่อมั่นและศรัทธาต่อกระบวนการบริหารจัดการ โดยเฉพาะ การเน้นด้านคุณภาพ เพื่อต่อ ยอดให้เด็กและเยาวชนมีความเป็นเลิศ แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงของ สังคมไทยและสังคมโลก โดยเฉพาะนโยบายของรัฐที่หันมาให้การสนับสนุนกิจการโรงเรียนของ รัฐมากกว่าโรงเรียนเอกชน ด้วยความมิติต่าง ๆ จึงก่อให้เกิดค่านิยม และความเชื่อมั่นที่มีต่อ โรงเรียนเอกชนลดน้อยถอยลงตามลำดับ โรงเรียนเอกชนส่วนใหญ่กำลังเข้าสู่วิกฤติ จากโรงเรียน ที่มีเกียรติประวัติ มีต้นทุนทางสังคมมาอย่างยาวนาน มีอุดมการณ์ที่พร้อมมีส่วนร่วมในการพัฒนา การศึกษาชาติ ก็คงจะต้องแบกรับภาระต่อไป แต่จะอยู่รอดได้นานแค่ไหน คงไม่สามารถคาดเดา และกำหนดทิศทางอนาคตได้ จากการที่โรงเรียนเอกชนต่าง ๆ ได้ออกมาแสดงความเป็นห่วง

สถานการณ์การรับสมัครนักเรียน นักศึกษา ปีการศึกษา 2561 ซึ่งมีแนวโน้มลดลง และลดลงอย่างต่อเนื่อง และอาจจะส่งผลกระทบต่อโรงเรียนเอกชนบางกลุ่มที่ต้องปิดกิจการลง โดยเฉพาะโรงเรียนขนาดเล็ก ขนาดกลาง แต่ถ้าหากเรายึดมาตรฐานคุณภาพที่ดีเป็นสำคัญ ผู้ปกครองย่อมมีความมั่นใจ ส่งบุตรหลานเข้าเรียนอย่างแน่นอน สภาพปัจจุบันโรงเรียนเอกชนได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประชากรที่เป็นวัยเรียนลดลงอย่างต่อเนื่อง และโรงเรียนภาครัฐกลับเป็นโรงเรียนคู่แข่งของโรงเรียนเอกชน (รัฐพงศ์ บุญญานุวัตร, 2561, หน้า 21)

ปัจจุบัน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ประสบปัญหาเกี่ยวกับจำนวนนักเรียนที่ลดลงอย่างต่อเนื่องทุกปีในบางระดับชั้นและด้วยปีการศึกษา 2557 จนถึงปีการศึกษา 2559 พบว่า จำนวนนักเรียนที่เข้ามาศึกษาใน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา บางระดับชั้น มีแนวโน้ม จำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องทุกปี จากสถิติข้อมูลสารสนเทศ จำนวนนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ปีการศึกษา 2557 มีจำนวนนักเรียน 1,381 คน ปีการศึกษา 2558 จำนวนนักเรียน 1,330 คน และปีการศึกษา 2559 จำนวนนักเรียน 1,201 คน และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ปีการศึกษา 2557 จำนวนนักเรียน 1,427 คน ปีการศึกษา 2558 จำนวนนักเรียน 1,321 คน และปีการศึกษา 2559 จำนวนนักเรียน 1,265 คน ซึ่งสาเหตุเกิดจากการขยายการจัดการศึกษาของภาครัฐ การวางแผนครอบครัว และจากการแข่งขันทางธุรกิจของโรงเรียนเอกชน จากการที่มีโรงเรียนเอกชนหลายแห่งซึ่งมีการแข่งขันส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพในทุก ๆ ด้าน ส่งผลให้ผู้ปกครองนักเรียนมีทางเลือกในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนใน โรงเรียนต่าง ๆ เพิ่มขึ้น โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก อันเนื่องมาจากจำนวนนักเรียนที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โรงเรียนจึงต้องมีการปรับตัวและแก้ไขปัญหาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จากเดิมเป็น โรงเรียนชายล้วน และรับนักเรียนหญิงเฉพาะระดับมัธยมปลาย ขยายเพิ่มเปิดรับนักเรียนหญิงในระดับมัธยมต้น และปัจจุบันเป็นระบบสหศึกษาเพื่อขยายโอกาสให้มีจำนวนนักเรียนเพิ่มขึ้น แต่ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทั้งระบบ เพราะนักเรียนเมื่อจบการศึกษาในบางช่วงชั้นแล้วขอลาออกไปศึกษาต่อใน โรงเรียนรัฐบาล หรือย้ายกลับไปเรียนสถานศึกษาใกล้บ้าน อันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้ปกครองและประชาชนทุกภาคส่วน (งานสารสนเทศโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา, 2559)

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาและหาแนวทางพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียน เพื่อเป็นทางเลือกในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่มีคุณภาพมีมาตรฐานได้รับการยอมรับจากผู้ปกครอง ศิษย์เก่า และประชาชนทั่วไปในการส่งบุตรหลานมารับการศึกษาใน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังใช้

เป็นข้อมูลให้ผู้บริหาร โรงเรียนนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวางแผนพัฒนา โรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชา ให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพดียิ่งขึ้นอย่างยั่งยืนตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

คำถามของการวิจัย

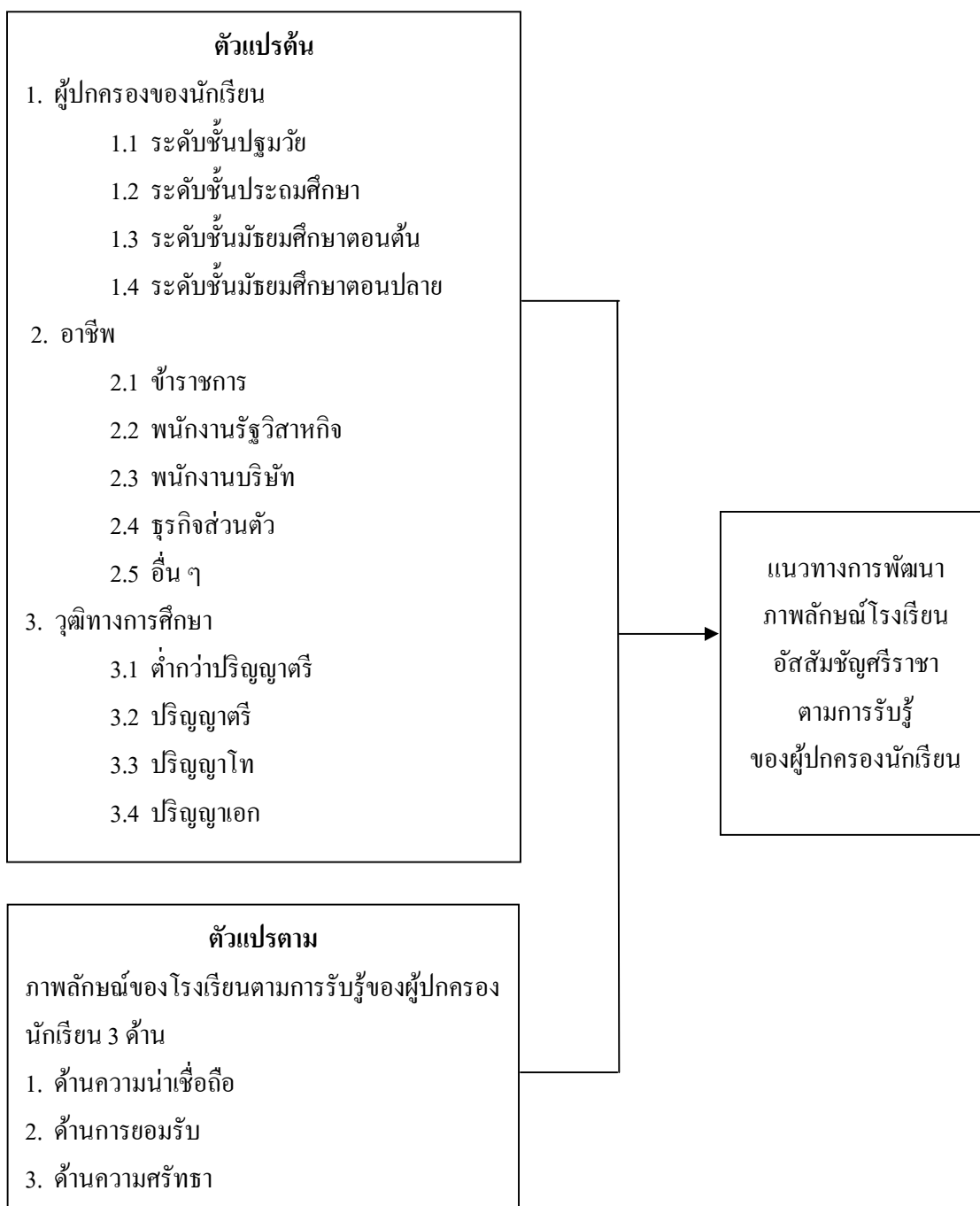
1. ระดับภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน อยู่ในระดับใด และแตกต่างกันหรือไม่
2. แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา เป็นอย่างไร

สมมติฐานของการวิจัย

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน

กรอบความคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชา มีตามแนวคิดของ (Gregory & Wiechmann, 1991) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (รำไพ เถียงจันทร์, 2546; ชลรัตน์ ชลมารค, 2546; รุ่งรวรรณ เสนารักษ์, 2552; วันฉัตร ทองแพง, 2553; วชิรวิทย์ ชาญไชย, 2554) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง
2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง มาพัฒนาโรงเรียนต่อไป
3. ทราบแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 4,454 คน โดยแบ่งเป็น ผู้ปกครองระดับชั้นปฐมวัย จำนวน 603 คน ผู้ปกครองระดับประถมศึกษา จำนวน 1,381 คน ผู้ปกครองระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1,203 คน และผู้ปกครองระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 1,267 คน

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชา จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling)

ขอบเขตตัวแปร

ตัวแปรต้น ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพ และวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง

ตัวแปรตาม ได้แก่ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน แบ่งเป็น 3 ด้าน ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับและด้านความศรัทธา

ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา กันยายน พ.ศ. 2560-มีนาคม พ.ศ. 2561

นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ เป็นเสมือนสิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา และมักจะเป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นเอง ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา โดยมีข้อเท็จจริงเป็นหลักอ้างอิงอยู่ด้วย

ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความนับถือ ความไว้วางใจ ความสามารถในการดำเนินงานของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ครูมีความสามารถในงานวิชาการ มีความรู้ความสามารถในการสอน

ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีผลงานเป็นที่น่าเชื่อถือดูแลเอาใจใส่ต่อผู้เรียนให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรมนำความรู้ไปพัฒนาสังคมได้ มีหลักสูตรการสอน และการจัดการเรียนการสอนที่ผู้ปกครองให้ความไว้วางใจตลอดจนโรงเรียนมีสถานที่กว้างใหญ่ มั่นคงปลอดภัย สวยงาม ร่มรื่น มีสนามกีฬาหลายประเภท มีแหล่งเรียนรู้ และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้

การยอมรับ หมายถึง การรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา เป็นสถาบันที่มีประสิทธิภาพในการจัดการศึกษา ได้ตรงตามเป้าหมาย มีการบริหารจัดการที่ดี มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการจัดการศึกษา นักเรียนมีความรู้ความสามารถมีผลงานรางวัลต่าง ๆ และประพฤติตนอยู่ในระเบียบวินัยมีกิจกรรมที่ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน ผู้ปกครองนิยมส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนในโรงเรียนแห่งนี้ คุณภาพของนักเรียนเมื่อจบการศึกษาแล้วสามารถเข้าเรียนต่อในสถาบันอื่น ๆ ได้ตามความประสงค์ของผู้ปกครองและเกิดความภาคภูมิใจและยอมรับในคุณภาพของสถาบัน

ความศรัทธา หมายถึง การรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ในด้านความมีชื่อเสียงของโรงเรียน โรงเรียนมีมาตรฐานในการจัดการศึกษา ได้ตรงตามความต้องการของผู้ปกครองและชุมชน ความประทับใจของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนและภาคภูมิใจในความสำเร็จของบุตรหลานที่ศึกษาในโรงเรียนแห่งนี้

โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา หมายถึง สถานศึกษา สังกัดการศึกษาเอกชน จัดการศึกษาตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ตั้งแต่ ระดับปฐมวัย ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ระดับชั้นของนักเรียน หมายถึง ระดับปฐมวัย ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

วุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง หมายถึง ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก

อาชีพของผู้ปกครอง หมายถึง การประกอบการทำงานหากิน ได้รับเงินเดือนหรือรายได้จากการประกอบกิจการนั้น ๆ ได้แก่

อาชีพข้าราชการ หมายถึง บุคคลซึ่งรับการบรรจุแต่งตั้งให้รับราชการปฏิบัติหน้าที่ และรับเงินเดือนในกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ ของประเทศไทย

อาชีพรัฐวิสาหกิจ หมายถึง เป็นบุคคล ซึ่งทำงานในองค์กรของรัฐและเอกชนลงทุนร่วมกัน ได้แก่ พนักงานการไฟฟ้า พนักงานการประปา พนักงานองค์กรโทรศัพท์ พนักงานโรงกลั่นน้ำมัน

พนักงานบริษัท หมายถึง ผู้ที่ปฏิบัติงานในสถานที่ของบริษัท และ โรงงานอุตสาหกรรม
ธุรกิจส่วนตัว หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพส่วนตัว เจ้าของกิจการ เช่น ค้าขาย รับเหมา
ประเภทต่าง ๆ ผู้ที่ประกอบอาชีพเกษตรกร และการประมง

ผู้ปกครอง หมายถึง บิดา มารดา หรือญาติพี่น้อง ผู้ที่มีหน้าที่ดูแลเอาใจใส่นักเรียน
อย่างใกล้ชิดที่บ้าน หรือเป็นผู้อุปการะรับผิดชอบในการเลี้ยงดูนักเรียน พร้อมทั้งส่งเสียค่าเล่าเรียน
ของนักเรียนที่เข้ามาศึกษาอยู่ใน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการในการตีความ เข้าใจความหมาย โดยอาศัยความรู้และ
ประสบการณ์เดิม ตลอดจนทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อม โดยมีการเลือกที่จะรับรู้อันเกิดจาก
การใส่ใจหรือสนใจต่อสิ่งนั้น

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นพื้นฐานและแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา
2. โครงสร้างการบริหาร โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา
3. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image) และทฤษฎีสัญลักษณ์ (Symbolic theory)
4. ทฤษฎีการรับรู้ (Theory of perception)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ในระหว่างปี พ.ศ. 2484-2486 ประเทศไทยตกอยู่ในภาวะสงครามโลก ครั้งที่ 2 สถานการณ์ต่าง ๆ ในพระนคร รวมทั้งโรงเรียนอัสสัมชัญ (บางรัก) ได้รับความเสียหายจากการทิ้งระเบิดอย่างหนัก กระทรวงศึกษาธิการจึงสั่งปิดการเรียนการสอนของโรงเรียน ในกรุงเทพมหานครทั้งหมด โรงเรียนจึงปิดทำการชั่วคราว คณะภคินีเห็นว่าถ้ายังอยู่ในพระนครอาจได้รับอันตรายจึงได้พยายามหาสถานที่ที่ปลอดภัย เพื่อเปิดทำการสอนต่อไปในราวเดือนธันวาคม พ.ศ. 2485 คณะภคินีได้มอบหมายให้ภคินีเทโอฟาน ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นอธิการโรงเรียนเซนต์คาเบรียลอยู่ในขณะนั้นให้อพยพนักเรียนส่วนหนึ่งซึ่งเป็นเด็กกำพร้าและนักเรียนประจำ ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดที่ไม่สามารถเดินทางกลับบ้านได้ มาเปิดทำการสอนที่ศรีราชาชั่วคราว ซึ่งคณะภคินีได้ซื้อที่ดินไว้เป็นเวลาหลายปีมาแล้ว คณะภคินี ครู และนักเรียนรุ่นแรกต่างช่วยกันแผ้วถางปรับพื้นที่ให้เป็นโรงเรียน เปลี่ยนไร่ตะไคร้เป็นไร่สับปะรด จนกลายเป็นไร่สับปะรด เอ ซี ที่มีชื่อเสียงเป็นอันมากและนำผลผลิตจากไร่ไปจำหน่ายเพื่อเป็นรายได้มาจุนเจือโรงเรียน และเลี้ยงดูนักเรียนในระหว่างสงคราม ซึ่งอดคัดค้านไปทุกอย่าง แม้กระทั่งเรื่องอาหารการกิน คณะภคินี ครู และนักเรียนรุ่นแรกต้องเรียนและทำไร่ไปด้วยจึงเรียนกันว่าเป็น “รุ่นบุกเบิก”

กลางปี พ.ศ. 2486 สงครามโลกสิ้นสุดลง โรงเรียนอัสสัมชัญ (บางรัก) เปิดทำการสอนตามเดิม แต่อาคารนอนของนักเรียนประจำถูกทำลายได้รับความเสียหายเป็นอย่างมาก จึงไม่สามารถย้ายเด็กกำพร้า และนักเรียนประจำจากศรีราชากลับไปอยู่ที่พระนครได้ จึงจำเป็นต้องเปิด

ทำการสอนที่ศรีราชาต่อไปประกอบกับเยาวชนในท้องถิ่นสมัครเข้าเป็นนักเรียน ไปกลับ
จำนวนมากขึ้นคณะกรรมการจึงตัดสินใจเปิดทำการสอนอย่างจริงจังครั้งแรกเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม
พ.ศ. 2487 โดยมีภราดาเทโอฟาน (จีน บุญยานันท์) เป็นอธิการผู้ก่อตั้งและได้รับอนุญาตจาก
กระทรวงศึกษาธิการให้จัดตั้งโรงเรียนตั้งแต่วันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2491 และได้รับรองวิทยฐานะ
เทียบเท่าโรงเรียนรัฐบาลเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2493

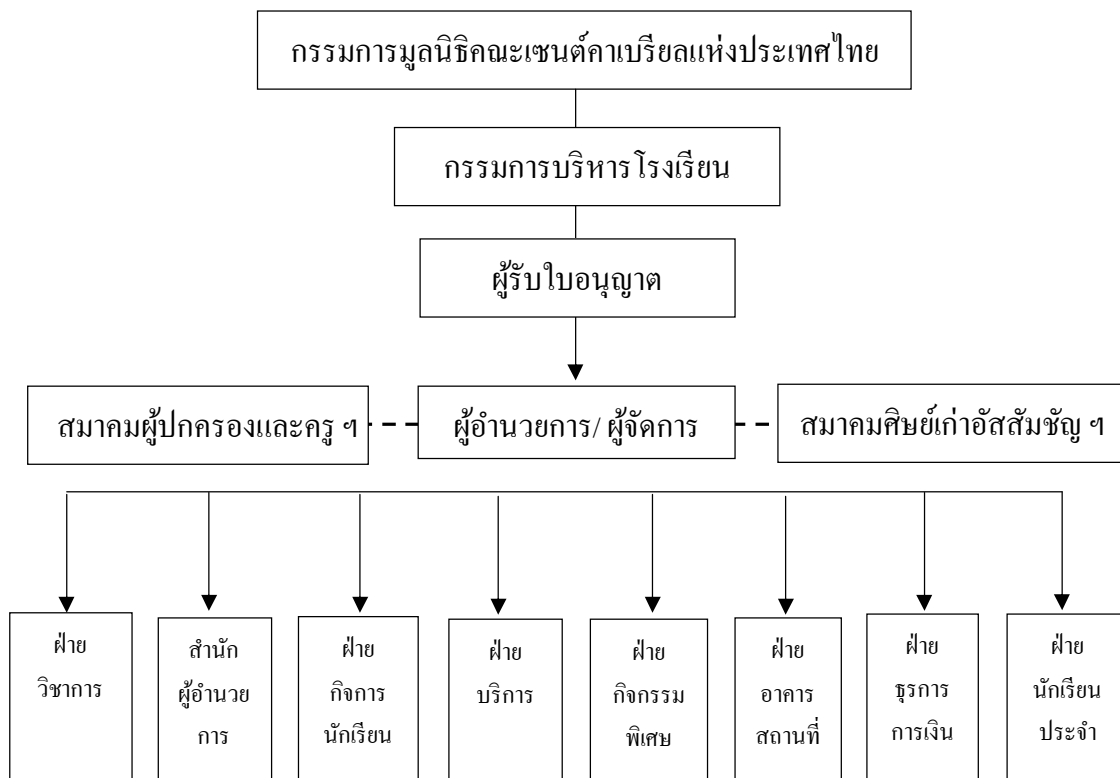
โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา เป็นอันดับที่ 1 ใน 17 สถาบันของมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียล
แห่งประเทศไทย ปัจจุบันเปิดทำการสอนตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาล 1 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยรับ
ทั้งนักเรียนชายและหญิง ทั้งประเภทประจำและไป-กลับ จากโรงเรียนกลางป่า พัฒนาเป็นอุทยาน
สืบสานสู่การเป็น “เพชรบูรพา” ร่มรื่นตระการตาบนเนื้อที่กว่า 550 ไร่ มุ่งส่งเสริมการเรียนรู้ให้ทัน
ต่อความก้าวหน้าของโลกยุคปัจจุบัน เป็นแหล่งชุมทรัพย์ทางปัญญา ที่ผลิตเยาวชนและบุคลากร
สู่การเป็นทรัพยากรบุคคลที่ทรงคุณค่ายิ่งต่อสังคมไทย

ปัจจุบัน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตั้งอยู่เลขที่ 29 หมู่ 10 ตำบลสุรศักดิ์ อำเภอสัตหีบ
จังหวัดชลบุรี และอยู่ในเขตเทศบาลนครเจ้าพระยาสุรศักดิ์มนตรี เทศบาลมีขนาดพื้นที่ 276.98
ตารางกิโลเมตร สภาพโดยรอบของโรงเรียนเป็นที่อยู่อาศัย สถานีรถไฟ ประชากรส่วนมาก
ประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม การปศุสัตว์ การพาณิชย์กรรม และการบริการ ประชากรส่วนมาก
นับถือศาสนาพุทธ ประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญ คือ ประเพณีกองข้าวและประเพณีแห่พระยายม
(เทศบาลนครเจ้าพระยาสุรศักดิ์มนตรี, 2555) อำเภอสัตหีบ มีขนาดพื้นที่ 643.558 ตารางกิโลเมตร
มีประชากร 266,397 คน (พ.ศ. 2557) ความหนาแน่นของประชากร 432.18 คน: ตารางกิโลเมตร
ปัจจุบันเป็นเขตกิ่งเกษตรกรรมและกิ่งอุตสาหกรรม ซึ่งมีแนวโน้มอุตสาหกรรมจะก้าวนำการเกษตร
เนื่องจากการพัฒนาตามโครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลตะวันออกมีท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง

โครงสร้างการบริหาร โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา บริหารงานภายใต้การกำกับดูแลจากมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียล
แห่งประเทศไทย เป็นโรงเรียนเอกชนในระบบ มีคณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วย
ผู้รับใบอนุญาต ผู้จัดการ ผู้อำนวยการ ผู้แทนครู ผู้แทนผู้ปกครอง และผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นกรรมการ
แบ่งโครงสร้างการบริหารงานเป็น 8 ฝ่าย ได้แก่ สำนักผู้อำนวยการ ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายกิจการนักเรียน
ฝ่ายบริการ ฝ่ายอาคารสถานที่ ฝ่ายธุรการการเงิน ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ และฝ่ายนักเรียนประจำ
บริหารงานโดยยึดหลักการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล มีการพัฒนาตามกระบวนการ PDCA
มาใช้ปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลและมีประสิทธิภาพ

โครงสร้างการบริหารงาน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ปีการศึกษา 2560



ภาพที่ 2 โครงสร้างการบริหารงาน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ปีการศึกษา 2560

แนวคิดหลักการบริหารและการไปสู่เป้าหมาย

การบริหารจัดการที่นำไปสู่เป้าหมายคุณภาพ คือ การทำงานแบบมีส่วนร่วมโดยตระหนักว่าบุคลากรของโรงเรียนมีความรู้ มีความสามารถ มีศักยภาพตามลักษณะของสายงานที่ปฏิบัติ เริ่มตั้งแต่การมีส่วนร่วมในการคิด การกำหนด โครงการ กิจกรรม และจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา แผนปฏิบัติงานประจำปี ตามลักษณะของงาน โครงการกิจกรรม ที่มีเนื้องานในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตลอดมีการประชุม วางแผนในการปฏิบัติงาน การกำกับติดตาม การประเมินผล ผู้รับผิดชอบเป็นผู้สรุปผลการปฏิบัติงาน และรายงานผลตามลำดับสายงานการบังคับบัญชาอย่างต่อเนื่อง และนำผลการประเมินมาใช้ปรับปรุงแผนปฏิบัติงานประจำปี โดยมี

การบริหารงาน ด้วยวิธีการ ดังนี้

วิธีการดำเนินงาน

1. การวางแผนพัฒนาโรงเรียนใช้วิธีการบริหารและจัดการแบบการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง โดยมีการสำรวจความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์ กำหนดเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย ในการจัดการศึกษา โดยจัดทำเป็นแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน แผนพัฒนาการศึกษาระดับฝ่าย แผนปฏิบัติการประจำปี เสนอต่อคณะกรรมการวางแผนพัฒนาของโรงเรียนพิจารณากลับกรอง นำเสนอคณะกรรมการบริหารพิจารณา

ให้ความเห็นชอบ

2. การนำแผนพัฒนาไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้การนำแผนพัฒนาการศึกษาของโรงเรียน ได้นำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้แต่ละฝ่ายจัดทำแผนพัฒนาการศึกษาระดับฝ่าย เพื่อรองรับแผนพัฒนาการศึกษาของโรงเรียน จัดทำแผน ปฏิบัติการประจำปีปฏิทิน โรงเรียน เพื่อให้เป็นกรอบในการกำหนดวันจัดงาน โครงการและกิจกรรมที่สำคัญเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ส่วนงาน โครงการ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายบางส่วน ให้กำหนดวันไว้ในปฏิทิน ฝ่ายการนำแผนงานไปปฏิบัติ ผู้รับผิดชอบในแต่ละงาน โครงการ และกิจกรรม แต่งตั้ง คณะกรรมการดำเนินงาน มีการประชุมวางแผนการปฏิบัติงาน มีการกำกับ ติดตาม ประเมินผลและสรุปผลการปฏิบัติงานให้หัวหน้าฝ่ายตามระยะเวลาที่กำหนด

3. การประเมินแผนงาน หัวหน้าฝ่ายได้มอบหมายให้ผู้รับผิดชอบ งาน โครงการ และ กิจกรรม เป็นผู้ประเมินการประเมินผลใช้วัตถุประสงค์ของงาน โครงการ และกิจกรรม เป็นกรอบ ในการประเมิน ลักษณะของเครื่องมือประเมินขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรม ผู้รับผิดชอบสรุปและ รายงานผลต่อหัวหน้างาน หัวหน้าฝ่าย หัวหน้าฝ่ายสรุป และรายงานผลการปฏิบัติงานเปรียบเทียบกับเป้าหมายของฝ่ายให้กับงานนโยบายและแผน เพื่อนำมาสรุปผลเปรียบเทียบกับเป้าหมายของ แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนต่อไป

4. การพัฒนาปรับปรุงแผนปฏิบัติการ งานนโยบายและแผน เป็นผู้นำเสนอผลการ ประเมินแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน ให้กับคณะกรรมการบริหารโรงเรียน พิจารณา โดยที่หัวหน้าฝ่ายรวบรวมปัญหา ข้อเสนอแนะ แนวทางการปรับปรุง ไปใช้ทำแผนปฏิบัติการ ในปีการศึกษาต่อไป

ปรัชญาของโรงเรียน

1. จุดมุ่งหมายของชีวิต คือ การรู้จักสังขรณ์ความจริง และการเข้าถึงธรรมอันสูงส่ง อันเป็นบ่อเกิดของชีวิต

2. มนุษย์ทุกคนต้องทำงาน ความวิริยะ อุตสาหะ เป็นหนทางนำไปสู่ความสำเร็จ ดังคติพจน์ภาษาละตินของโรงเรียน ที่ว่า “LABOR OMNIA VINCIT”

คำขวัญโรงเรียน	“ความรู้คู่คุณธรรม นำสังคมสู่ความดี”
คติพจน์ของโรงเรียน	ความวิริยะอุตสาหะ นำมาซึ่งความสำเร็จ
สีประจำโรงเรียน	แดง-ขาว
ต้นไม้ประจำโรงเรียน	ต้นสนประดิพัทธ์
ปณิธานโรงเรียน	เราชาวอัสสัมชัญศรัทธา ต้องตั้งมั่นในคุณธรรมของศาสนา ต้องเชื่อมั่นในคุณค่าและศักดิ์ศรีของคน ต้องมุ่งมั่นในความเป็นเลิศด้านศิลปวิชาการ ต้องยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม
ความหมายของคำว่า	“อัสสัมชัญ”
อัสสัม	มาจากคำว่า “อาศรม” แปลว่า “ที่อยู่ของนักพรต”
ชัญ	มาจากคำว่า “ชญัญ” แปลว่า “ความรู้”
อัสสัมชัญ	เป็นคำไทยแปลได้ความว่า “ที่อยู่ของความรู้”
อัสสัมชัญ	มาจากภาษาอังกฤษ ASSUMPTION มีความหมายทาง คริสตศาสนา คือ การได้รับเกียรติยกขึ้นสวรรค์ของ พระนางพรหมจารีมารีอาพระมารดาของพระเยซู คริสตเจ้า เป็นคำยกย่องถวายเกียรติแด่พระนางมารี ๕ ผู้ทรงเป็นองค์อุปถัมภ์ของโรงเรียน
อัตลักษณ์โรงเรียน	“ยึดมั่นสัจธรรม มีวิริยะอุตสาหะ รับผิดชอบต่อสังคม”
เอกลักษณ์โรงเรียน	“ภาษาดี กีฬาเด่น เน้นคุณธรรม”
นโยบายของโรงเรียน	

1. พัฒนานักเรียนให้เป็นผู้คนทั้งครบ คือ พัฒนาร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และจิตใจ
ภายในบรรยากาศของเสรีภาพและความรัก
2. ปลุกฝังความรักต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ อันเป็นวิถีชีวิตของคนไทย
ในระบอบประชาธิปไตย รู้จักรักษาศิลปวัฒนธรรม และประเพณีที่ดีงามของชาติ
3. เน้นความเป็นเลิศทางวิชาการและการปฏิบัติ การเงินจัดทางภาษา คณิตศาสตร์และ
วิทยาศาสตร์ อันจะช่วยให้นักเรียนเป็นผู้มีทักษะ มีเหตุผล มีความคิดเป็นตรรกะ มีระเบียบวินัยต่อ
ตนเอง เป็นคนมีทรรศนะกว้าง รู้จักใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาภาวะแวดล้อม
และคุณภาพชีวิตในสังคมมนุษย์

4. เน้นการปฏิบัติและการปลูกฝังค่านิยมของการเคารพในสิทธิซึ่งกันและกัน ผนึกกำลังทำความดีร่วมพัฒนาชุมชนที่ตนอาศัยอยู่โดยการศึกษาและเข้าใจวัฒนธรรม และมรดกทางวัฒนธรรมของตนเองของชุมชนและชาติเพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมสันติภาพ และความเข้าใจอันดีระหว่างมวลมนุษย

การวิเคราะห์สภาพโรงเรียน (SWOT Analysis)

โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา มีภารกิจในการจัดการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับการศึกษาปฐมวัย (อนุบาล 1-3) และ ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย) จากการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การพัฒนาการศึกษา ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

1. โรงเรียนมีพื้นที่บริเวณกว้างขวาง
2. เป็นโรงเรียนประจำขนาดใหญ่ มีนักเรียนมาจากทุกจังหวัด
3. โรงเรียนมีชื่อเสียงด้านกีฬา
4. โรงเรียนมีตำรากลางภาษาอังกฤษ ข้อสอบกลางจากฝ่ายการศึกษาของมูลนิธิ

คณะเซนต์คาเบรียล ฯ

5. โรงเรียนให้อิสระในการจัดทำแผนงบประมาณประจำปี
6. โครงสร้างการบริหารของโรงเรียนชัดเจน
7. โรงเรียนมีแนวทางในการจัดการศึกษาตามทิศทางการจัดการศึกษาในแนวมงฟอร์ต
8. โรงเรียนมีการกระจายอำนาจ
9. โรงเรียนมีความพร้อมด้านอาคารสถานที่
10. บุคลากรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
11. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ มีความรู้และมีความสามารถ มีประสบการณ์
12. โรงเรียนมีงบประมาณเพียงพอ
13. โรงเรียนมีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีและมีระบบ SWIS รองรับ
14. โรงเรียน มีการช่วยเหลือสังคม (คนยากจน ด้อยโอกาส ผู้พิการ ฯลฯ สม่าเสมอ
15. นักเรียนมีระเบียบวินัย
16. มีความรัก ความผูกพันต่อสถาบัน และความเป็นรุ่นพี่รุ่นน้องและศิษย์เก่า

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. โรงเรียนขาดแผนการบริหารเพื่อรองรับสถานะเศรษฐกิจในอนาคต

2. โรงเรียน ขาดระบบการกำกับ ติดตาม การดำเนินงานตามโครงสร้าง แผนงาน โครงการ อย่างมีประสิทธิภาพ

3. โรงเรียนขาดการเตรียมบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการที่ทันต่อ การเปลี่ยนแปลง

4. โรงเรียนขาดการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงานและรางวัลของโรงเรียน

5. ปัญหาหนี้สินครูส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการเรียนการสอน

6. ผลการทดสอบระดับชาติของนักเรียนต่ำ เมื่อเทียบกับ โรงเรียนเอกชนและรัฐบาล

ในระดับแนวทาง

7. การแลกเปลี่ยนนวัตกรรม วิจัย และองค์ความรู้ใน โรงเรียนและระหว่างโรงเรียน ยังมี น้อย

โอกาส (Opportunities)

1. ทำเลที่ตั้งอยู่ในชุมชนเมือง อุตสาหกรรม แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมสะดวก

2. ผู้ปกครองมีความพร้อมในการส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษา

3. ศิษย์เก่ามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม และผู้ปกครองในเครือข่ายโรงเรียนเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและมีฐานะทางเศรษฐกิจดี

4. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อบริหารจัดการและการเรียนการสอน

5. ประชาคมอาเซียนทำให้โรงเรียนสามารถรับนักเรียนและครูจากภูมิภาคอาเซียน

6. โรงเรียนมีเครือข่ายทางสังคมและเปิดโอกาสให้สังคม ชุมชน ผู้ปกครอง มีส่วนร่วม

ในการบริหารจัดการ สมาพันธ์สมาคมผู้ปกครองและครู กับสมาพันธ์สมาคมศิษย์เก่า

ให้การสนับสนุนในการพัฒนาการศึกษาของโรงเรียนในเครือมูลนิธิ ฯ

7. สภาพสังคมในปัจจุบันเป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและเศรษฐกิจฐานความรู้

8. ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสังคมมองว่าปราศจากสิ่งเสพติดนักเรียนมีระเบียบวินัยและ คุณธรรมจริยธรรมสังคมเชื่อมั่นและยอมรับในคุณภาพการจัดศึกษาของโรงเรียน

อุปสรรค (Threats)

1. สภาพสังคม สภาพแวดล้อม และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่งผลกระทบต่อจัดการเรียน การสอน และพฤติกรรมของนักเรียน

2. โรงเรียนคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นและมีการแข่งขันทางการศึกษามากขึ้นทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ

3. สภาพเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลกระทบต่อให้ผู้ปกครองมีรายได้น้อยลง

4. ค่านิยมของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนรัฐบาล โรงเรียนที่มีชื่อเสียงใกล้บ้าน และ โรงเรียนนานาชาติมากขึ้น
5. ความไม่เท่าเทียมกันของครูรัฐบาลกับครู โรงเรียนเอกชน ได้แก่ สวัสดิการ รักษาพยาบาล วิทยะฐานะของครูเอกชน
6. อัตราการเกิดของประชากรมีแนวโน้มลดลง
7. กฎหมายและระเบียบของทางราชการควบคุมการบริหารจัดการ โรงเรียนเอกชนมีมาก และเข้มงวดยิ่งขึ้น เช่น เขตพื้นที่การศึกษาเข้ามากำกับติดตามการดำเนินงาน สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน เข้ามาตรวจสอบด้านการเงิน และระเบียบว่าด้วยการลงโทษนักเรียน กฎหมายสิทธิเด็ก กฎหมายภาษีเงินได้ ภาษีโรงเรือน กฎหมายการจ้างงานคนพิการ ระเบียบการบรรจุครูต่างชาติ และอื่น ๆ
8. นโยบายการรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อใน โรงเรียนรัฐบาลมีการปรับเปลี่ยนข้อมูลตลอดเวลา
9. นโยบายการรับครูของโรงเรียนรัฐบาลมีการเปิดรับสมัครครูตลอดปีการศึกษา
ทิศทางการพัฒนาคุณภาพการศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา พ.ศ. 2560-2564
 โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ศึกษาแนวคิดการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ทิศทางการจัดการศึกษาตามแนวทางนักบุญมงฟอร์ต เป็นการจัดการศึกษาโดยยึดบุคคลในสังคมเป็นศูนย์กลาง โดยปรับเปลี่ยนแต่ละคนและสังคมให้มีแรงบันดาลใจฝ่ายจิต เคารพต่อชุมชนแห่งชีวิต มีแนวทางในเชิงพี่น้อง และยุติธรรมในด้านสายสัมพันธ์ถือตามหนทางขององค์ปัญญาสวรรค์ เป้าหมายของการจัดการศึกษาในแนวทางฟอร์ต คือ การหล่อหลอมบุคคลต่าง ๆ ในทิศทางเดียวกัน (ภราดาคณะเซนต์คาเบรียล, ม.ป.ป., หน้า 12) และแนวทางการจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ความมุ่งหมายและหลักการ ในการจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ อย่างมีความสุข ในกระบวนการเรียนรู้ ต้องมุ่งปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเมืองการปกครอง ในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รู้จักรักษาและส่งเสริมสิทธิ หน้าที่ เสรีภาพ ความเคารพ กฎหมาย ความเสมอภาค และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีความภาคภูมิใจในความเป็นไทย รู้จักรักษาผลประโยชน์ส่วนรวมและของประเทศชาติ รวมทั้งส่งเสริมศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมของชาติ

การกีฬา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และความรู้อันเป็นสากล ตลอดจนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม มีความสามารถในการประกอบอาชีพ รู้จักพึ่งตนเอง มีความริเริ่มสร้างสรรค์ ใฝ่รู้ และเรียนรู้ด้วย ตนเองอย่างต่อเนื่อง การจัดการศึกษาให้ยึดหลักดังนี้

- 1) เป็นการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับประชาชน 2) ให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา
- 3) การพัฒนาสาระและกระบวนการเรียนรู้ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง แนวการจัดการศึกษา มีดังนี้
 - 1) จัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล 2) ฝึกทักษะกระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้มาใช้ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา 3) จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกการปฏิบัติ ให้ทำได้ คิดเป็น ทำเป็น รักการอ่านและเกิดการใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง
- 4) จัดการเรียนการสอนโดยผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ อย่างได้สัดส่วนสมดุลกัน รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยมที่ดีงามและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ไว้ในทุกวิชา 5) ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สอนสามารถจัดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม สื่อการเรียน และอำนวยความสะดวกเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และมีความรอบรู้รวมทั้งสามารถใช้การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของ กระบวนการเรียนรู้ ทั้งนี้ผู้สอนและผู้เรียนอาจเรียนรู้ไปพร้อมกันจากสื่อการเรียนการสอนและ แหล่งวิทยาการประเภทต่าง ๆ 6) จัดการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ทุกเวลาทุกสถานที่มีการประสานความร่วมมือกับบิดามารดา ผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชนทุกฝ่าย เพื่อร่วมกันพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ 7) ผู้เรียนมีสิทธิได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในโอกาสแรกที่ทำให้ เพื่อให้มีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

ทิศทางการพัฒนาคุณภาพการศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา พ.ศ. 2560-2564

ระดับการศึกษาปฐมวัย (Primary education)

วิสัยทัศน์ (Vision)

โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา จัดการศึกษาตามทิศทางการศึกษาแนวมงฟอร์ต มุ่งเน้นความเป็นเลิศด้านภาษา เห็นคุณค่าสุนทรีย์ภาพ ส่งเสริมนวัตกรรมการศึกษาให้ก้าวหน้าสู่มาตรฐานสากล

พันธกิจ (Missions)

1. จัดการศึกษาตามทิศทางการจัดการศึกษาในแนวมงฟอร์ต
2. ยกระดับคุณภาพการศึกษาโรงเรียนให้มีมาตรฐานสากล
3. พัฒนาการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการศึกษา

วัตถุประสงค์ (Objectives)

1. เพื่อพัฒนาคุณธรรมผู้เรียนตามการจัดการศึกษาในแนวทางפורต์
2. เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้มีมาตรฐานสากล
3. เพื่อเสริมสร้างการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา

เป้าหมาย (Aspirations)

1. ผู้เรียนมีคุณธรรมตามทิศทางการจัดการศึกษาในแนวทางפורต์
2. ผู้เรียนมีคุณภาพมาตรฐานสากล
3. โรงเรียนมีการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาอย่างมีคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ (Strategies)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างผู้เรียนให้มีคุณธรรมตามทิศทางการจัดการศึกษาในแนวทาง

פורต์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับคุณภาพการศึกษาให้มีมาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาให้มีมาตรฐานสากล

ทิศทางการพัฒนาคุณภาพการศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา พ.ศ. 2560-2564

ระดับการศึกษา ขั้นพื้นฐาน (Secondary education)

วิสัยทัศน์ (Vision)

โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา จัดการศึกษาตามทิศทางการศึกษาแนวทางפורต์ มุ่งเน้น
ความเป็นเลิศด้านภาษา เห็นคุณค่าสุนทรีย์ภาพ ส่งเสริมนวัตกรรมการศึกษาให้ก้าวหน้าสู่
มาตรฐานสากล

พันธกิจ (Missions)

1. จัดการศึกษาตามทิศทางการจัดการศึกษาในแนวทางפורต์
2. ยกระดับคุณภาพการศึกษา โรงเรียนให้มีมาตรฐานสากล และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

3. พัฒนาระบบการจัดการศึกษาให้มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากลและหลัก
ธรรมาภิบาล

4. พัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ
5. ส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือกับบุคคล หน่วยงานและองค์กรทุกภาคส่วน
ในการพัฒนาการศึกษาของโรงเรียน

6. สนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาสุนทรีย์ภาพของผู้เรียนเต็มศักยภาพ

7. พัฒนาการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการศึกษา

8. พัฒนาโปรแกรมการเรียน

วัตถุประสงค์ (Objectives)

1. เพื่อจัดการศึกษาให้บรรลุตามทิศทางการจัดการศึกษาในแผนองฟอร์ต
2. เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้มีมาตรฐานสากลและมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น
3. เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการศึกษาให้มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากลและ

หลักธรรมาภิบาล

4. เพื่อพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ
5. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือต่าง ๆ กับทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอก

ประเทศเพื่อยกระดับการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

6. เพื่อยกระดับการพัฒนาด้านสุนทรียภาพของผู้เรียนเต็มศักยภาพ
7. เพื่อเสริมสร้างการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา
8. เพื่อพัฒนาโปรแกรมการเรียนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน

เป้าหมาย (Aspirations)

1. โรงเรียนมีการจัดการศึกษาให้บรรลุตามทิศทางการจัดการศึกษาในแผนองฟอร์ต
2. ผู้เรียนมีคุณภาพมาตรฐานสากลและมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น
3. โรงเรียนมีระบบการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน
4. การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ
5. โรงเรียนมีเครือข่ายความร่วมมือต่าง ๆ กับทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอก

ประเทศ เพื่อยกระดับการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

6. ผู้เรียนมีการพัฒนาด้านสุนทรียภาพได้เต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพ
7. โรงเรียนมีการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาอย่างมีคุณภาพ
8. โรงเรียนมีโปรแกรมการเรียนที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน

ยุทธศาสตร์ (Strategies)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาการจัดการศึกษาให้บรรลุตามทิศทางการจัดการศึกษาในแผนองฟอร์ต

มงฟอร์ต

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับคุณภาพการศึกษาให้มีมาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างระบบการบริหารจัดการศึกษาตามหลักมาตรฐานสากล

และหลักธรรมาภิบาล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เร่งรัดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือต่าง ๆ กับทุกภาคส่วน ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษา

ยุทธศาสตร์ที่ 6 ยกระดับการพัฒนาด้านสุนทรียภาพของผู้เรียนเต็มศักยภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 7 เสริมสร้างการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาให้มีมาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 8 พัฒนาโปรแกรมการเรียน

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กำหนดเนื้อหาอันเกี่ยวกับการจัดการศึกษาเอกชนไว้อย่างชัดเจน ในหมวด 5 การบริหารและการจัดการศึกษา ส่วนที่ 3 การบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชน มาตรา 43 การบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชน ให้มีความเป็นอิสระ โดยมีการกำกับติดตาม การประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาจากรัฐ และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาเช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐ มาตรา 44 ให้สถานศึกษาเอกชนตามมาตรา 18 (2) เป็นนิติบุคคล และมีคณะกรรมการบริหารประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน ผู้รับใบอนุญาต ผู้แทนผู้ปกครอง ผู้แทนองค์กรชุมชน ผู้แทนครู ผู้แทนศิษย์เก่า และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนกรรมการ คุณสมบัติ หลักเกณฑ์ วิธีการสรรหา การเลือกประธานกรรมการและกรรมการ วาระการดำรงตำแหน่ง และการพ้นจากตำแหน่ง ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวงมาตรา 45 ให้สถานศึกษาเอกชนจัดการศึกษาได้ทุกระดับ และทุกประเภท การศึกษาตามที่กฎหมายกำหนด โดยรัฐต้องกำหนดนโยบายและมาตรการที่ชัดเจนเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของเอกชนในด้านการศึกษากำหนดนโยบายและแผนการจัดการศึกษาของรัฐของเขตพื้นที่การศึกษาหรือขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้คำนึงถึงผลกระทบต่อ การจัดการศึกษาของเอกชน โดยให้รัฐมนตรีหรือคณะกรรมการเขตพื้นที่การศึกษา หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรับฟังความคิดเห็นของเอกชนและประชาชนประกอบการพิจารณาด้วย ให้สถานศึกษาของเอกชนที่จัดการศึกษาระดับปริญญาดำเนินการได้โดยอิสระ สามารถพัฒนาระบบบริหารและการจัดการที่เป็นของตนเอง มีความคล่องตัว มีเสรีภาพทางวิชาการ และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสภาพัฒนาการศึกษามาตรา 46 รัฐต้องให้การสนับสนุนด้านเงินอุดหนุน การลดหย่อนหรือการยกเว้นภาษีและสิทธิประโยชน์อื่นที่เป็นประโยชน์ในทางการศึกษาแก่สถานศึกษาเอกชนตามความเหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนด้านวิชาการให้สถานศึกษาเอกชนมีมาตรฐานและสามารถพึ่งตนเองได้

โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา เป็นโรงเรียนเอกชนขนาดใหญ่การจัดการศึกษา มีการบริหารจัดการศึกษา ในแนวทางเดียวกับโรงเรียนในสังกัดสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐานและจะต้องได้รับการประเมินคุณภาพการศึกษาทั้งภายในและภายนอกตามข้อกำหนดในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2545 เช่นเดียวกันกับการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน

ได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างเด่นชัดอีกครั้งหนึ่งอันเป็นผลมาจากพระราชบัญญัติการศึกษา เอกชน พ.ศ. 2550 ซึ่งได้กำหนดความหมายและประเภทของ โรงเรียนไว้ว่า “โรงเรียน” หมายความว่า สถานศึกษาเอกชนที่จัดการศึกษาไม่ว่าจะเป็น โรงเรียนในระบบหรือโรงเรียนนอกระบบที่มีไว้เป็นสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามกฎหมายที่ว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน “โรงเรียนในระบบ” หมายความว่า โรงเรียนที่จัดการศึกษา โดยกำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัด ประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน “โรงเรียนนอกระบบ” หมายความว่า โรงเรียนที่จัดการศึกษา โดยมีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญของการสำเร็จการศึกษา (สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2551, หน้า 2) ซึ่งทำให้เกิดความชัดเจน ในการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนมากยิ่งขึ้น

สรุปแนวคิดหลักการบริหารงานของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ไปสู่เป้าหมาย การนำ กลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ เป็นการที่ผู้บริหารจะต้องแปลงกลยุทธ์ให้เป็นนโยบาย ไปสู่ แผนการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถดำเนินงานตามกลยุทธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรมและสัมฤทธิ์ผล จึงจำเป็นต้องมีการกระจายแผน ไปยังทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละ หน่วยงานของแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน เพื่อดำเนินไปสู่เป้าหมายคุณภาพ คือ การทำงานแบบมีส่วนร่วม โดยตระหนักว่าบุคลากรของ โรงเรียนมีความรู้มีความสามารถมีศักยภาพตามลักษณะของสายงาน ที่ปฏิบัติ เริ่มตั้งแต่การมีส่วนร่วมในการคิดและการจัดทำแผนงาน โครงการและกิจกรรม การจัดทำ แผนปฏิบัติงานประจำปี และปฏิบัติหน้าที่ตามลำดับสายงานการบังคับบัญชาอย่างต่อเนื่อง สิ่งสำคัญในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้ปฏิบัติจะต้องมีความรู้ความเข้าใจ และมีทักษะในการปฏิบัติงานอย่างถ่องแท้ การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารงานอย่างมีระบบ ที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กรเป็นส่วนประกอบสำคัญ และมีการวางแผนอย่างมีระบบ ขึ้นตอน เนื่องจากการบริหารกลยุทธ์เป็นการบริหารองค์รวม ผู้นำที่มีความสามารถจะต้องอาศัย กลยุทธ์ในการจัดการองค์การที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับองค์การและสามารถนำไปปฏิบัติได้ จริง

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image) และทฤษฎีสัญลักษณ์ (Symbolic theory)

ภาพลักษณ์ เป็นคำภาษาไทยที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Image” แปลว่า จินตภาพหรือ บางแห่งใช้คำว่า “จินตนาการ” แต่ทุกคำก็มีหมายถึงคำ ๆ เดียวกัน ภาพลักษณ์หมายถึง รูปภาพ ภาพในใจ ภาพที่เกิดจากความนึกคิด หรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2538,

หน้า 821) ส่วนคำว่า “ภาพพจน์” เป็นคำในภาษาไทยที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Figure of speech” ซึ่งหมายถึง การพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้ผู้ฟังนึกเห็นเป็นภาพ หรือถ้อยคำที่เรียบเรียงอย่างมีชั้นเชิงเป็นโวหาร (ราชบัณฑิตยสถาน, 2530, หน้า 616) ความเข้าใจโดยทั่วไปของคน ภาพลักษณ์กับภาพพจน์ ได้ถูกนำมาใช้ในความหมายเดียวกันในคำภาษาอังกฤษ “Image” คำว่า “ภาพพจน์” เคยได้รับความนิยมนำมาใช้หลาย ส่วนราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติให้ใช้ คำว่า จินตภาพ แต่ไม่ค่อยมีผู้นิยมใช้ ดังนั้น พลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปประพันธ์พงศ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการราชบัณฑิตยสถาน เสนอให้ใช้คำว่า ภาพลักษณ์ ซึ่งจะตรงกับความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษมากกว่า และมีความหมายหลายแง่มุมในทัศนะของแต่ละบุคคล เอกสารที่ใช้อ้างอิงและกล่าวถึงในงานวิจัยนี้ มีทั้งกล่าวถึงภาพลักษณ์และภาพพจน์ ที่ปรากฏต่อสายตาของสาธารณชนที่ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติทั้งทางบวกและทางลบ หรือทั้งดีและไม่ดี ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546, หน้า 79) ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจอย่างแท้จริง (True impression) ของบุคคล หรือประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบันจะเป็นอย่างไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับด้วย และสิ่งเหล่านี้ย่อมก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำขององค์กรหรือสถาบัน การสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้โดยอาศัยการประชาสัมพันธ์ให้ข่าวสารความรู้และประสบการณ์ในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ขององค์กรและจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อให้เป็นภาพลักษณ์ที่แท้จริง (True image) ขององค์กรหรือสถาบัน ให้เกิดขึ้นในความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ตามที่ตนประสงค์จะให้เกิดขึ้น ในจิตใจของประชาชน (Public mind) เพื่อให้เกิดความประทับใจ

ชลรัตน์ ชลมารค (2546, หน้า 17) ภาพลักษณ์หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล ซึ่งมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กรสถาบันบุคคล กลุ่มบุคคลหรือมีความประทับใจโดยอยู่บนพื้นฐานประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2546, หน้า 152) ภาพลักษณ์ หมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวมีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น

Stuart and Sundeen (1983, p. 245) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งรวมของทัศนคติที่อยู่ได้จิตสำนึก และจิตสำนึกของบุคคลเกี่ยวกับร่างกายของตน รวมทั้งการรับรู้ในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับขนาดของร่างกายและสัณฐานภาพหรือความสามารถของร่างกาย

Kotler (2000, p. 553) กล่าวถึงภาพลักษณ์ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และ ความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ เราจะเกิดภาพลักษณ์ต่อสิ่งต่าง ๆ ที่แวดล้อม จากการที่เราก่อภาพ (Form) ขึ้นในความคิดของเราจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้เห็น (Seeing) การได้ยิน (Hearing) การลิ้มรส (Taste) การดมกลิ่น (Smell) และการสัมผัส (Touch) เราอาจจะก่อ ความคิดของเราจากการที่ได้สัมผัสกับประสาทสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลาย ๆ อย่างได้ใน เวลาเดียวกัน หรือแม้ว่าการสัมผัสในลักษณะเดียวกันก็สามารถก่อภาพลักษณ์ในใจที่แตกต่างกัน ในแต่ละปัจเจกบุคคล

Anderson and Robin (1986, pp. 51-53) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภค เกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรเปรียบเสมือนคนซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

Darling and Fisher (1985, p. 53) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพวาดเกี่ยวกับร่างกายของ ตนเอง เป็นความนึกคิดที่เกิดจากการรับรู้ ที่อยู่ในจิตใต้สำนึก ภาพลักษณ์อาจไม่เป็นไปตาม โครงสร้างหรือรูปร่างที่ปรากฏอย่างแท้จริงก็ได้ อาจสร้างขึ้นมาจากความนึกคิดหรือ ความต้องการของบุคคล ภาพลักษณ์เกิดจากบุคคลมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

อริสรา บุญรัตน์ (2557, หน้า 24) ภาพลักษณ์ หมายถึง คุณลักษณะเชิงประจักษ์ที่เกิดจาก การรับรู้ของบุคคลที่ได้รับจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือจากข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ขององค์กรในช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ ให้เกิดขึ้นและสื่อสารไปยังกลุ่ม เป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้รู้จักองค์กรหรือสถาบันของตนมากขึ้น

เทพลักษณ์ โกมลวนิช (2553, หน้า 28) ภาพลักษณ์หมายถึงความเชื่อถือที่เกิดจาก ความคิดและการฝังอยู่ในใจเป็นจินตภาพที่ปรากฏชัดในความรู้สึกของผู้รับสารทั่วไปที่นั่นรับรู้ผ่าน กระบวนการคิดซึ่งสั่งสมมาเป็นเวลายาวนานหรือช่วงขณะเมื่อเป็นการรับรู้แล้วจะกลายเป็นความคิด ที่ยากจะเปลี่ยนแปลงกลายเป็นสิ่งสะท้อนความคิดภายในที่กลั่นออกมาเป็นความคิดส่วนตัวที่มีต่อ บุคคลหรือองค์การซึ่งความคิดขึ้นไปสู่พฤติกรรมด้านต่าง ๆ ได้

เสรี วงษ์มณฑา (2554, หน้า 13) ภาพลักษณ์ หมายถึง ข้อเท็จจริง (Object facts) บวกกับ การประเมินส่วนตัว (Personal judgement) แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของ บุคคลนานแสนนานยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความจริงก็ได้ เพราะว่า ภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริงแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ (Perception) ที่มนุษย์เอาความรู้สึกส่วนตัวเข้ามาปะปนอยู่ในข้อเท็จจริงด้วย

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นผลมาจากกระบวนการรับรู้จากประสบการณ์ทางตรง ได้แก่ การรับรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5

หรือจากประสบการณ์ทางอ้อมที่สามารถรับรู้ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เกิดเป็นการตีความและสามารถเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ทำให้เกิดทัศนคติทั้งทางบวกหรือทางลบและแสดงพฤติกรรมออกมาต่อสิ่งนั้น โดยอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2545, หน้า 55-57) กล่าวถึง ประเภทของภาพลักษณ์ ในวงการธุรกิจ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1. ภาพลักษณ์เชิงซ้อน (Multiple image) เป็นภาพลักษณ์ที่มาจากการสมมติฐานว่าบุคคลในสังคมนั้นมาจาก “ร้อยพ่อพันแม่” มาจากแหล่งต่าง ๆ ที่มีความรู้ความเชื่อฐานะทางเศรษฐกิจทางสังคมการศึกษาและอื่น ๆ ที่ต่างกัน โดยเฉพาะความรู้และประสบการณ์ต่อองค์กรต่างกัน

2. ภาพลักษณ์ในปัจจุบัน (Current image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงปัจจุบัน ซึ่งอาจจะเป็นภาพลักษณ์เชิงลบหรือเชิงบวกก็ได้ หรืออาจจะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมา โดยธรรมชาติหรือเจตนาที่ตามหน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้เมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้นหรือพบภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่ต้องการก็อาจนำไปพิจารณาตัดสินใจต่อไปได้

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror image) ก็เปรียบได้กับเวลาที่คนเราส่องกระจกเขาก็จะเห็นภาพของตัวเองในกระจกในภาพนั้นเขาอาจมองว่าสวยสง่างามดีหรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ ตามความนึกคิดของเขา ในกรณีนี้ก็เช่นกัน ผู้บริหารอาจมองว่าองค์กรได้ทำโน่นทำนี่ดีแล้ว ดังนั้นภาพลักษณ์ขององค์กรก็น่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความเป็นจริงจะเป็นเช่นไรก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ทั้งนี้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองอะไรที่แตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารและ/หรือพนักงานมีความต้องการจะให้องค์กรของตนเป็นเช่นนั้น เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นองค์กรที่มีความเจริญรุ่งเรืองเป็นองค์กรที่ให้คำตอบแบบยูติธรรมแก่พนักงาน เป็นต้น การกำหนดความปรารถนาเปรียบเสมือนการกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่เราจะได้เพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น ๆ

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความคิดและการมีความเข้าใจการรับรู้ของผู้รับข่าวสารอุปสรรคของการใช้สื่อมวลชนและสื่อที่เราควบคุมได้และสภาพแวดล้อมที่ยากจะควบคุมและอื่นที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and incorrect image) ภาพลักษณ์ไม่ถูกต้องเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

โดยธรรมชาติและหรือกระบวนการสื่อสาร ไม่ตรงกับการรับรู้ของผู้รับสาร ภาพลักษณ์ที่ถูกต้อง ได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ (Product/ Service image) สินค้าและบริการก็มี ภาพลักษณ์ของตัวเองเช่นเดียวกับองค์กรสินค้าหรือบริการบางอย่างอาจมีภาพที่ไม่ค่อยดี แต่สินค้า หรือบริการบางอย่างก็มีภาพลักษณ์ในทางตรงกันข้าม เมื่อสินค้าหรือบริการที่องค์กรมีไม่ว่าจะมี ภาพลักษณ์เชิงลบหรือภาพลักษณ์เชิงบวกหรือกลาง ๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงแต่งให้มี ภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image) คล้ายกับภาพลักษณ์สินค้า แต่ในกรณีนี้ เป็นตราสินค้า ยี่ห้อสินค้า โลโก้สินค้า หรือสัญลักษณ์สินค้า เช่น ตรางู ตราดอกบัวคู่ เป็นต้น

9. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate image) เป็นภาพรวมขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยรวมเป็นทั้งสินค้า ยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหาร บริษัท ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institution image) คล้ายกับภาพลักษณ์องค์กร แต่มุ่งมอง เฉพาะตัวบริษัทหรือสถาบัน ความรับผิดชอบของสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง เจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้ไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้าหรือการตลาดหรือตราสินค้าอะไรทั้งสิ้น นอกจากบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา (2552, หน้า 1-7) แบ่งภาพลักษณ์ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐานว่าบุคคลผู้ใด อยู่ในสังคมนั้น ๆ มาจากแหล่งที่แตกต่างกันมีความรู้ความเชื่อฐานะทางเศรษฐกิจฐานะทางสังคม การศึกษาและอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน ทำให้สมาชิกสังคมจะมีภาพลักษณ์องค์กรหนึ่งเหมือนกัน จึงเป็นไปได้ นอกจากนี้ ยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางด้านความคิดของสมาชิกแต่ละคนในองค์กร ด้วย ดังนั้น การให้สมาชิกในองค์กรรวมถึงประชาชนได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้องขององค์กรและ นำเสนอเอกลักษณ์ขององค์กรที่ชัดเจน จะส่งผลให้ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีความเป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ เป็นภาพลักษณ์ที่สะท้อนความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อองค์กรในปัจจุบัน ภาพลักษณ์ปัจจุบันนี้มีความสำคัญเพราะจะทำให้องค์กรประเมิน สถานการณ์ขององค์กร ได้อย่างถูกต้อง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีองค์กรจะต้องสามารถค้นหา ภาพลักษณ์ที่แท้จริงให้พบก่อนที่จะมีการแก้ไข เสริมกำลังให้เป็นภาพลักษณ์ที่มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น การดำเนินการโดยปราศจากการศึกษาภาพลักษณ์ที่แท้จริงอาจเกิดการผิดพลาด ดังนั้น เมื่อพบ

ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหรือผิดเพี้ยนผู้บริหารที่ดีจะต้องหาภาพลักษณ์ในปัจจุบันให้ได้เมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror image) เปรียบได้กับเวลาที่ตนเองส่องกระจกเงาก็จะเห็นภาพของตนเองที่ปรากฏอยู่ต่อหน้าว่ามีลักษณะเป็นเช่นไรในภาพอาจมองว่าสวยงามในกรณีนี้ผู้บริหารอาจมองว่าองค์กรได้ทำสิ่งดีดีต่าง ๆ มากแล้ว ดังนั้น ภาพลักษณ์ขององค์กรจึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความเป็นจริงแล้วภาพลักษณ์ขององค์กรจะมีลักษณะเป็นเช่นไรก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งซึ่งประชาชนกลุ่มเป้าหมายสมาชิกอาจมองแตกต่างจากผู้บริหารได้

Kotler (2000, p. 296) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ในบริบทของการตลาดไว้ว่าภาพลักษณ์ (Image) เป็นวิธีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทและภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการภายใต้การควบคุมของธุรกิจ เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องค์กรธุรกิจจะสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบทางการบริหารจัดการได้แล้วอาจจำกัดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดให้ชัดเจน โดยจำแนกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or service image) หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียวไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตัวธุรกิจซึ่งบริษัทหนึ่ง ๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตราที่ยี่ห้อที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2. ภาพลักษณ์ตราที่ยี่ห้อ (Brand image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าที่ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่งหรือเครื่องหมายการค้าใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง (Trademark) ส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเพื่อบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของสินค้าโดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหลายยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกันแต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราที่ยี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัวโดยขึ้นอยู่กับกำหนัดตำแหน่งครองใจ (Positioning) ของสินค้าที่ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ

3. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงส่วนเดียวไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์กรทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการบุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคมและการทำประโยชน์แก่สาธารณะด้วย

Baskin, Aronoff and Lattimore (1997, p. 5) ได้ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการจัดการขององค์กรเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) หรือเป็นการติดต่อดสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรกับสาธารณชน ดังนั้น กล่าวสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลจาก องค์กรหรือสถาบัน ไปสู่ประชาชนที่ต่อเนื่องและมีแบบแผน เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายกับเกิด ความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธา ความเข้าใจความไว้วางใจต่อองค์กร

ดังนั้น ประเภทของภาพลักษณ์จะประกอบไปด้วยภาพลักษณ์ซ่อนเป็นภาพลักษณ์ของ องค์กรหรือหน่วยงานในสายตาของคนทั่วไป ภาพลักษณ์ปัจจุบันเป็นภาพลักษณ์ตาม ความเป็นจริง ภาพลักษณ์กระเจงมาเป็นภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารเชื่อเอาเองภาพลักษณ์ที่พึง ปรารถนา เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือพนักงานต้องการจะให้เกิดขึ้นกับองค์กร ภาพลักษณ์ สูงสุดที่ทำได้เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจการรับรู้ของ ผู้รับข่าวสารภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นไม่ตรงกับ ความเป็นจริงเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยธรรมชาติ ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นภาพลักษณ์ของ องค์กรใดองค์กรหนึ่งโดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรภาพลักษณ์ของสถาบันเป็น ภาพลักษณ์ ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์ขององค์กรแต่จะมุ่งมองเฉพาะตัวองค์กรหรือ ตัวสถาบันเพียงอย่างเดียว ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการเป็นภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ ขององค์กร ที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนและภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับ ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญและเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กรและต่อบุคคล ภาพลักษณ์ที่ดี นับเป็นการเตรียมความพร้อมขององค์กร แม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้น ก็สามารถแก้ไข ได้ทันท่วงที องค์กรต่าง ๆ ที่ได้รับความสนใจสาธารณชนมากขึ้น ทุกคนต้องการความรับรู้ และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดสินใจ ถ้าหากองค์กรให้ ภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจและได้รับการสนับสนุนร่วมมือทำให้องค์การนั้น ๆ ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าหากมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะได้รับการต่อต้านดูหมิ่น ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ นอกจากนี้ ความเจริญก้าวหน้า ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารยังมีผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย (ดวงพร คำคุณวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง, 2536, หน้า 82-83)

รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2546, หน้า 155-156) ภาพลักษณ์ขององค์กรมีลักษณะที่สำคัญ คือ

1. เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนได้รับและสิ่งเหล่านี้จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำของหน่วยงาน เช่น ธนาคารต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกันองค์กรหรือธนาคารนั้นจะต้องประพฤติในสิ่งดังกล่าวอย่างเคร่งครัด ซึ่งกลุ่มประชาชนที่เป็นลูกค้าสามารถประสบได้ตนเองหรือได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นที่มีประสบการณ์เหล่านั้นมา ก็จะทำให้เกิดความประทับใจซึ่งนำไปสู่การมีภาพลักษณ์ที่ดีตรงตามจุดประสงค์ของธนาคาร

2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ กล่าวคือ อาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้อันเนื่องมาจากสภาพการณ์ภายในหรือปัจจัยภายนอกองค์กรมากระทบ ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ จึงจะต้องมีการสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบว่าภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นอย่างไรและจะได้ส่งเสริม รักษา หรือแก้ไขให้ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรคงอยู่ตลอดไป

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่หยุดนิ่ง คือ เป็นสิ่งที่ต้องไม่ได้แย้งกับความจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับความจริง นั่นคือ ปรัชญา นโยบาย การดำเนินงาน การประพฤติปฏิบัติรวมทั้งคุณภาพของสินค้าหรือบริการขององค์กร

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือเป็นการสร้างภาพในใจของคนเราเกี่ยวกับบุคคล องค์กรสถาบัน หรือสิ่งต่าง ๆ ให้มันคงเป็นที่ยอมรับ โดยอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดผลใด ๆ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในบุคคล หรือองค์กรสถาบันนั้น

5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจน ถูกสร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมขึ้นเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อตอบสนองดึงดูดใจ และความรู้สึกทางอารมณ์ได้อย่างชัดเจน

6. ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่ายและแตกต่าง ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจนง่ายต่อการเข้าใจและการจดจำ มีความแตกต่างแต่สื่อความหมายได้ครบถ้วนตรงตามต้องการเช่น เครื่องหมาย (Logo) คำขวัญ (Slogan) ซึ่งก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้มีเอกลักษณ์ (Identity) ที่โดดเด่นนั่นเองที่มาของภาพลักษณ์มักจะเกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ ดังนี้ 1) ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เราไม่สามารถจะควบคุมได้ เช่น การเกิดลักษณะของธุรกิจเองที่เสี่ยงต่อการถูกโจมตีอยู่แล้ว โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริการสาธารณะหรืออาจจะเกิดขึ้นจากสิ่งบังเอิญทั้งหลาย เช่น การกระทำผิดพลาดโดยฝ่ายจัดการหรือโดยพนักงาน หรือเกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น 2) ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นด้วยการปรุงแต่ง โดยการกำหนดเอาไว้ล่วงหน้าว่าเราต้องการให้

สถาบันของเรามีภาพลักษณ์เช่นไรบ้าง เช่น ต้องการให้มีภาพลักษณ์ของความมั่นคงทางธุรกิจ ต้องการให้มีภาพลักษณ์ของความก้าวหน้าทันสมัย หรือต้องการให้มีภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และอยู่ภายใต้กฎหมายบ้านเมือง

อรอุมา ไชยเศรษฐ (2551, หน้า 10) ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร สถาบันสินค้า หรือธุรกิจต่าง ๆ เพราะเป็นมูลค่าที่แฝงอยู่เป็นภาพที่สร้างความเชื่อให้กับบุคคล ซึ่งจะดีหรือไม่ดีก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่แสดงให้สังคมได้รับรู้ผ่านการดำเนินงาน และการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น การสร้างความเข้าใจ และการแก้ไขปัญหาภัยพิบัติวิกฤตการณ์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นเรื่องที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพราะเมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว ก็เท่ากับวางรากฐานขององค์กรไว้อย่างแน่นหนา เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้น องค์กรยอมไม่สั่นคลอนมากนักและสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว การที่ภาพลักษณ์มีความสำคัญมากในปัจจุบัน สืบเนื่องมาจากเหตุผลหลายอย่างด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น การที่สินค้าบริการต่าง ๆ มีมากขึ้น เกิดการแข่งขันกันเพื่อครองใจลูกค้า ในวงการการเมือง นักการเมือง หรือพรรคการเมืองก็ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดความน่าเชื่อถือไว้วางใจอันจะทำให้ประชาชนยอมรับและเลือกให้เข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารประเทศ หรือในองค์กรและสถาบันต่าง ๆ หากมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะเกิดความไว้วางใจและได้รับความร่วมมือในกิจกรรมขององค์กร

องค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชนมากขึ้นทุกคนต้องการรับรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนร่วมมือให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเกลียดชัง ภาพลักษณ์เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้าองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี นับเป็นการเตรียมความพร้อมขององค์กร แม้วิกฤตเกิดขึ้นก็สามารถแก้ไข ทำให้เหตุการณ์กลับเป็นปกติได้อย่างทันท่วงที

ความสำคัญของภาพลักษณ์ เปรียบเสมือนหน้าตา และชีวิตจิตใจของคนขององค์กร สถาบัน หรือสรรพสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะเป็นทวิลักษณ์ คือ มีทั้งดีและไม่ดี เป็นที่แน่นอนว่าบุคคล องค์กร สถาบัน หรือสรรพสิ่งต่าง ๆ ก็ต้องการให้บุคคลอื่นมองตนในด้านดีเสมอ หากบุคคลอื่นมองว่าดีแล้วก็ต้องดำรงรักษาภาพลักษณ์ที่ดีนี้ไว้ หากมองว่าไม่ดี ก็จะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์เก่า ๆ นั้น หรืออาจจะต้องสร้างภาพลักษณ์ใหม่ขึ้นมารองรับ เพื่อให้อยู่ในสภาพที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดี มีความสมบูรณ์มากที่สุด นั่นคือ มีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ (Wish image) นั่นเอง

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่นการสร้างความเข้าใจ และการสร้างปัญหาในยามเกิดวิกฤตการณ์การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นเรื่องที่องค์กรต้องให้ความสำคัญเพราะเมื่อมีการได้สร้างภาพลักษณ์ไว้ดีแล้วก็เท่ากับว่าวางรากฐานขององค์กรไว้อย่างนั้นแน่นเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้นองค์กรย่อมไม่สั่นคลอนมากนักและสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว (สุพิณ ปัญญามาก, 2540, หน้า 85)

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540, หน้า 83-84) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรหน่วยงาน สถาบันนักประชาสัมพันธ์และผู้ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ควรยึดหลัก ดังนี้

1. ค้นหาถึงจุดดีและจุดบกพร่องหรืออ่อนแอแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้ว ในปัจจุบันการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาจุดทางและการวางแผนการดำเนินการในขั้นต่อไปการค้นหานี้ อาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติท่าทีและความรู้สึกนึกคิดของประชาชนกลุ่มเป้าหมายรวมถึง อาจใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

2. วางแผนกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์กรสถาบันต้องการสร้างให้เกิดขึ้น ในจิตใจของประชาชนเช่นอาจถามตนเองว่าสถาบัน คือ ใครทำอะไรจุดยืนของสถาบัน คือ อะไร และหน่วยงานหรือสถาบันต้องการที่จะทำให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางใดหรือต้องการ ให้มีความรู้สึกนึกคิดท่าทีต่อหน่วยงานสถาบันของเราเป็นอย่างไรเป็นต้นจากนั้นก็นำมาพิจารณา ประกอบการวางแผนเพื่อดำเนินงานต่อไป

3. คิดหัวข้อต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชนซึ่งหัวข้อเหล่านี้ คือ เนื้อหาข่าวสารที่จะทำให้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชาชน อาจใช้คำขวัญหรือข้อความ สั้น ๆ ที่กินความรู้และชวนให้อ่านได้ง่ายสิ่งสำคัญคือ หัวข้อเหล่านี้จะต้องมีประสิทธิภาพ ในการดึงดูดความสนใจและมีอิทธิพลโน้มน้าวชักจูงใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ตาม ความต้องการ

4. การใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

อำนาจ วิรวรรณ (2540, หน้า 91-92) สรุปภาพลักษณ์ที่สังคมต้องการ ไว้ดังนี้

1. เป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก เพราะกิจกรรมที่แต่ละองค์กรกระทำ ย่อมมีเหตุผลต่อสังคมอย่างแน่นอน ถ้าองค์กรใดมีความเจริญก้าวหน้าทันโลก ยังมีความคล่องตัว ในการปรับกิจกรรมให้ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ผลผลิตที่ออกมาย่อมมีประสิทธิภาพเกื้อหนุน สังคมให้มีความอยู่ดีกินดีด้วย

2. มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า องค์กร ในฐานะผู้ผลิตสินค้าหรือบริการย่อมต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ใช้ผลผลิตอย่างแน่นอน ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นสมาชิกในสังคมย่อมต้องการบริการที่มีประสิทธิภาพ คือ ต้องการความสะดวกรวดเร็วถูกต้อง มีอัตรายักษ์ไมตรี และบางครั้งต้องรักษาความลับในเรื่องที่ลูกค้าไม่ต้องการเปิดเผยได้ นอกจากนี้ลูกค้ายังต้องการองค์กรที่มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับเขา เพื่อจะได้ทราบความต้องการของเขา และสามารถจัดสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการของเขาได้อย่างถูกต้อง

3. มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ องค์กรที่มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่มีประสิทธิภาพย่อมสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประสิทธิภาพให้แก่สังคมด้วย นอกจากนี้ องค์กรในลักษณะดังกล่าวย่อมมีแนวโน้มที่จะเจริญก้าวหน้าเป็นองค์กรที่มั่นคงในที่สุด

4. ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม เศรษฐกิจของประเทศชาติจะมั่นคงประชาชนจะพอยู่พอกินตามสมควรแก่อัตรา ย่อมเกิดจากองค์กรที่ประกอบกิจการโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวมเป็นสำคัญ

5. ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง ที่บัญญัติขึ้นมาเพื่อรักษาประโยชน์ของคนโดยส่วนรวมเป็นสำคัญ ถ้าหากองค์กรใดปฏิบัติตามกรอบกฎหมายของบ้านเมือง ย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อส่วนรวม องค์กรในลักษณะนี้เป็นองค์กรที่สังคมต้องการ

6. มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง องค์กรใดที่ประกอบกิจกรรมโดยคำนึงถึงความก้าวหน้า ความมั่นคงและสวัสดิการของประชาชนส่วนรวม และพยายามเกื้อหนุนสังคมให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ควรเป็นทั้งในด้านการศึกษา ศิลธรรมและวัฒนธรรม ย่อมถือได้ว่าเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูงต่อสังคม

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2540, หน้า 49) การที่จะสร้างภาพลักษณ์เกิดขึ้นต้องอาศัยพื้นฐานความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและต้องเป็นความรู้ความเข้าใจที่สามารถทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจเกิดความศรัทธาเกิดความเชื่อถือเพื่อที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะจดจำได้และสะสมพัฒนาเอกลักษณ์ในที่สุด

สรุปการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับองค์กรสร้างความเชื่อมั่น สร้างความไว้วางใจความเชื่อถือการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับองค์กรซึ่งมักเกิดจากมุมมองหรือสิ่งที่พบเห็นได้ยืนหรือได้สัมผัสสมาทำให้เกิดความประทับใจ ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญเป็นจุดยืนที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

ภาพลักษณ์ขององค์การตามกรอบตามแนวคิดของ Gregory and Wienhmann

Gregory and Wienhmann (1991, pp. 1-27) กล่าวว่าไว้ว่า “การบริหารทางด้านการตลาด” ความหมายของภาพลักษณ์องค์การ มีคำตอบมากมายหลายความหมายที่เป็นเช่นนี้เพราะภาพลักษณ์ของหน่วยงานมีความเป็นไปได้ที่จะทำให้อุปกรณ์เป้าหมายมีความสนใจ ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องสนใจและให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ การสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ถูกต้องจะทำให้มีความก้าวหน้าไปสู่จุดมุ่งหมายที่วางไว้ และความเป็นจริงแล้วการใช้กลยุทธ์ด้านต่าง ๆ นั้น ก็เป็นสิ่งจำเป็นต่อการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ภาพลักษณ์ของหน่วยงานจะเกิดขึ้นจากความประทับใจที่ได้สังเกตจากประสบการณ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์ของการสร้างภาพลักษณ์ได้เสนอกลยุทธ์พื้นฐานในการสร้างภาพลักษณ์ไว้ 7 ประการ ดังนี้

- 1.1 การแสดงพฤติกรรมให้บุคคลทั่วไปยอมรับเชื่อถืออันเป็นผลดีที่จะให้ความรักความไว้วางใจ
- 1.2 การกำหนดเป้าหมายที่แน่ชัดของหน่วยงานหลังจากการร่วมงานการครอบครองหน่วยงานการเข้าถึงสิทธิ์หรือการเปลี่ยนชื่อหน่วยงาน
- 1.3 การวางแผนการตลาดเพื่อสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์
- 1.4 อิทธิพลของผู้เกี่ยวข้องและการคลังของหมู่คณะ
- 1.5 การสร้างหน่วยงานให้มีตำแหน่งที่เหมาะสมตามสถานการณ์
- 1.6 การมีส่วนร่วมช่วยเหลือสงเคราะห์ดูแลเมื่อเกิดวิกฤตการณ์
- 1.7 การสร้างสิ่งดึงดูดใจโดยเน้นพฤติกรรมพนักงานเป็นสำคัญ

2. พื้นฐานสู่ความสำเร็จแนวคิดพื้นฐานของความสำเร็จมี 3 ประการ คือ ต้องการจะศึกษาสิ่งต่อไปนี้

- 2.1 ทิศทางหรือจุดรวมต้องชัดเจนมีเป้าหมายในการดำเนินงานแน่นอนเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมีสื่อกลางที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย
- 2.2 ความคิดสร้างสรรค์ความเจ็บคมทันเหตุการณ์ปัจจุบันต้องศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแล้วหาทางสนองความต้องการนั้น
- 2.3 ความมั่นคงหรือความสอดคล้องจะต้องมีการณรงค์โฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องอันเป็นผลต่อชื่อเสียง

3. การสร้างภาพลักษณ์สู่ความสำเร็จมี 6 ประการ ดังนี้

- 3.1 การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายโดยการกล่าวถึงสิ่งที่เป็นจริงที่กลุ่มเป้าหมายรับรู้
- 3.2 มีทิศทางของภาพลักษณ์ให้สอดคล้องกับการสร้างงานได้

3.3 การรู้จักตนเองหน่วยงานต้องรู้ว่าภาพลักษณ์ของหน่วยงาน คือ อะไรหน่วยงานต้องการสร้างภาพลักษณ์โดยรวมเป็นอย่างไรควรมีการวิจัยหาข้อมูลโดยตั้งแต่ก่อนมีโครงการสร้างภาพลักษณ์ระหว่างดำเนินการและหลังจากการวางโครงการสร้างภาพลักษณ์

3.4 จุติรวมหรือจุดเน้นหน่วยงานต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไรต้องเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุดเพื่อที่จะทำให้หน่วยงานสามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ใช้บริการมากขึ้นด้วย

3.5 การสร้างสรรค์ความนิยมในการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานต้องศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแล้วหาหนทางไปสู่จุดที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ

3.6 ประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการใหม่ ๆ เพื่อให้ความเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอให้กลุ่มเป้าหมายทราบความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน

จากแนวความคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ภาพโดยรวมขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมถึงความประทับใจไม่ว่าจะเป็นในทางที่ดีหรือไม่ดีและพฤติกรรมที่องค์กรแสดงออกให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ทั้งด้านสถาบันและตัวบุคลากรในองค์กร หน่วยงานหรือสถาบันสามารถที่จะสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานของตนเองได้นั้น ต้องมีการสำรวจจากการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ถ้าผลการสำรวจออกมาในทางที่ดีก็ถือว่าในงานนั้นมีความมั่นคงเป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือและมีความสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมายแต่ถ้าผลที่สำรวจออกมาในทางที่ไม่ดีแสดงว่าหน่วยงานนั้นจะต้องรีบสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติไม่ได้ ในการสร้างภาพลักษณ์นั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานจะต้องใช้วิธีการหรือกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจภาพลักษณ์ในการวางแผนเพื่อสร้างหรือเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ไปในแนวทางที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โรงเรียนเป็นองค์กรประเภทหนึ่งซึ่งมีลักษณะเป็นองค์กรสาธารณะและมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริการแก่คนในสังคมให้ได้รับการศึกษาอย่างยุติธรรม มีคุณภาพโดยทั่วถึงกัน ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการยอมรับ (Acceptance) และด้านความศรัทธา (Appreciation) (พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร, 2537, หน้า 125) ภายในองค์กรต้องมีคุณลักษณะหลายอย่างผสมผสานกัน องค์กรต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นองค์กรที่มั่นคงพึ่งพาได้ เป็นองค์กรที่มีความชอบธรรม มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของสังคมโดยมีอุดมการณ์ ดำเนินการ ตามบทบาทหน้าที่

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2548, หน้า 13) ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ เป็นมิติหนึ่งของภาพลักษณ์องค์กรเป็นที่น่าเชื่อถือของบุคคลภายนอกและภายในองค์กรรับรู้ถึงคุณภาพของ

โรงเรียน ครูมีความสามารถในการงานวิชาการ มีความรู้ความสามารถในการสอน ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีผลงานเป็นที่น่าเชื่อถือ ดูแลเอาใจใส่ต่อผู้เรียน ให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรม นำความรู้ไปพัฒนาสังคมได้ มีหลักสูตรการสอนและการจัดการเรียนการสอนที่ผู้ปกครองให้ความไว้วางใจตลอดจน โรงเรียนมีสถานที่กว้างใหญ่มั่นคงปลอดภัยสวยงามร่มรื่นมีสนามกีฬาหลายประเภท มีแหล่งเรียนรู้ และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ การยอมรับเป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งของภาพลักษณ์ เพราะภาพลักษณ์จะมีความชัดเจนที่ต้องการของบุคคลและให้การยอมรับ ซึ่งได้ให้ความหมายว่าเป็นการตกลงหรือการเห็นด้วยโดยกระบวนการที่ทำให้เกิดการยอมรับได้ต้องประกอบด้วย การรู้จักสิ่งนั้นมีความรู้สึกที่น่าสนใจและเมื่อนำไปปฏิบัติหรือทดลองแล้วประเมินได้ว่ามีค่า และการยอมรับ ในลักษณะที่เป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียนจะประกอบด้วยความรู้สึกของผู้ปกครองต่อโรงเรียน เช่น ผู้ปกครองมีความนิยมในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียน ผู้บริหาร และครูมีความเป็นผู้นำ มีความเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักเรียน โรงเรียนมีโครงการที่ได้รับความร่วมมือจากชุมชน และผู้ปกครอง เป็นต้น

จิราภรณ์ สีขาว (2536, หน้า 28-29) ได้เสนอแนวคิดในการศึกษาด้านการยอมรับของสถาบัน ประกอบด้วย การบริหารงานของสถาบันเป็นแบบอย่างได้ การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การเกิดความภาคภูมิใจในสัญลักษณ์ของสถาบัน คุณภาพของผู้ที่ผ่านการอบรมของสถาบัน ความศรัทธาเป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคลที่มีความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหมายถึง ความเชื่อ ความเลื่อมใสต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตลอดจนยึดถือเป็นแนวคิดเป็นวิถีชีวิตและเป็นรูปแบบของพฤติกรรมในการแสดงออก ความศรัทธาเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความจงรักภักดีความเพียรพยายามในการกระทำที่ก่อให้เกิดความสำเร็จลักษณะที่แสดงออกถึงความศรัทธาของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนในลักษณะนี้เช่น มีความภูมิใจกับความสำเร็จของบุตรหลานที่ได้ศึกษาในโรงเรียน มีความประทับใจกับการดำเนินงานต่าง ๆ ของโรงเรียน

ราชบัณฑิตยสถาน (2546, หน้า 393) การยอมรับลักษณะสำคัญประการหนึ่งของภาพลักษณ์เพราะภาพลักษณ์จะมีความชัดเจนเป็นที่ต้องการของบุคคลและให้การยอมรับ หมายถึงการตกลงการเห็นด้วยโดยกระบวนการที่ทำให้เกิดการยอมรับได้ต้องประกอบด้วยการรู้จักสิ่งนั้นมีความรู้สึกที่น่าสนใจ

ความน่าเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธา เป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่ผู้ปกครองมีต่อโรงเรียน ได้แก่ ความรู้สึกประทับใจ ด้านคุณภาพผู้เรียน คุณภาพครู หลักสูตรการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ ตลอดจนความสัมพันธ์กับชุมชน ทำให้ผู้ปกครองมีความเชื่อมั่น ที่จะส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาในสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของบุตรหลานที่ได้ศึกษาในสถานศึกษาที่มีคุณภาพ

ทฤษฎีการรับรู้ (Perception theory)

ทฤษฎีการรับรู้ (Perception theory) การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใด ๆ จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและ ความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้น ๆ ดังนั้น การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วย ประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิต คือ ความรู้เดิม ความต้องการและเจตคติ เป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วย กระบวนการสามด้าน คือ การรับสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์โดยหลักการ คือ

1. การรับรู้จะพัฒนาตามวัยและความสามารถที่จะรับรู้สิ่งภายนอกอย่างถูกต้อง และเหมาะสม
2. การรับรู้โดยการเห็นจะก่อให้เกิดความเข้าใจดีกว่าการได้ยินและประสาทสัมผัสอื่น ๆ ดังนั้น การเรียนรู้โดยผ่านประสาทสัมผัสได้มากจะก่อให้เกิดความเข้าใจที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. ลักษณะและวิธีการรับรู้ของแต่ละคนจะแตกต่างกันตามพื้นฐานของบุคลิกภาพ และจะแสดงออกตามที่ได้รับรู้และทรงระคะนะของเขา
4. การเข้าใจผู้เรียนทั้งในด้านคุณลักษณะและสภาพแวดล้อมจะเป็นผลดีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์องค์กร ทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาที่เชื่อว่าคนเรามีการรับรู้ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับถึงความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะส่งผลถึงความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ การรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสารเข้าด้วยกันและตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้น โดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสังสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้หมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกันผู้รับสารสองคน อาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง คือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
2. ประสบการณ์เดิม (Past experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบสมาคมกับคนต่างกัน

3. กรอบอ้างอิง (Frame of reference) ซึ่งเกิดจากการตั้งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้น คนที่มาจากต่างครอบครัว สถานภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาต่างกันจึงมีการรับรู้ในเรื่องต่าง ๆ ต่างกัน

4. สิ่งแวดล้อมคนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ จะเปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารที่ได้รับต่างกัน

5. สภาพจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ตัวอย่างเช่น เรามักมองปัญหาของตนเองเป็นปัญหาใหญ่ เป็นต้น

กระบวนการรับรู้ ซึ่งบุคคลได้รับจากสิ่งรอบตัวแล้วส่งผ่านไปยังสมองและเกิดการตีความหมายของการรู้สึกสัมผัสที่ได้รับจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งและแปลความหมายเป็นความเข้าใจในสารที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความรู้พื้นฐานและประสบการณ์เดิมของบุคคลนั้น ตลอดจนสังคม ความเชื่อ เจตนาคติ ความคาดหวัง และสภาพจิตใจของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป จึงมีผลทำให้การรับรู้และตีความหมายแตกต่างกันออกไป นอกจากนั้นแสงและสีก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์ด้วย ซึ่งทฤษฎีการรับรู้ที่นักออกแบบต้องศึกษาสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

1. ทฤษฎีการรับรู้ภาพด้วยการรู้สึก (Sensual theories of visual communication)
2. ทฤษฎีการรับรู้และการเข้าใจภาพ (Perception theories of visual communication)

ทฤษฎีการรับรู้ภาพด้วยการรู้สึก (Sensual theories of visual communication) การรับรู้ภาพด้วยการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นจากการที่มีสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว เราที่ได้เข้ามากระทบตัวเราจนเกิดเป็นการรับรู้ได้โดยปราศจากการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากมนุษย์เราสามารถรับรู้ได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การมองเห็น การได้ยินเสียง การได้กลิ่น การได้สัมผัส และการได้รส ส่งผ่านไปยังสมอง และเกิดเป็นการรับรู้ด้วยการรู้สึกถึงสิ่งต่าง ๆ ซึ่งการรับรู้ด้วยการรู้สึกเช่นนี้ไม่จำเป็นที่จะต้องอาศัยความรู้และการเข้าใจในการตีความหมายก็สามารถรับรู้และเข้าใจได้ ทฤษฎีการรับรู้และการเข้าใจภาพ (Perception theories of visual communication) การรับรู้ภาพหมายถึง การมองเห็นและรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นอยู่ทุกวันในชีวิตประจำวันของเราด้วยความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งต่าง ๆ การรับรู้และส่วนหนึ่งของการเรียนรู้สิ่งใหม่ ถ้าสามารถจดจำสิ่งนั้น ๆ ได้จะช่วยให้การเรียนรู้สิ่งใหม่ และช่วยให้การเรียนรู้ก้าวหน้าเพิ่มมากขึ้น เมื่อเราเข้าใจและสามารถรับรู้ได้ด้วยการรู้สึกได้จะช่วยให้เราสามารถเลือกใช้เพื่อสื่อความหมายได้ดียิ่งขึ้น (Wade, 2013, pp. 4-28; Harris, 2014, p.16; Goldstein, 2014, p. 5)

สรุปการรับรู้ คือ การตีหรือแปลความหมายข้อมูล จากการสัมผัส ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจว่าสิ่งที่มาสัมผัสนั้น คือ อะไร เป็นอย่างไร ในการตีความหรือแปลความหมายนี้ ต้องอาศัยการจัดหมวดหมู่ของสิ่งเร้า ประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ผ่านมา อารมณ์และแรงจูงใจ

การจัดหมวดหมู่ของสิ่งเร้ามีหลายลักษณะ เช่น จัดโดยอาศัยความคล้ายคลึง อาศัยความต่อเนื่อง การจัดหมวดหมู่ของสิ่งเร้านี้ ช่วยให้เราแปลความหมายการรับรู้ได้ถูกต้องและรวดเร็วขึ้น

ทฤษฎีการกระทำระหว่างกันด้วยสัญลักษณ์ (Symbolic interactionism)

การกระทำระหว่างกันด้วยสัญลักษณ์ หมายถึง การกระทำของบุคคลที่มีผลต่ออย่างใดอย่างหนึ่ง ความคิดหรือการกระทำของบุคคลอีกคนหนึ่ง ไม่ว่าจะการกระทำจะเป็นไปในทิศทางเดียวหรือเป็นการกระทำทั้งสองฝ่าย ในการกระทำระหว่างกันทางสังคมนั้น จะต้องมีการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) อย่างใดอย่างหนึ่งสื่อความหมายระหว่างกัน เช่น การโฆษณาสินค้า ใช้ภาษารูปภาพ เป็นต้น ดังนั้น การกระทำระหว่างกันทางสังคมจึงต้องเป็นการกระทำระหว่างกันทางสัญลักษณ์

ทฤษฎีการกระทำระหว่างกันด้วยสัญลักษณ์ (Symbolic interactionism) เป็นทฤษฎีหลักอีกทฤษฎีหนึ่งของสังคมวิทยา ทฤษฎีนี้เริ่มด้วยความคิดเรื่องการกระทำระหว่างกัน (Interactionism) และสัญลักษณ์ (Symbol) ซึ่งเป็นหัวใจแล้วจึงขยายวงออกไปถึงมนุษย์แต่ละคน ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสังคมและสภาพของสังคมมนุษย์ ทฤษฎีนี้นับเป็นทฤษฎีประเภทจุลภาค เพราะให้ความสำคัญต่อมนุษย์แต่ละคน ทฤษฎีนี้เข้ามาช่วยให้ความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ (จิตใจตัวตน หรือ อัตตา บุคลิกภาพ) และสังคมครบถ้วนสมบูรณ์มากขึ้น

การกระทำระหว่างกันด้วยสัญลักษณ์และการกระทำระหว่างกันทางสังคมสิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเบื้องต้น คือ การกระทำระหว่างกันทางสังคมและการกระทำระหว่างกันด้วยสัญลักษณ์ การกระทำระหว่างกันทางสังคม (Social interaction) หมายถึง การกระทำของบุคคลที่มีผลอย่างหนึ่งต่อความคิดหรือการกระทำของบุคคลอีกคนหนึ่ง ไม่ว่าจะการกระทำนั้นจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์ ดังนั้น การกระทำระหว่างกันด้วยสัญลักษณ์ (Symbolic interactionism)

นอกจากนั้น นักสังคมวิทยายังได้แบ่งแยกการกระทำระหว่างกันทางสัญลักษณ์ออกจาก การกระทำระหว่างกันทางพฤติกรรม (Behavioral interactionism) โดยการกระทำระหว่างกันทางสัญลักษณ์มีการถ่ายทอดความคิดด้วย ส่วนการกระทำระหว่างกันทางพฤติกรรมไม่มีการถ่ายทอดความคิด การเข้าใจกันระหว่างคู่สัมพันธ์จะอาศัยพฤติกรรมที่แสดง (Overt behaviors) เท่านั้น การกระทำระหว่างกันทางพฤติกรรมเป็นการกระทำระหว่างกันของสัตว์โลกโดยทั่วไป ในขณะที่การกระทำระหว่างกันทางสัญลักษณ์ เป็นของมนุษย์แต่สำหรับมนุษย์จะใช้การกระทำระหว่างกันทั้งสองอย่างผสมกันในการเข้าใจกัน คือ อาศัยพฤติกรรมที่แสดงออกเป็นสื่อในการรู้ความหมายของคู่สัมพันธ์ เนื่องจากการกระทำระหว่างกันทางสัญลักษณ์ต้องมีการสื่อความคิดกันเช่นนี้ จึงทำให้นักสังคมวิทยาใช้คำนี้กับคำว่า การสื่อสาร (Communications) แทนกันอยู่เสมอ ถือว่ามีความหมายเหมือนกัน ซึ่งบางทีก่อให้เกิดปัญหาได้เหมือนกัน เพราะความหมายของการกระทำ

ระหว่างกันทางสัญลักษณ์ เช่น เมื่อใช้คำว่า การสื่อสารกับกรณีนักล้วง ปฏิบัติการล่วงกระเป่า ผู้โดยสารรถเมล์หรือกรณีกองทหารบุกเข้าโจมตีศัตรู แทนที่จะใช้คำว่า การกระทำระหว่างกันทาง สัญลักษณ์ (สัญญา สัญลักษณ์วิวัฒน์, 2551, หน้า 158; Calhoun, 2007, p. 67; Georger & Jeffrey, 2014, pp. 348-354; Jonathan, 2014, p. 99; Dillon, 2014, pp. 279-281)

ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นการรับรู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือนำมากำหนด เป็นภาพลักษณ์ ขององค์กร หน่วยงานต้องกำหนดทิศทางให้ชัดเจนถึงเป้าหมายในการสร้าง ภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีบทบาทสำคัญที่สุดในการกำหนดแนวทาง รู้จักตนเองว่าเป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่มีภาพลักษณ์เป็นอย่างไร และภาพลักษณ์ที่ต้องการให้ เกิดขึ้น คือ อะไร จุดเน้นต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไรอยู่ มีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน มีการสร้างสรรค์งาน โดยใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ความคงเส้นคงวา ความสม่ำเสมอในการสร้างภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ในสิ่งที่กระทำได้จริง หรือการปรับความเข้าใจกับข่าวลือ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ จากการศึกษาแนวคิด ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำแนวคิด กลยุทธ์และวิธีการสร้างภาพลักษณ์มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา โรงเรียนให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ยอมรับ และศรัทธา ตลอดจนการสร้างความรู้สึที่ดีแก่ผู้ปกครอง และ เพื่อให้บริการปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนา อันเป็นข้อมูลในการวางแผนการกำหนดทิศทาง ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วชิรวิทย์ ยางไชย (2554) ศึกษาวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษา ตามทัศนะของนักเรียน: การวิจัยแบบผสมวิธี ผลการวิจัย พบว่า 1) นักเรียนมัธยมศึกษาเห็นว่า ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาโดยรวมทั้ง 8 ด้านอยู่ในระดับพอใช้ทุกด้าน โดยเรียงจากด้านที่มี ภาพลักษณ์ดีที่สุด ไปต่ำสุด ได้แก่ 1) ด้านหลักสูตรการศึกษามีภาพลักษณ์ดีที่สุด รองลงมา ได้แก่ 2) ด้านการจัดการเรียนการสอน 3) ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม 4) ด้านความก้าวหน้าใน อาชีพ 5) ด้านสื่อการเรียนการสอน 6) ด้านผู้บริหารและคณาจารย์ 7) ด้านนักเรียนนักศึกษา และ 8) ด้านการศึกษาต่อ 2) นักเรียนมัธยมศึกษาที่มีเพศ เกรดเฉลี่ย ระดับชั้น การศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครองและรายได้ของผู้ปกครองต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ อาชีวศึกษาในแต่ละด้านต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า 1) เพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาดีกว่าเพศชาย 2) นักเรียนที่มีผลการเรียนสูง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษา ดีกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำ 3) นักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษา ดีกว่านักเรียน

ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 4) นักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษา ดีกว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีการศึกษาดังแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป 5) นักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัท อาชีพรับจ้าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาดีกว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น 6) นักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีรายได้น้อยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษา ดีกว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีรายได้สูง 3) นักเรียนมัธยมศึกษาที่มีประเภทของโรงเรียน ที่ตั้งของโรงเรียนและภูมิภาคที่ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษา ในแต่ละด้านต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น ด้านการประชาสัมพันธ์

รุ่งราวรรณ เสนารักษ์ (2552) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษา พบว่า ปัจจัยกับภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษาในภาพรวมของกลุ่มผู้บริหาร กลุ่มอาจารย์ และกลุ่มนักศึกษา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .686 .678 และ .554 ตามลำดับ ตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดของกลุ่มผู้บริหาร พบว่า มี 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านชุมชน ปัจจัยด้านผู้บริหาร ปัจจัยด้านคณาจารย์ และปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย กลุ่มคณาจารย์ มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านชุมชน ปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก และกลุ่มนักศึกษา มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยด้านคณาจารย์ ซึ่งในแต่ละกลุ่มสามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษาในภาพรวมได้ร้อยละ 72.90 69.60 และ 52.10 ตามลำดับ

สราวุฒิ ตรีรัตน์ตระกูล (2556) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนไทยของนักเรียนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ด้านวิชาการ ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของบัณฑิต ภาพลักษณ์ด้านการยอมรับ และทำประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ ภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยี ภาพลักษณ์ด้านหน่วยกิตของมหาวิทยาลัยเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับคะแนนเฉลี่ย ระดับรายได้ของครอบครัว ประเภทของสถาบันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ 0.05 อาจเกิดจากชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ผู้วิจัยศึกษา เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความโดดเด่นใกล้เคียงกัน และมหาวิทยาลัยเหล่านี้ไม่ได้สื่อสารให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตเทศบาลนครราชสีมา รับทราบภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของตนเองในสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น สื่อ Internet หรือ โทรทัศน์ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการสื่อสารในสื่อโทรทัศน์มีราคาต่อวินาทีที่แพง แต่ละมหาวิทยาลัยจึงเน้นการแจ้งข่าวการเปิดรับสมัครในคณะวิชาต่าง ๆ หรือช่วงเวลาการรับสมัครมากกว่าการสื่อให้กลุ่มตัวอย่างทราบภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของมหาวิทยาลัย

กมล นาคสมบูรณ์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญในจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ คือ การบริหารงานกิจการนักเรียน การบริหารวิชาการ การบริหารงานบุคคล การจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียนและอาคารสถานที่ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน การเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน การบริการรถรับส่ง และอาหารกลางวันแก่นักเรียน เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการที่จะส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญ ในจังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะห่างจากบ้านมาโรงเรียน พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอิสระทั่วไป มีการตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนสายสามัญ ในจังหวัดระยอง โดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจที่จะส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญ ในจังหวัดระยอง ด้านบริหารวิชาการ การบริหารงานกิจการนักเรียน การบริหารงานบุคคล การจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียนและอาคารสถานที่ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน และด้านบริการรถรับส่ง และอาหารกลางวันแก่นักเรียน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000-10,000 บาทต่อเดือน และผู้ปกครองที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญ ในจังหวัดระยอง ด้านการเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน และด้านบริการรถรับส่ง และอาหารกลางวันให้นักเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ชลรัตน์ ชลมารค (2546) ศึกษาภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและมัธยมศึกษาเอกชน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือ ศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

2. ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้น ด้านบุคลิกภาพของโรงเรียน เรื่องสภาพสนามกีฬาและบริเวณ โรงเรียน และด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือ ศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผู้ปกครองโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนมีความคิดเห็นต่อ ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือ ศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

ราไฟ เลียงจันทร์ (2541) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนคติของครูและนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตการศึกษา 12 เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามสถานภาพครูและนักเรียน เพศของครู ประสบการณ์ในการทำงาน เพศของนักเรียนและสาขาวิชาที่เรียน ผลการวิจัย พบว่า 1) ครูและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ครูเพศชายและหญิง มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน มีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี และ 5 ปีขึ้นไป มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 4) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เพศชายและหญิง มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยภาพรวมด้านความเชื่อถือ และความศรัทธา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการยอมรับ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

Harding (1987) ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน เรื่อง “A design for the measurement of the school” โดยศึกษากับผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษา จำนวน 5 โรงเรียน และผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 โรงเรียน ของเขตพื้นที่การศึกษาตอนใต้ของรัฐแคลิฟอร์เนีย ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาพลักษณ์โรงเรียนพิจารณาหรือระบุได้จาก 16 องค์ประกอบ ได้แก่ ครู (Teacher) ครูใหญ่ (Principal) รูปร่างลักษณะอาคารสถานที่ (Physical plan appearance) สารเสพติด (Substance abuse) การต้อนรับของบุคลากรโรงเรียน (Reception by school employee) สถานที่ตั้งและบริเวณชุมชน (Location and neighborhood) กิจกรรมเสริมหลักสูตร (Extracurricular activities) วินัยของนักเรียน (Discipline) ผลการเรียนของนักเรียน (Test scores) พฤติกรรมต่อต้านของนักเรียน ความประพฤติของนักเรียน การให้การสนับสนุนของผู้ปกครอง

ความหนาแน่นของโรงเรียน การสื่อสัมพันธ์กับผู้ปกครอง บรรยากาศโรงเรียน การจรรยาและเสีย
 2) ภาพลักษณ์โรงเรียนมีความผันแปรไปตามกลุ่มผู้ปกครองที่มีความแตกต่างกันตามสภาพ
 ความเป็นชุมชนกลุ่มน้อย ระดับรายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส 3) ชนกลุ่มน้อย
 มีทัศนคติทางบวกกับภาพลักษณ์โรงเรียน ส่วนกลุ่มชนผิวขาวชั้นกลาง มีทัศนคติทางลบกับ
 ภาพลักษณ์โรงเรียน

Hassan (1989) ศึกษาเกี่ยวกับการหาวิธีวัดภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาโดย
 วิเคราะห์ภาพลักษณ์ของสถาบันภาษา 2 แห่ง ได้แก่ Brown university และ Boaton college
 ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันเกิดจากความเข้มแข็งทางวิชาการการที่มีคณาจารย์ที่มี
 ความรู้ความสามารถและการได้รับการสนับสนุนจากศิษย์เก่านักศึกษาได้รับการคัดเลือกและ
 การได้รับการเผยแพร่กิจกรรมของวิทยาลัยจากกลุ่มสื่อมวลชน

Alvarez (1991) ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน โดยศึกษาจากปกครองนักเรียนหลาย
 เชื้อชาติจำนวน 441 คนที่มีบุตรหลานเรียนอยู่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่ตั้งอยู่ในชุมชนเมืองของ
 สหรัฐอเมริกาและประชาชนทั่วไปจำนวน 117 คน ซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชนเมืองเช่นกัน ผลการวิจัย
 พบว่า ภาพลักษณ์โรงเรียนมีความซับซ้อนได้หลายมุมมองประกอบด้วย 4 มิติที่แตกแยกไม่
 เหมือนกัน ได้แก่ ปัญหาของโรงเรียนความรู้สึกชอบพอคุณภาพการสอนของครูและขนาดของ
 โรงเรียนคนที่มีเชื้อชาติต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนแตกต่างกัน โดยคนจาก
 เอเชียมีความรู้สึกทางบวกกับภาพลักษณ์ของโรงเรียน ส่วนคนผิวดำมีความรู้สึกทางด้านลบกับ
 ภาพลักษณ์ของโรงเรียนโดยประชาชนทั่วไปที่ไม่มีบุตรหลานเรียนในโรงเรียนมีความรู้สึกทางลบ
 มากที่สุดกับภาพลักษณ์โรงเรียน

Joyce (1992) ศึกษาเหตุผลของผู้ปกครองที่เลือกโรงเรียนชั้นประถมศึกษาของรัฐบาล
 ระหว่างโรงเรียน Stenbenville public school ในมลรัฐ Ohio และ St. Paul public school ในมลรัฐ
 Minnesota พบว่า ความเห็นที่เหมือนกันมากในการเลือกโรงเรียน มี 8 ข้อ ดังนี้ 1) คุณภาพของครู
 2) ระเบียบของโรงเรียน 3) วินัยของโรงเรียน 4) หลักสูตรพิเศษ 5) จริยธรรมของครู 6) การประเมิน
 ความสามารถของครู 7) ความรับผิดชอบของโรงเรียน 8) มีแนวการสอนหลากหลายเหตุผล
 ที่มีความสำคัญน้อยที่สุดของผู้ปกครอง คือ รายได้ของผู้ปกครอง และพื้นฐานทางคุณธรรม
 ส่วนความเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการองค์การในโรงเรียน มี 8 ข้อ คือ
 1) เป็นระบบ 2) มีการกระจายอำนาจ 3) มีความเป็นอิสระแบบเอกชน 4) ให้ผลสัมฤทธิ์ทาง
 การศึกษาที่ต้องการ 5) มีลักษณะความเป็นผู้นำ 6) มีอิทธิพลต่อการแข่งขันสูง 7) มีความสัมพันธ์
 ชุมชนดี 8) มีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

จากการศึกษาเอกสารบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของตัวสถาบัน ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการยอมรับและด้านความศรัทธา ภาพลักษณ์ของตัวสถาบันซึ่งได้จากของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของครูและผู้บริหาร ในสถานศึกษาหรือภาพลักษณ์ของบุคลากรทางการศึกษาของสถาบันศึกษาหรือสถาบันนั้น ๆ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ เรียกการวิจัยแบบนี้ว่า การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียนอาชีพและวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา โดยมีวิธีการดำเนินตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและหาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 4,454 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ปกครองของนักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 400 คน จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ตามระดับชั้นของนักเรียนใน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา และกำหนดขนาดสัดส่วนประชากรหลักพัน ใช้กลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูป Krejcie and Morgan (Jonathan, 2014, p. 15; ประสาท เนืองเฉลิม, 2556, หน้า 131-141; เศรษฐภูมิ วรรณไพศาล, 2560, หน้า 173) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปกครองนักเรียน

ระดับ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ปฐมวัย	603	80
ประถมศึกษา	1,381	120
มัธยมศึกษาตอนต้น	1,203	100
มัธยมศึกษาตอนปลาย	1,267	100
รวม	4,454	400

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน มีจำนวน 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียนอาชีพและวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพ และวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

2. สอบถามความคิดเห็นตามการรับรู้ของผู้ปกครองของนักเรียน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำนวน 45 ข้อ ข้อ 1-15 ด้านความน่าเชื่อถือ ข้อ 16-30 ด้านการยอมรับ และ ข้อ 31-45 ด้านความศรัทธา มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert's rating scale) โดยมีเกณฑ์การให้ค่าระดับคะแนน ดังนี้

- 5 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับมาก
- 3 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับน้อย
- 1 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมาย ระดับภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา นำไปเทียบกับ
เกณฑ์โดยอาศัยแนวคิดของบุญชม ศรีสะอาด และสุริทอง ศรีสะอาด (2552, หน้า 103)
แปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

- | | | |
|-----------|---------|--|
| 4.51-5.00 | หมายถึง | ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 3.51-4.50 | หมายถึง | ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอยู่ในระดับมาก |
| 2.51-3.50 | หมายถึง | ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอยู่ในระดับปานกลาง |
| 1.51-2.50 | หมายถึง | ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอยู่ในระดับน้อย |
| 1.00-1.50 | หมายถึง | ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

วิธีการสร้างเครื่องมือวิจัยดำเนินการตามขั้นตอนที่ 1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม
ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา วิธีการสร้าง
เครื่องมือวิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ผลงานที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่สำคัญที่มีต่อภาพลักษณ์ของ
โรงเรียน แล้วนำมาสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองในทัศนะที่มีต่อ
ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ
ระดับความคิดเห็น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบ
ความเที่ยงตรง (Validity) ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) และหาดัชนี
ความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามโดยเลือกข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ .50 ขึ้น ไป
แล้วนำมาพิจารณาความเหมาะสมของสำนวนภาษา การใช้ถ้อยคำที่ถูกต้อง โดยใช้เกณฑ์
การประเมิน ดังนี้

- ให้คะแนน +1 หมายถึง เห็นด้วย
- ให้คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- ให้คะแนน -1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้ทรงคุณวุฒิมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไข เพื่อปรับปรุง
แบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม

5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ปกครองของ
นักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่า
อำนาจจำแนกรายชื่อ (Discrimination) กับคะแนนรวม โดยใช้สูตรสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ
Pearson (Best & Kahn, 2014, p. 363)

6. นำแบบสอบถามที่มีค่าอำนาจจำแนกแต่ละข้อตั้งแต่ .20 ขึ้นไป มาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของ Cronbach (1990, pp. 202-204)

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) และมีความสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้อำนวยการสถานศึกษาที่โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเก็บข้อมูลกับผู้ปกครองของนักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

3. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสให้คะแนนน้ำหนักแต่ละข้อและบันทึกข้อมูลลงคอมพิวเตอร์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผลตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

5. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบและคัดเลือกแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์

6. นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาดำเนินการตามความมุ่งหมายของการวิจัยต่อไป
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระดับชั้นของนักเรียน อาชีพ และวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ร้อยละ

2. ข้อมูลภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพ และวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง สถิติที่ใช้ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3. การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนจำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพ และวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติเปรียบเทียบ F-test เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีการทางสถิติของ LSD (Least significant difference)

ตอนที่ 2 ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง

(Purposive sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ประเด็นการสัมภาษณ์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา จำนวน 12 คน ประกอบด้วย

ผู้บริหาร โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา	จำนวน 1 คน
ผู้ปกครองของนักเรียน	จำนวน 4 คน
นักเรียน	จำนวน 4 คน
ศิษย์เก่าอัสสัมชัญศรีราชา	จำนวน 3 คน

แล้วนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มายืนยันสนับสนุนข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีลักษณะเป็นคำถามกึ่ง โครงสร้าง (Semi-structure) ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประกอบด้วยชื่อสกุลผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อหน่วยงาน วุฒิการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงาน สถานที่สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์
2. ข้อคำถามการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลและสัมภาษณ์ด้วยตนเอง
2. รวบรวมข้อมูล
3. สรุปและแปลผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง นักเรียน ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเริ่มจากการกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และลำดับขั้นตอนการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน โดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน แบ่งออกเป็น

1. ผลการศึกษาระดับภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา

2. ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครอง แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ย

SD แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

F แทน ค่าสถิติการแจกแจง F

SS แทน ค่าผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง

MS แทน ค่าความแปรปรวน

p แทน ค่าความน่าจะเป็น

$*$ แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครอง มาแจกแจงจำนวน และหาค่าร้อยละ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครอง

สถานภาพ	n = 400	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับชั้น		
ปฐมวัย	80	20.00
ประถมศึกษา	120	30.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	100	25.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย	100	25.00
รวม	400	100.00
อาชีพของผู้ปกครอง		
ข้าราชการ	42	10.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	5.25
พนักงานบริษัท	137	34.25
ธุรกิจส่วนตัว	170	42.50
อื่น ๆ	30	7.50
รวม	400	100.00
วุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครอง		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	12.50
ปริญญาตรี	263	65.75
ปริญญาโท	67	16.75
ปริญญาเอก	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน พบว่า ผู้ปกครองระดับปฐมวัย ร้อยละ 20 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 30 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 25 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 25

จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง พบว่า ประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 10.50 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5.25 พนักงานบริษัท ร้อยละ 34.25 ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 42.50 และประกอบอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 7.50

จำแนกตามวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครอง พบว่า วุฒิมัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.50 ปริญญาตรี ร้อยละ 65.75 ปริญญาโท ร้อยละ 16.75 และปริญญาเอก ร้อยละ 5.00

1. ผลการศึกษาระดับภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชาตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน

ตารางที่ 3 คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา โดยรวมและรายด้าน

ด้าน	<i>n</i> = 400		ระดับ	อันดับ
	\bar{X}	<i>SD</i>		
ความน่าเชื่อถือ	4.04	.57	มาก	1
การยอมรับ	3.95	.61	มาก	3
ความศรัทธา	4.02	.60	มาก	2
รวม	4.00	.56	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความศรัทธา และด้านการยอมรับ

ตารางที่ 4 คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับ
 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ภาพลักษณ์ของโรงเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ	n = 400		ระดับ	อันดับ
		\bar{X}	SD		
1.	ครูมีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และ ประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน	4.14	0.64	มาก	3
2.	ครูเอาใจใส่ดูแลบุตรหลานเป็นอย่างดี	4.13	0.74	มาก	4
3.	ครูมีการชี้แจงหลักเกณฑ์การวัดและประเมินผลการเรียน อย่างชัดเจน	4.00	0.75	มาก	10
4.	ครูมีการติดตามประเมินผลการเรียนนักเรียน	4.00	0.77	มาก	9
5.	นักเรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถใน ชีวิตประจำวันได้	3.85	0.82	มาก	15
6.	นักเรียนมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย	3.89	0.79	มาก	12
7.	โรงเรียนมีหลักสูตรการเรียนทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการ ของนักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน	4.00	0.79	มาก	11
8.	ผู้บริหารสนับสนุนพัฒนาโครงการทางวิชาการและกิจกรรมให้ สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของผู้ปกครองและ ชุมชน	3.88	0.87	มาก	13
9.	โรงเรียนส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่พัฒนานักเรียน	4.02	0.82	มาก	8
10.	โรงเรียนมีการติดตามดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบ	3.86	0.83	มาก	14
11.	โรงเรียนจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณธรรม จริยธรรม และมีค่านิยมที่พึงประสงค์	4.02	0.80	มาก	7
12.	โรงเรียนมีสื่อเทคโนโลยีทางการศึกษาที่ช่วยให้นักเรียนศึกษา ค้นคว้าได้ด้วยตนเอง	4.13	0.81	มาก	5
13.	โรงเรียนมีสถานที่ อาคารเรียน และอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับ จำนวนนักเรียน และทันสมัย	4.28	0.80	มาก	2
14.	โรงเรียนมีพื้นที่กว้างใหญ่ มีความพร้อม มีการดูแลรักษา สภาพแวดล้อมให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด ปลอดภัย ร่มรื่นสวยงาม และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้	4.41	0.72	มาก	1
15.	โรงเรียนมีชื่อเสียงการจัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ	4.04	0.82	มาก	6
รวม		4.04	0.57	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โรงเรียนมีพื้นที่กว้างใหญ่ มีความพร้อม มีการดูแลรักษา สภาพแวดล้อมให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด ปลอดภัย ร่มรื่นสวยงาม และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โรงเรียนมีสถานที่ อาคารเรียน และอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับจำนวนนักเรียน และทันสมัย และครูมีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน ส่วนอันดับสุดท้าย คือ นักเรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถในชีวิตประจำวันได้

ตารางที่ 5 คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ด้านการยอมรับ โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ภาพลักษณ์ของโรงเรียน ด้านการยอมรับ	<i>n</i> = 400		ระดับ	อันดับ
		\bar{X}	<i>SD</i>		
1.	โรงเรียนเป็นสถาบันที่มีประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาได้ตรงตามเป้าหมายของการศึกษาสอดคล้องกับความต้องการสภาพแวดล้อมและท้องถิ่น	4.04	0.77	มาก	3
2.	นักเรียนเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของสังคม	3.99	0.68	มาก	4
3.	นักเรียนของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา มีการปฏิบัติตน เป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน	3.91	0.79	มาก	10
4.	นักเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันและประกวด ในระดับต่าง ๆ	3.94	0.82	มาก	8
5.	นักเรียนสร้างชื่อเสียงจากการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ	3.88	0.91	มาก	13
6.	บุคลากรของโรงเรียนมีความรู้ ความเข้าใจ ให้บริการอย่างมืออาชีพ	3.93	0.78	มาก	9
7.	โรงเรียนมีการรับฟังแนวคิดหรือข้อเสนอแนะของผู้ปกครองในการจัดการศึกษา	3.74	0.90	มาก	14
8.	นักเรียนสามารถศึกษาต่อได้ตรงกับความถนัดและ ความต้องการ	3.89	0.85	มาก	12
9.	นักเรียนที่จบการศึกษาจากโรงเรียนมีทักษะในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี	3.89	0.78	มาก	11
10.	ศิษย์เก่าเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพต่าง ๆ ได้รับการยกย่องและเป็นที่ยอมรับของสังคม	4.21	0.75	มาก	1
11.	โรงเรียนมีระบบการบริหารที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้	3.66	1.02	มาก	15
12.	นักเรียนมีทักษะด้านกีฬาและสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่โรงเรียน	4.20	0.78	มาก	2

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ข้อ	ภาพลักษณ์ของโรงเรียน ด้านการยอมรับ	n = 400		ระดับ	อันดับ
		\bar{X}	SD		
13.	นักเรียนมีทักษะด้านความกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม	3.97	0.77	มาก	6
14.	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับบุคคล ครอบครัว องค์กร และหน่วยงานอื่นอย่างต่อเนื่อง	3.94	0.80	มาก	7
15.	โรงเรียนมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบ้านกับ โรงเรียน	3.98	0.81	มาก	5
รวม		3.95	0.61	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านการยอมรับ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ศิษย์เก่าเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพต่าง ๆ ได้รับการยกย่องและเป็นที่ยอมรับของสังคม นักเรียนมีทักษะด้านกีฬาและสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่โรงเรียน และโรงเรียนเป็นสถาบันที่มีประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาได้ตรงตามเป้าหมายของการศึกษาสอดคล้องกับความต้องการสภาพแวดล้อมและท้องถิ่น ส่วนอันดับสุดท้าย คือ โรงเรียนมีระบบการบริหารที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

ตารางที่ 6 คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับ
 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ด้านความศรัทธาโดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ภาพลักษณ์ของโรงเรียน ด้านความศรัทธา	n = 400		ระดับ	อันดับ
		\bar{X}	SD		
1.	โรงเรียนเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ	3.88	0.82	มาก	14
2.	โรงเรียนมีชื่อเสียงมีความเป็นเลิศด้านกีฬา	4.36	0.68	มาก	1
3.	โรงเรียนสามารถจัดการศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานได้อย่าง มีคุณภาพ	4.01	0.70	มาก	8
4.	โรงเรียนมีมาตรฐานและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในการจัดการศึกษา	4.02	0.76	มาก	6
5.	โรงเรียนมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและมีส่วนร่วมใน การพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง	3.89	0.77	มาก	13
6.	โรงเรียนเป็นแหล่งเรียนรู้และให้บริการแก่ชุมชนและสังคมได้เป็น อย่างดี	3.91	0.77	มาก	12
7.	โรงเรียนจัดกิจกรรมที่ประทับใจแก่ผู้ปกครองและชุมชนและ มีความประทับใจเมื่อได้เข้าร่วมกิจกรรมของโรงเรียน	3.94	0.79	มาก	11
8.	ผู้ปกครองเกิดความไว้วางใจในการจัดการเรียนการสอนของ โรงเรียนนี้	3.98	0.80	มาก	10
9.	ผู้ปกครองมีความประทับใจในการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานให้มี สุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี	4.06	0.75	มาก	4
10.	ผู้ปกครองมีความมั่นใจว่าโรงเรียนสามารถพัฒนาบุตรหลานให้เป็น บุคคลตัวอย่างที่ดีและมีคุณค่าแก่สังคม	4.10	0.78	มาก	3
11.	ผู้ปกครองมีความภาคภูมิใจที่บุตรหลานเข้ามาศึกษาในโรงเรียน แห่งนี้	4.24	0.73	มาก	2
12.	ผู้ปกครองเลือกโรงเรียนแห่งนี้เพราะคุ้มค่ากับการลงทุน	4.00	0.88	มาก	9
13.	ผู้ปกครองบอกเล่าสิ่งดี ๆ ที่ได้รับจากโรงเรียนให้ผู้อื่นฟัง	4.04	0.83	มาก	5
14.	ผู้ปกครองมั่นใจในระบบความปลอดภัยของโรงเรียน	4.02	0.85	มาก	7
15.	ผู้ปกครองเข้ามาติดต่อกับโรงเรียนได้รับการบริการที่รวดเร็ว และ ได้รับการบริการข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง	3.88	0.93	มาก	15
รวม		4.02	0.60	มาก	

จากตารางที่ 6 พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความศรัทธา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โรงเรียนมีชื่อเสียงมีความเป็นเลิศด้านกีฬา ผู้ปกครองมีความภาคภูมิใจที่บุตรหลานเข้ามาศึกษาใน โรงเรียนแห่งนี้ และ ผู้ปกครองมีความมั่นใจว่าโรงเรียนสามารถพัฒนาบุตรหลานให้เป็นบุคคลตัวอย่างที่ดีและมีคุณค่าแก่สังคม ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ผู้ปกครองเข้ามาติดต่อกับโรงเรียน ได้รับการบริการที่ดี รวดเร็ว และได้รับการบริการข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง

2. ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพ และวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 7-17

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	ปฐมวัย		ประถมศึกษา		ม.ต้น		ม.ปลาย	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านความเชื่อถือ	4.14	0.53	4.00	0.51	4.18	0.52	3.87	0.65
ด้านการยอมรับ	4.10	0.54	3.91	0.60	4.01	0.50	3.81	0.72
ด้านความศรัทธา	4.20	0.48	3.96	0.66	4.07	0.49	3.90	0.70
รวม	4.15	0.49	3.96	0.56	4.09	0.46	3.86	0.65

จากตารางที่ 7 พบว่า เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียนเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ระดับปฐมวัย ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับประถมศึกษา และอันดับสุดท้าย มัธยมศึกษาตอนปลาย

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	แหล่งข้อมูล	df	SS	MS	F	p
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	3	5.74	1.91	6.22*	.00
	ภายในกลุ่ม	396	121.72	.31		
	รวม	399	127.46			
ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.48	1.49	4.17*	.01
	ภายในกลุ่ม	396	141.94	.36		
	รวม	399	146.43			
ด้านความศรัทธา	ระหว่างกลุ่ม	3	4.72	1.57	4.41*	.00
	ภายในกลุ่ม	396	141.31	.36		
	รวม	399	146.03			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	4.67	1.56	5.14*	.00
	ภายในกลุ่ม	396	119.88	.30		
	รวม	399	124.55			

* $p < .05$

จากตารางที่ 8 พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชาตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า มีความแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ จึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD และ Tamhane ปรากฏผลดังตารางที่ 9-13

ตารางที่ 9 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวมจำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน เป็นรายคู่

ระดับ	ภาพลักษณ์				
	\bar{x}	ปฐมวัย	ม.ต้น	ประถมศึกษา	ม.ปลาย
	\bar{x}	4.15	4.09	3.96	3.86
ปฐมวัย	4.15	-	.06	.19*	.29*
ม.ต้น	4.09		-	.13	.23*
ประถมศึกษา	3.96			-	.10
ม.ปลาย	3.86				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 9 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวม จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน ผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้นที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยกับผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษา ผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยกับผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นกับผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ตารางที่ 10 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความเชื่อถือ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน เป็นรายคู่

ระดับ	ความเชื่อถือ				
	\bar{x}	ม.ต้น	ปฐมวัย	ประถมศึกษา	ม.ปลาย
	\bar{x}	4.18	4.14	4.00	3.87
ม.ต้น	4.18	-	.04	.18*	.31*
ปฐมวัย	4.14		-	.14	.27*
ประถมศึกษา	4.00			-	.13
ม.ปลาย	3.87				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 10 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง นักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน ผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้นที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยกับ ผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นกับ ผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษา และผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นกับ ผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ตารางที่ 11 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านการยอมรับ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน เป็นรายคู่

ระดับ	ระดับ				
	ปฐมวัย	ม.ต้น	ประถมศึกษา	ม.ปลาย	
	\bar{X}	4.10	4.01	3.91	3.81
ปฐมวัย	4.10	-	.09	.19*	.29*
ม.ต้น	4.01		-	.10	.20*
ประถมศึกษา	3.91			-	.10
ม.ปลาย	3.81				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 11 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง นักเรียน ด้านการยอมรับ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน ผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้นที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยกับ ผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษา ผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยกับผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นกับผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ตารางที่ 12 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความศรัทธา จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน เป็นรายคู่

ระดับ					
	\bar{X}	ปฐมวัย	ม.ต้น	ประถมศึกษา	ม.ปลาย
		4.20	4.07	3.96	3.90
ปฐมวัย	4.20	-	.13	.24*	.30*
ม.ต้น	4.07		-	.11	.17*
ประถมศึกษา	3.96			-	.06
ม.ปลาย	3.90				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 12 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความศรัทธา จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน ผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้นที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยกับผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษา ผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยกับผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นกับผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียน	ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		ธุรกิจส่วนตัว		อื่น ๆ	
	\bar{X}	<i>SD</i>	\bar{X}	<i>SD</i>	\bar{X}	<i>SD</i>	\bar{X}	<i>SD</i>	\bar{X}	<i>SD</i>
	ด้านความน่าเชื่อถือ	4.08	0.45	4.18	0.64	3.98	0.54	4.10	0.59	3.80
ด้านการยอมรับ	4.02	0.46	4.16	0.68	3.90	0.60	3.97	0.62	3.76	0.63
ด้านความศรัทธา	4.10	0.46	4.14	0.67	3.97	0.59	4.05	0.62	3.89	0.72
รวม	4.06	0.42	4.16	0.64	3.95	0.55	4.04	0.58	3.82	0.60

จากตารางที่ 13 พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน อาชีพข้าราชการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน อาชีพพนักงานบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน อาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน อาชีพอื่น ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	แหล่งข้อมูล	df	SS	MS	F	p
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.35	.84	2.66*	.03
	ภายในกลุ่ม	395	124.11	.31		
	รวม	399	127.46			
ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.49	.62	1.71	.15
	ภายในกลุ่ม	395	143.93	.36		
	รวม	399	146.43			
ด้านความศรัทธา	ระหว่างกลุ่ม	4	1.51	.38	1.03	.39
	ภายในกลุ่ม	395	144.52	.37		
	รวม	399	146.03			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.28	.57	1.84	.12
	ภายในกลุ่ม	395	122.27	.31		
	รวม	399	124.55			

* $p < .05$

จากตารางที่ 14 พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธาแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า มีความแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ จึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD และ Tamhane ปรากฏผลดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน เป็นรายคู่

อาชีพของผู้ปกครอง	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					
	\bar{x}	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	พนักงานบริษัท	อื่น ๆ	
	4.18	4.10	4.08	3.98	3.80	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.18	-	.08	.10	.20	.38*
ธุรกิจส่วนตัว	4.10	-	.02	.12	.30*	
ข้าราชการ	4.08	-	-	.10	.28*	
พนักงานบริษัท	3.98	-	-	-	.18	
อื่น ๆ	3.80	-	-	-	-	

* $p < .05$

จากตารางที่ 15 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจกับอาชีพธุรกิจส่วนตัวกับอาชีพอื่น ๆ และข้าราชการกับอาชีพอื่น ๆ

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง
นักเรียน จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	ต่ำกว่า		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก	
	ปริญญาตรี		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
	\bar{X}	SD						
ด้านความน่าเชื่อถือ	3.87	0.63	4.02	0.54	4.12	0.57	4.55	0.43
ด้านการยอมรับ	3.77	0.67	3.92	0.61	4.08	0.53	4.29	0.38
ด้านความศรัทธา	3.96	0.71	4.01	0.61	4.06	0.55	4.22	0.43
รวม	3.86	0.63	3.98	0.56	4.09	0.52	4.35	0.36

จากตารางที่ 16 พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาโท โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาเอก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	แหล่งข้อมูล	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	3	7.25	2.42	7.96*	.00
	ภายในกลุ่ม	396	120.21	.30		
	รวม	399	127.46			
ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	3	5.36	1.79	5.02*	.00
	ภายในกลุ่ม	396	141.06	.36		
	รวม	399	146.43			
ด้านความศรัทธา	ระหว่างกลุ่ม	3	1.11	.37	1.01	.39
	ภายในกลุ่ม	396	144.92	.37		
	รวม	399	146.03			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.98	1.33	4.36*	.00
	ภายในกลุ่ม	396	120.56	.30		
	รวม	399	124.55			

* $p < .05$

จากตารางที่ 17 พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการยอมรับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความศรัทธา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า มีความแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ จึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD และ Tamhane ปรากฏผลดังตารางที่ 18-20

ตารางที่ 18 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวม จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน เป็นรายคู่

วุฒิการศึกษา	เปรียบเทียบ				
	ปริญญาเอก	ปริญญาโท	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	
	\bar{x}	4.35	4.09	3.98	3.86
ปริญญาเอก	4.35	-	.26	.37*	.49*
ปริญญาโท	4.09		-	.11	.23*
ปริญญาตรี	3.98			-	.12
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.86				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 18 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวม จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปริญญาเอกกับปริญญาตรี ปริญญาเอกกับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาโทกับต่ำกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 19 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน เป็นรายคู่

วุฒิการศึกษา	เปรียบเทียบ				
	ปริญญาเอก	ปริญญาโท	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	
	\bar{x}	4.55	4.12	4.02	3.87
ปริญญาเอก	4.55	-	.43*	.53*	.68*
ปริญญาโท	4.12		-	.10	.25*
ปริญญาตรี	4.02			-	.15
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.87				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 19 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ประเมินค่าต่ำกว่าปริญญาโท ประเมินค่าต่ำกว่าปริญญาตรี ประเมินค่าต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาโทกับต่ำกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 20 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านการยอมรับ จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน เป็นรายคู่

วุฒิการศึกษา	\bar{x}	ปริญญา	ปริญญา	ปริญญา	ต่ำกว่าปริญญา
		เอก	โท	ตรี	ตรี
		4.29	4.08	3.92	3.77
ปริญญาเอก	4.29	-	.21	.37*	.52*
ปริญญาโท	4.08		-	.16*	.31*
ปริญญาตรี	3.92			-	.15
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.77				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 20 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ด้านการยอมรับ จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ประเมินค่าต่ำกว่าปริญญาตรี ประเมินค่าต่ำกว่าปริญญาตรี ประเมินค่าต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาโทกับต่ำกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

ผู้วิจัยสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ผลการวิจัย พบว่า

1. ด้านผู้เรียน ผู้ปกครองให้ผู้เรียนให้มีระเบียบวินัย ประพฤติปฏิบัติตนในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นอย่างดี มีความรู้ความสามารถทั้งด้านกีฬาและด้านวิชาการ มีผลงานด้านวิชาการ โดยเฉพาะด้านภาษาต่างประเทศ ได้รับประสบการณ์จริงจากการเข้าร่วมแข่งขันทั้งด้านวิชาการและด้านกีฬากลับมาแสดงออกอย่างเหมาะสม และสามารถนำความรู้ความสามารถไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง ดังข้อความ

“.....ผมเป็นนักดนตรี โรงเรียนมีเครื่องดนตรีหลากหลายให้ผมได้ฝึกซ้อมและเลือกเล่นดนตรีได้ตามความต้องการ นอกจากด้านดนตรี แล้วโรงเรียนยังมีสนามกีฬามากมายหลายประเภทที่ให้นักเรียนได้เลือกเล่นกีฬาได้ตามความถนัด ทำให้มีความสุข ในการมาเรียนที่โรงเรียนมีกิจกรรมที่สร้างความผ่อนคลาย มีความเชื่อมั่นว่าโรงเรียนมี ศักยภาพในการดูแลนักเรียนให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพและศักยภาพในทุก ๆ ด้าน.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 1, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....พัฒนานักเรียนให้มีระเบียบวินัย มีความสามารถด้านกีฬา และด้านภาษาต่างประเทศ... นักเรียนสามารถนำความรู้ความสามารถมาประยุกต์ใช้ได้จริงในการดำเนินชีวิตประจำวัน และครูส่งเสริมให้นักเรียนมีความรู้รอบตัวมากขึ้นจะได้เรียนรู้การอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 2, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“ปัจจุบันความเชื่อถือในด้านระเบียบวินัยและความสามารถด้านกีฬา ยังคงเป็นที่กล่าวขวัญถึงอยู่ เด็กอัสสัมทุกคนต้องเล่นกีฬาเป็นและมีระเบียบวินัยควบคู่และทางโรงเรียนผลิตนักกีฬามีคุณภาพเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังสร้างเด็กที่มีทั้งวินัยและวิชาการเป็นเลิศ โดยเฉพาะวิชาภาษาอังกฤษ.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 4, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2561)

“นักเรียนอ่านหนังสือไม่ค่อยออก สะกดภาษาไทยไม่ค่อยได้ เขียนภาษาไทยไม่ถูก ลายมือไม่สวยเด็กเรียนภาษาอังกฤษค่อนข้างอ่อน ไม่รู้เรื่อง และไม่มีการทบทวนเหมือนสมัยก่อน.....แต่การพัฒนาเด็กในด้านระเบียบวินัยได้ดี เด็กพูดจาไพเราะ.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 5, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2561)

“.....ผลงานด้านวิชาการ เมื่อนักเรียนเข้าร่วมประกวดแข่งขันและได้รับรางวัล ยิ่งจะทำให้ผู้ปกครองหรือบุคคลอื่น เห็นความสามารถและให้การยอมรับในศักยภาพของนักเรียนและโรงเรียน.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 6, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....นักเรียนสามารถสร้างชื่อเสียงทางด้านกีฬาฟุตบอลได้อย่างโดดเด่น มีนักเรียนจากภูมิภาคต่าง ๆ มาคัดตัวเพื่อต้องการเข้าเป็นนักกีฬาใน โครงการนักกีฬาข้างเฟือกเป็นจำนวนมาก เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ปกครองและชุมชนเกิดความศรัทธาโรงเรียน.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 11, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2560)

2. ด้านผู้สอน พัฒนาครูให้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ สามารถใช้นวัตกรรมจัดกิจกรรมการสอน ได้อย่างเหมาะสม สามารถถ่ายทอดความรู้และเทคนิควิธีการสอนที่ทันสมัยและหลากหลาย เพื่อให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติจริง ดูแลเอาใจใส่นักเรียน และยอมรับฟังความคิดเห็นของนักเรียนทำให้นักเรียนมีความสุขในการมาเรียน ดังข้อความ

“ครูผู้สอน มีสื่อสารสนเทศทันสมัย มีการสอนที่เน้นการปฏิบัติมากกว่า ทฤษฎี โดยเฉพาะวิชาวิทยาศาสตร์ ได้ลงมือทดลองและปฏิบัติจริง ทำให้เรามีทักษะและรู้จักการแก้ปัญหาได้มากขึ้น.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 1, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....ครูจัดการเรียนการสอน ที่เน้นให้นักเรียนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ ได้จริงในการดำเนินชีวิตประจำวัน และส่งเสริมให้นักเรียนมีความรู้รอบตัวมากขึ้น ด้วยการให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติร่วมกับเพื่อน ๆ ฝึกการทำงานกลุ่มเพื่อจะได้เรียนรู้การทำงานร่วมกัน และการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้.....การเข้มงวดด้านวิชาการ และการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกปฏิบัติจริง ทำให้เกิดทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อีกด้วย.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 3, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2561)

“.....โรงเรียนของเรามีสถานที่กว้างขวาง และสื่ออุปกรณ์ที่ทันสมัย ครบครัน ครูมีความรู้ สามารถบริหารจัดการให้โดดเด่นกว่าโรงเรียนอื่น ๆ ได้โดยง่าย หากทุกคนช่วยกันพัฒนาความเป็นเลิศทั้งด้านวิชาการ ด้านกีฬา ควบคู่กับระเบียบวินัย เพื่อเรียกความน่าเชื่อถือ และความศรัทธาในชื่อเสียงของโรงเรียนกลับคืนมา” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 4, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2561)

“.....จุดแข็งของโรงเรียน ประเด็นหนึ่งที่เราเห็นได้ชัด คือ ครูเอาใจใส่นักเรียนได้ดี จำชื่อและนิสัยเด็กได้ดีทุกคนที่อยู่ในห้องเรียนของตน เมื่อครูรู้จักเด็ก ผู้ปกครองมีความมั่นใจในการจัดการเรียนการสอนของครู ที่สามารถรู้ว่าเด็กควรได้รับการพัฒนาอย่างไร ในกรณีที่เด็กนักเรียนอ่านหนังสือไม่ค่อยออก สะกดและเขียนภาษาไทยไม่ค่อยได้ เขียนไม่ถูก ลายมือไม่สวย และการที่โรงเรียนมีครูต่างชาติเพียงพอ แต่เด็กเรียนภาษาอังกฤษยังค่อนข้างอ่อน โรงเรียนน่าจะมึระบบการติดตามนักเรียน เพื่อวัดและประเมินผลตั้งแต่ระดับอนุบาล สุ่มวัดประเมินด้านการอ่านได้ของนักเรียน ซึ่งถ้าโรงเรียนสามารถทำให้นักเรียนมีศักยภาพดังกล่าวได้ จะสามารถดึงความน่าเชื่อถือของโรงเรียนให้กลับคืนมาได้.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 5, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2561)

“.....ครูส่งเสริมให้นักเรียนสามารถแสดงความสามารถและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้นักเรียนได้มีโอกาสไปร่วมการแข่งขัน ซึ่งทำให้นักเรียนได้รับโอกาสการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์นอกห้องเรียนจริง ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถในด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นด้วย.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 6, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....ด้านภาษาอังกฤษโรงเรียนมีครูต่างชาติเพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน ทำให้นักเรียนได้เรียนรู้อย่างทั่วถึง นักเรียนที่เรียนหลักสูตรปกติยังได้รับการเรียนการสอนจากครูต่างชาติ ในวิชาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และวิชาสังคมศึกษา เพิ่มเติมจากการเรียนวิชา

ภาษาอังกฤษ ทำให้นักเรียน ได้ฝึกทักษะและเรียนรู้ภาษาอังกฤษ และมีภาษาจีนที่ได้เรียนรู้จาก ครูที่เป็นชาวต่างประเทศจริง.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 8, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....ครูผู้สอนมีความรู้และดูแลเอาใจใส่นักเรียนดีมาก รุ่นพี่ที่จบการศึกษาที่นี่มี ความสำเร็จในอาชีพ เมื่อผมได้มาเรียนที่นี่ รู้สึก ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากครู ทำให้เรียนแล้วมี ความสุข ซึ่งเมื่อพวกเราเมื่อมีความสุข ในการเรียน จึงทำให้เกิดความรักและ ความศรัทธาต่อ โรงเรียน และมั่นใจว่าจะนำพาพวกเราไปสู่ความก้าวหน้าในอนาคตได้.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 9, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

3. ด้านหลักสูตร โรงเรียนควรมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารจะต้อง พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ผู้ปกครองและชุมชน และการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา ดังข้อความ

“.....ผู้บริหารควรบริหารงานโดยยึดเอกลักษณ์ของโรงเรียนเป็นสำคัญ คือ ระเบียบ วินัย ด้านกีฬา และด้านภาษาต่างประเทศ เอาใจใส่ครู ให้ความสำคัญกับครูให้มาก เพราะครูเป็นทั้ง ผู้ให้ความรู้และเอาใจใส่นักเรียน และผู้บริหารจะต้องพัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอน ที่เน้นให้ นักเรียนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้จริงในการดำเนินชีวิตประจำวัน และส่งเสริมให้นักเรียนมี ความรู้รอบตัวมากขึ้นเพื่อจะได้เรียนรู้การอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 2, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....โรงเรียนมีสื่อ สารสนเทศที่ทันสมัย เน้นให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ทำให้ รู้จักการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ด้านภาษาอังกฤษ โรงเรียนมีครูต่างชาติเพียงพอต่อการจัดการเรียน การสอน ทำให้นักเรียนได้เรียนรู้อย่างทั่วถึงและมีหลักสูตร ด้านภาษาต่างประเทศ หลักสูตรตำรา กลางที่ส่งเสริมให้นักเรียนได้เรียนรู้ด้านภาษาเพิ่มมากขึ้น ทำให้ต้องมีการปรับตัวในการเรียนรู้ใน ด้านภาษา และฝึกให้มีความกล้าแสดงออกมากขึ้น พวกเราจึงมีความรักและความศรัทธาว่าโรงเรียน มีศักยภาพเพียงพอ ในการดูแลนักเรียนให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพและมีศักยภาพใน ทุก ๆ ด้าน.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 8, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....โรงเรียนมีหลักสูตรที่ดีกว่าสมัยก่อน ถ้าหากพัฒนาในด้านวิชาการให้โดดเด่น ชัดเจน ให้เห็นเป็นรูปธรรม ตลอดจนการบริหารจัดการเกี่ยวกับผู้เรียนในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านระเบียบ วินัย คุณธรรม จริยธรรม และด้านสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ความปลอดภัย ในชีวิตและ ทรัพย์สินของบุคลากรทุกคนใน โรงเรียนทำให้เกิดความศรัทธาและเชื่อมั่นในชื่อเสียงของโรงเรียน ส่งผลให้ผู้ปกครองพาบุตรหลาน มาเข้าเรียนมากขึ้น.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 10, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2561)

4. ด้านการบริหารจัดการ พบว่า โรงเรียนจะต้องพัฒนาด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการพัฒนาครู จะต้องให้ความสำคัญกับครู เพราะครูต้องปฏิบัติหน้าที่ทั้งสอนและอบรมบ่มเพาะนักเรียน ครูจะต้องสอนด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย สอนในภาคปฏิบัติมากกว่าการสอนภาคทฤษฎี เพื่อให้เด็กมีความสามารถในการปฏิบัติได้จริง เกิดทักษะความรู้ความเข้าใจ และนำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้ ประการต่อมา ด้านวิชาการ จะต้องพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่เน้นการประยุกต์ใช้ได้จริงกับการดำเนินชีวิต และนักเรียนสามารถแก้ปัญหากับสภาพแวดล้อมที่ประสบได้ และมีการบริหารงบประมาณที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรฝ่ายสนับสนุน ที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน ซึ่งมีบทบาทในการประสานงานกับบุคลากรทั้งภายในและภายนอก และยังมีส่วนร่วมสนับสนุนพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของสถานศึกษา นอกจากนี้ โรงเรียนจะต้องพัฒนาด้านระเบียบวินัย ด้านกีฬาและด้านภาษาต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาด้านอาคารสถานที่ สื่ออุปกรณ์ที่ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

ดังข้อความ

“.....ผู้บริหารควรบริหารงาน โดยยึดเอกลักษณ์ของโรงเรียนเป็นสำคัญ คือ ภาษาดี กีฬาเด่น เน้นคุณธรรม เอาใจใส่ครูให้ความสำคัญกับครูให้มาก เพราะครูเป็นทั้งผู้ให้ความรู้และเอาใจใส่นักเรียนให้มีระเบียบวินัย มีคุณธรรม จริยธรรมและ มีผลงานด้านวิชาการควบคู่.....”

(ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 2, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....ด้านอาคารสถานที่กว้างใหญ่ มีสนามกีฬาหลากหลาย มีศูนย์ดนตรี ผมเป็นนักดนตรี โรงเรียนมีเครื่องดนตรีหลากหลายให้ผมได้ฝึกซ้อมและเลือกเล่นได้ตามความต้องการมีความเชื่อว่าโรงเรียนมีศักยภาพในการดูแลนักเรียนให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพและศักยภาพในทุก ๆ ด้าน”

(ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 1, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....ความตระหนักถึงภาพลักษณ์ของโรงเรียน จากประเด็นและมุมมองของศิษย์เก่า ผู้ปกครอง นักเรียนและชุมชน จากปัญหาที่ทำให้ชื่อเสียงของโรงเรียนไม่โดดเด่นเหมือนสมัยก่อน อันเนื่องมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบ เช่น ปัจจัยด้านคู่แข่งทางการศึกษา.....ตลอดจนสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้หลายฝ่ายหลายคนที่รักโรงเรียนจะต้องช่วยกันเอาใจจริงทุกเรื่อง เพื่อบริหารความเชื่อถือนักเรียนกลับมา” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 3, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2561)

“.....ปัจจุบันนี้โรงเรียนต่าง ๆ มีรูปแบบของโรงเรียนนานาชาติที่มีคุณภาพเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้ชื่อเสียงด้านความเก่งภาษาอังกฤษของเด็กอัสสัมชัญศรีราชาลดความเด่นลงไปมาก ซึ่งผมเคยทำวิจัยโรงเรียนในฝันของชุมชนและผู้ปกครอง ปรากฏว่า ทุกคนต้องการ โรงเรียนที่ดีเลิศในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านหลักสูตร ด้านครูผู้สอนตลอดจนด้านที่พัก

อาคารเรียน สนามกีฬาและสื่ออุปกรณ์ที่ทันสมัย.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 4, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2561)

“.....โรงเรียนเป็นพาณิชย์มากเกินไป โรงเรียนน่าจะมีระบบการติดตามนักเรียน เพื่อวัดและประเมินผลตั้งแต่ระดับอนุบาล สุ่มวัดประเมินด้านการอ่านได้ของนักเรียน ซึ่งถ้าโรงเรียนสามารถทำให้นักเรียนมีศักยภาพดังกล่าวมาได้ จะสามารถดึงความน่าเชื่อถือของโรงเรียนให้กลับคืนมาได้ นอกจากนี้ในเรื่องอื่น ๆ ที่ควรจะต้องสร้างมาตรฐานเพื่อให้เกิดการยอมรับ เช่น ควบคุมอาหารที่ไม่มีประโยชน์ การบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ ความปลอดภัยของนักเรียน.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 5, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2561)

“.....ยอมรับในการบริหารจัดการของโรงเรียนทุกด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากรครูของโรงเรียน ซึ่งมีความเป็นกันเอง สามารถให้คำปรึกษาแก่นักเรียนได้ เปรียบเสมือนเพื่อน คอยให้การดูแล แนะนำกับเราได้ ซึ่งยอมรับความคิดเห็นของนักเรียน ตลอดจนเพื่อน ๆ ที่อยู่ในห้องเดียวกัน หรือต่างห้อง มีความเป็นมิตรที่ดีต่อกัน ไม่แข่งขันกันและเน้นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 6, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“....กลยุทธ์ที่จะทำให้ชื่อเสียงของโรงเรียนดีขึ้น จึงอยู่ที่ว่าโรงเรียนต้องหาทางรับเด็กเก่งเด็กหัวกะทิมาเรียนมากขึ้นและพยายามจูงใจให้เด็กเรียนดีของโรงเรียนเรียนต่อที่เดิมจนจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และเมื่อจบ ม.6 จะทำให้โรงเรียนเริ่มมีผลงานจากจำนวนนักเรียนสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เพิ่มขึ้น แล้วจะส่งผลให้โรงเรียนมีชื่อเสียงตามขึ้นมาเอง.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 7, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2560)

“.....โรงเรียนมีสถานที่กว้างใหญ่ มีบรรยากาศร่มรื่น สภาพแวดล้อมที่ดี มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเพียงพอกับจำนวนนักเรียน มีเครื่องคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตให้นักเรียนได้ค้นคว้า ได้เรียนและลงมือปฏิบัติได้จริง และครบตามจำนวนเพื่อนทุกคนในห้องเรียน.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 9, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....มีการบริหารจัดการเกี่ยวกับผู้เรียนในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านวิชาการด้านระเบียบวินัย คุณธรรม จริยธรรม และด้านสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของบุคลากรทุกคนในโรงเรียน ทำให้เกิดความศรัทธาและเชื่อมั่นในชื่อเสียงของโรงเรียน ส่งผลให้ผู้ปกครองพาบุตรหลานมาเข้าเรียนมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 10, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2561)

“โรงเรียนมีการปรับตัวตามยุคสมัยได้ดีพอสมควร เช่นการเปลี่ยนจากโรงเรียนชายล้วนมาเป็นโรงเรียนสหศึกษา เพื่อรองรับครอบครัวที่มีบุตรชายหญิง มีการก่อสร้างอาคารเรียน ห้องเรียน ตึกนอนเพิ่มมากขึ้น มีความสะอาดสะอาด เรียบร้อยและทันสมัย เนื่องจากมีการสร้างและ

ปรับปรุงโรงเรียนทุกยุคสมัย นักเรียนที่มาสมัครเข้าเรียนมีความเป็นอยู่สะดวกสบายมากกว่าสมัยก่อน” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 11, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2560)

“การบริหารงาน โดยยึดนโยบายการบริหารจัดการศึกษาโรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชาที่มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์มูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2559-2564 เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนให้มีมาตรฐานสากล มีนโยบายบริหาร ๑ 10 ข้อ ได้แก่ 1) มุ่งปรับปรุงระบบบริหารและการจัดการของโรงเรียนให้เหมาะสมทันสมัยและมี มาตรฐานสากลสอดคล้องกับนโยบายของมูลนิธิฯ และพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 2) มุ่งพัฒนาครูฝ่ายบริหาร ฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายสนับสนุนให้มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรู้ ความสามารถและมีความชำนาญแบบมืออาชีพ รวมทั้งดำเนินการให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 3) มุ่งเสริมสร้างขวัญ กำลังใจและสวัสดิการแก่บุคลากรให้มีความมั่นใจในการทำงาน มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ 4) เร่งรัดปฏิรูปการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนสำคัญที่สุด ให้ผู้เรียนมีคุณธรรม จริยธรรม มีความรู้ ความสามารถ มีความสุข รักการเรียนรู้ และสามารถแสวงหาความรู้ได้ด้วยตนเอง รวมทั้งสามารถปฏิบัติตนให้มีคุณค่าต่อสังคม 5) มุ่งแสวงหาความร่วมมือจากคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ของโรงเรียน และจากองค์กร ภายนอก สร้างระบบเครือข่าย ซึ่งจะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนภูมิปัญญา การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การประสานงานที่ดีและความภาคภูมิใจร่วมกัน 6) มุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามาใช้บริการในด้านอาคารสถานที่ ด้านบุคลากรทางการศึกษา และเข้ามาศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมได้ตาม ความเหมาะสม 7) มุ่งส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนถาวร (Endowment fund) ซึ่งเป็นต้นกำเนิดแห่งความมั่นคงของสถาบันอันเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน 8) มุ่งปรับปรุงซ่อมแซมอาคารสถานที่ รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีอยู่แล้วให้สามารถใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่ามากที่สุด ก่อนที่จะตัดสินใจวางแผนและดำเนินการก่อสร้างอาคารใหม่ 9) มุ่งพัฒนาระบบงานวิจัยภายในโรงเรียนให้ถูกหลักวิชา สามารถ นำผลมาใช้ในการบริหารจัดการและการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ และ 10) มุ่งพัฒนาคุณภาพของโรงเรียนให้มีมาตรฐานสากล ทั้งในด้านปัจจัย กระบวนการ ผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน จนสามารถประกันคุณภาพฯ และได้รับการรับรองคุณภาพฯ จากสำนักงานรับรอง มาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา ส่วนจุดเน้น ในปีการศึกษา 2561 ดังนี้

พัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพในการเรียนรู้ เพื่อยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน พัฒนาทักษะทางวิชาการของนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษได้รับการพัฒนาด้านวิชาการอย่างเต็มศักยภาพและพัฒนาทักษะความสามารถพิเศษของครู พัฒนาทักษะกระบวนการคิด

การสร้างผลงานและมีความสามารถด้านเทคโนโลยี ส่งเสริมด้านสุนทรียภาพ ทั้งด้านศิลปะ ดนตรี และกีฬา และมุ่งเน้นให้นักเรียนมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม เพื่อให้โรงเรียนพัฒนาไปสู่มาตรฐานคุณภาพพระศิวะสากล”(ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 12, สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2561)

5. ด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของโรงเรียน ผ่านการสื่อสารทางบุคคล สื่อที่หลากหลาย ทั้งในด้านการบริหารจัดการ ด้านวิชาการ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ข้อมูลข่าวสารและเกร็ดความรู้ต่าง ๆ เผยแพร่ให้ผู้ปกครองและชุมชนทราบอย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมความสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจ ในการพัฒนาแก้ไขปัญหาการจัดการศึกษาและภารกิจต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ดำเนินไปด้วยดีและบรรลุผลตามมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาต่อไป ดังข้อความ

“.....โรงเรียนมีกิจกรรมที่สร้างความร่วมมือกับชุมชน ก่อนหน้านี้ ผมเคยได้เข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน โดยได้มีโอกาสร่วมแสดงดนตรีเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลในหลวง ร.9 ทำให้ผมมีความซาบซึ้งใจมาก นอกจากนี้โรงเรียนยังมีกิจกรรมที่สร้างเสริมสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับครอบครัว เช่น กิจกรรมแรลลี่ และมีกิจกรรมจิตอาสาที่ให้นักเรียนได้ไปร่วมทำกิจกรรมภายนอก.....” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 1, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....การที่โรงเรียนจัดกิจกรรมที่ให้ผู้ปกครองและชุมชนเข้าร่วม หรือการให้นักเรียนไปร่วมกิจกรรมภายนอกกับชุมชนนั้น สิ่งเหล่านี้จะทำให้โรงเรียนเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากหน่วยงานต่าง ๆ จาการที่โรงเรียนได้ร่วมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนรู้จักโรงเรียนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 6, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....ผมเป็นนักเรียนประจำ ได้มีโอกาสมาเรียนและมาอยู่ประจำที่โรงเรียนอัสสัมชัญนี้ เพราะทราบข้อมูลโรงเรียนจากอินเทอร์เน็ต และจากศิษย์เก่าที่เคยมาเรียนที่นี่ ทำให้ผมได้มาใช้ชีวิตการกินอยู่ประจำ ร่วมกับเพื่อน ๆ ที่มาจากต่างจังหวัดอีกหลาย ๆ คน” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 9, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2560)

“.....มุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ อันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชนด้วยการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามาใช้บริการในด้านอาคารสถานที่ อีกทั้งยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการดำเนินงานของชมรม สมาคม ผู้ปกครอง ครู ศิษย์เก่าและชุมชนอย่างเต็มที่และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โรงเรียนหลากหลายช่องทาง เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียน นำข้อมูลข่าวสารตลอดจนความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ภายในโรงเรียนไปสู่ภายนอกแก่ผู้ปกครองและชุมชน อย่างถูกต้องและรวดเร็ว” (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 12, สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2561)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง
นักเรียน ในครั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะทั่วไป
4. ข้อเสนอในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง
นักเรียน ผลการวิจัย พบว่า

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของ
ผู้ปกครองจำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง

1. ระดับภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน
จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน

พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน
โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย
ด้านความเชื่อถือ ด้านความศรัทธา และด้านการยอมรับ ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน
ด้านความเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหา
น้อย ได้แก่ โรงเรียนมีพื้นที่กว้างใหญ่ มีความพร้อม มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมให้มีความเป็น
ระเบียบเรียบร้อย สะอาด ปลอดภัย ร่มรื่นสวยงาม และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โรงเรียน
มีสถานที่ อาคารเรียน และอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับจำนวนนักเรียน และทันสมัย และครูมีความรู้
ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน ส่วนอันดับสุดท้าย คือ
นักเรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถในชีวิตประจำวันได้

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน
ด้านความศรัทธา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยจากมาก

ไปหาน้อย ได้แก่ โรงเรียนมีชื่อเสียงมีความเป็นเลิศด้านกีฬา ผู้ปกครองมีความภาคภูมิใจที่บุตรหลานเข้ามาศึกษาในโรงเรียนแห่งนี้และผู้ปกครองมีความมั่นใจว่าโรงเรียนสามารถพัฒนาบุตรหลานให้เป็นบุคคลตัวอย่างที่ดีและมีคุณค่าแก่สังคมส่วนอันดับสุดท้าย คือ ผู้ปกครองเข้ามาติดต่อกับโรงเรียนได้รับการบริการที่ดี รวดเร็ว และได้รับการบริการข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนด้านการยอมรับ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ศิษย์เก่าเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพต่าง ๆ ได้รับการยกย่องและเป็นที่ยอมรับของสังคม นักเรียนมีทักษะด้านกีฬาและสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่โรงเรียน และโรงเรียนเป็นสถาบันที่มีประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาได้ตรงตามเป้าหมายของการศึกษาสอดคล้องกับความต้องการสภาพแวดล้อมและท้องถิ่น ส่วนอันดับสุดท้าย คือ โรงเรียนมีระบบการบริหารที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

2. การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน ทุกด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามอาชีพผู้ปกครองนักเรียน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชาตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการยอมรับและด้านความศรัทธา แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ

จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือและด้านการยอมรับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความศรัทธา แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

1. ด้านผู้เรียน ผู้เรียนให้มีระเบียบวินัย ประพฤติปฏิบัติตนในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นอย่างดี มีความรู้ความสามารถทั้งด้านกีฬา และด้านวิชาการ มีผลงานด้านวิชาการ โดยเฉพาะด้านภาษาต่างประเทศ ได้รับประสบการณ์จริงจากการเข้าร่วมแข่งขันทั้งด้านวิชาการและด้านกีฬา กล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม และสามารถนำความรู้ความสามารถไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ได้จริง

2. ด้านผู้สอน พัฒนาครูให้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ มีการพัฒนาตนเอง อยู่เสมอ สามารถใช้นวัตกรรมจัดการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสม สามารถถ่ายทอดความรู้และเทคนิควิธีการสอนที่ทันสมัยและหลากหลาย เพื่อให้ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติจริง ดูแลเอาใจใส่นักเรียน และยอมรับฟังความคิดเห็นของนักเรียนทำให้นักเรียนมีความสุข ในการมาเรียน

3. ด้านหลักสูตร โรงเรียนควรมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารจะต้อง พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ผู้ปกครองและชุมชน เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา

4. ด้านการบริหารจัดการ พบว่า โรงเรียนจะต้องพัฒนาด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการพัฒนา ครู จะต้องให้ความสำคัญกับครู เพราะครูต้องปฏิบัติหน้าที่ทั้งสอนและอบรมบ่มเพาะนักเรียน ครู จะต้องสอนด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย สอนในภาคปฏิบัติมากกว่าการสอนภาคทฤษฎี เพื่อให้เด็กมีความสามารถในการปฏิบัติได้จริง เกิดทักษะความรู้ความเข้าใจ และนำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้ ประการต่อมา ด้านวิชาการ จะต้องพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่เน้นการประยุกต์ใช้ได้จริง กับการดำเนินชีวิต และนักเรียนสามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่ประสบได้ และมีการบริหาร งบประมาณที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรฝ่ายสนับสนุน ที่มีความสำคัญ ไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน ซึ่งมีบทบาทในการประสานงานกับบุคลากรทั้งภายในและภายนอก ประสานงานกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน และยังมีส่วนสนับสนุนพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของสถานศึกษา นอกจากนี้โรงเรียนจะต้องพัฒนาด้านระเบียบวินัย ด้านกีฬาและด้านภาษาต่างประเทศ ตลอดจน การพัฒนาด้านอาคารสถานที่ สื่ออุปกรณ์ที่ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อ ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

5. ด้านการประชาสัมพันธ์ โรงเรียน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหว ต่าง ๆ ของโรงเรียน ผ่านการสื่อสารทางบุคคล สื่อที่หลากหลาย ทั้งในด้านการบริหารจัดการ

ด้านวิชาการ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ข้อมูลข่าวสารและเกร็ดความรู้ต่าง ๆ เผยแพร่ให้
 ผู้ปกครองและชุมชนทราบอย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
 เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจ ในการพัฒนาแก้ไขปัญหา
 การจัดการศึกษาและภารกิจต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ดำเนินไปด้วยดีและบรรลุผลตามมาตรฐาน
 การศึกษาของสถานศึกษาต่อไป

อภิปรายผล

จากการศึกษาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง
 นักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง พบว่า

ตอนที่ 1 ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน

1. ระดับภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน
 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยจากมากไป หาน้อย
 ด้านความเชื่อถือ ด้านความศรัทธา และด้านการยอมรับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิรวิทย์
 ยางไชย (2554) ศึกษาวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาตามทัศนะ ของนักเรียน:
 การวิจัยแบบผสมวิธี ผลการวิจัย พบว่า 1) นักเรียนมัธยมศึกษาเห็นว่าภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษา
 โดยรวมทั้ง 8 ด้านอยู่ในระดับพอใช้ทุกด้าน โดยเรียงจากด้านที่มีภาพลักษณ์ดีสุดไปต่ำสุด ได้แก่
 1) ด้านหลักสูตรการศึกษามีภาพลักษณ์ดีสุด รองลงมา ได้แก่ 2) ด้านการจัดการเรียนการสอน
 3) ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม 4) ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ 5) ด้านสื่อการเรียนการสอน
 6) ด้านผู้บริหารและคณาจารย์ 7) ด้านนักเรียนนักศึกษา และ 8) ด้านการศึกษาต่อ 2) นักเรียน
 มัธยมศึกษาที่มีเพศ เกรดเฉลี่ย ระดับชั้น การศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครองและรายได้
 ของผู้ปกครองต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาในแต่ละด้านต่างกัน
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย พบว่า 1) เพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์
 ของอาชีวศึกษาดีกว่าเพศชาย 2) นักเรียนที่มีผลการเรียนสูงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ
 อาชีวศึกษาดีกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำ 3) นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นมีความคิดเห็น
 เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาดีกว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 4) นักเรียนที่มี
 ผู้ปกครองที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาดีกว่า
 นักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป 5) นักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีอาชีพ
 พนักงานบริษัท อาชีพรับจ้าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาดีกว่านักเรียนที่มี
 ผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น 6) นักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีรายได้น้อยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์
 ของอาชีวศึกษาดีกว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีรายได้สูง 3) นักเรียนมัธยมศึกษาที่มีประเภทของ

โรงเรียน ที่ตั้งของโรงเรียนและภูมิภาคที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษา ในแต่ละด้านต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น ด้านการประชาสัมพันธ์ และกมล นาคสมบูรณ์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียน โรงเรียนเอกชนในจังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียน โรงเรียนเอกชนสายสามัญในจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับ มากทุกด้าน โดยมีคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ คือ การบริหารงานกิจการนักเรียน การบริหารวิชาการ การบริหารงานบุคคล การจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียนและอาคารสถานที่ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน การเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน การบริการรถรับส่ง และ อาหารกลางวันแก่นักเรียน เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการที่จะส่งนักเรียน เข้าเรียน โรงเรียนเอกชนสายสามัญ ในจังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และ ระยะห่างจากบ้านมาโรงเรียน พบว่า

1.1 ผู้ปกครองที่มีอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอิสระทั่วไป มีการตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนใน โรงเรียนเอกชนสายสามัญ ในจังหวัดระยองโดยรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.2 ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจที่จะส่งนักเรียนเข้า เรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญ ในจังหวัดระยอง ด้านบริหารวิชาการ การบริหารงานกิจการ นักเรียน การบริหารงานบุคคล การจัดสภาพแวดล้อมใน โรงเรียนและอาคารสถานที่ ความสัมพันธ์ ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการเก็บ ค่าธรรมเนียมการเรียน และด้านบริการรถรับส่ง และอาหารกลางวันแก่นักเรียน แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แนวคิดของ วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2548, หน้า 13) กล่าวถึงลักษณะของ โรงเรียนที่มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ เช่น บุคลากรผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ และปฏิบัติดีปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถ โรงเรียนต้องมีชื่อเสียงด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้าน ร่วมกัน เช่น ด้านวิชาการด้านกีฬาด้านดนตรีอื่น ๆ อันเป็นที่ยอมรับของสังคม โรงเรียนมีอาคาร สถานที่ที่มั่นคงแข็งแรงสะอาดร่มรื่นและตั้งอยู่ในบริเวณทำเลสะดวกปลอดภัยและสภาพแวดล้อม ที่ดีและลักษณะของโรงเรียนที่มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ บุคลากรผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถและปฏิบัติดีปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถ โรงเรียนต้องมีชื่อเสียงด้านใดด้านหนึ่ง หรือหลายด้านร่วมกัน เช่น ด้านวิชาการด้านกีฬาด้านดนตรีอื่น ๆ อันเป็นที่ยอมรับของสังคม

2. การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อาชีพและวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน

จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน ทุกด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามอาชีพผู้ปกครองนักเรียน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชาตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการยอมรับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความศรัทธา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ราไฟ เลียงจันทร์ (2541) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของครูและนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตการศึกษา 12 เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามสถานภาพครูและนักเรียน เพศของครู ประสบการณ์ในการทำงาน เพศของนักเรียนและสาขาวิชาที่เรียน ผลการวิจัย พบว่า 1) ครูและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ครูเพศชายและหญิง มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน มีนัยที่สำคัยทางสถิติที่ระดับ .05 3) ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี และ 5 ปีขึ้นไป มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 4) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เพศชายและหญิง มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยภาพรวมด้านความเชื่อถือ และความศรัทธา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการยอมรับ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

1. ด้านผู้เรียน ฝึกผู้เรียนให้มีระเบียบวินัย ประพฤติปฏิบัติตนในการอยู่ร่วมกับผู้อื่น ได้เป็นอย่างดี มีความรู้ความสามารถทั้งด้านกีฬา และด้านวิชาการ มีผลงานด้านวิชาการ โดยเฉพาะด้านภาษาต่างประเทศ ได้รับประสบการณ์จริงจากการเข้าร่วมแข่งขันทั้งด้านวิชาการและด้านกีฬา

กล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม และสามารถนำความรู้ความสามารถไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง

2. ด้านผู้สอน พัฒนาครูให้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ สามารถใช้นวัตกรรมจัดกิจกรรมการสอนได้อย่างเหมาะสม สามารถถ่ายทอดความรู้และเทคนิควิธีการสอนที่ทันสมัยและหลากหลาย เพื่อให้ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติจริง ดูแลเอาใจใส่นักเรียน และยอมรับฟังความคิดเห็นของนักเรียนทำให้นักเรียนมีความสุขในการมาเรียน

3. ด้านหลักสูตร โรงเรียนควรมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารจะต้องพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ผู้ปกครองและชุมชน เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา

4. ด้านการบริหารจัดการ โรงเรียนจะต้องพัฒนาด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการพัฒนาครู จะต้องให้ความสำคัญกับครู เพราะครูต้องปฏิบัติหน้าที่ทั้งสอนและอบรมบ่มเพาะนักเรียน ครูจะต้องสอนด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย สอนในภาคปฏิบัติมากกว่าการสอนภาคทฤษฎี เพื่อให้เด็กมีความสามารถในการปฏิบัติได้จริง เกิดทักษะความรู้ความเข้าใจ และนำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้ ประการต่อมา ด้านวิชาการ จะต้องพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่เน้นการประยุกต์ใช้ได้จริงกับการดำเนินชีวิต และนักเรียนสามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่ประสบได้ และมีการบริหารงบประมาณที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรฝ่ายสนับสนุนที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน ซึ่งมีบทบาทในการประสานงานกับบุคลากรทั้งภายในและภายนอก ประสานงานกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน และยังมีส่วนสนับสนุนพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของสถานศึกษา นอกจากนี้โรงเรียนจะต้องพัฒนาด้านระเบียบวินัย ด้านกีฬาและด้านภาษาต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาด้านอาคารสถานที่ สื่ออุปกรณ์ที่ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

5. ด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของโรงเรียน ผ่านการสื่อสารทางบุคคล สื่อที่หลากหลาย ทั้งในด้านการบริหารจัดการ ด้านวิชาการ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ข้อมูลข่าวสารและเกร็ดความรู้ต่าง ๆ เผยแพร่ให้ผู้ปกครองและชุมชนทราบอย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมความสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจ ในการพัฒนาแก้ไขปัญหาการจัดการศึกษาและภารกิจต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ดำเนินไปด้วยดีและบรรลุผลตามมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาต่อไป เนื่องจากแนวคิด พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2540, หน้า 49) การที่จะสร้างภาพลักษณ์เกิดขึ้นต้องอาศัยพื้นฐาน ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและต้องเป็นความรู้

ความเข้าใจที่สามารถทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจเกิดความศรัทธาเกิดความเชื่อถือเพื่อที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะจดจำได้และสะสมพัฒนาเอกลักษณ์ในที่สุด

สรุปการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับองค์กร สร้างความเชื่อมั่น สร้างความไว้วางใจความเชื่อถือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับองค์กร ซึ่งมักเกิดจากมุมมองหรือสิ่งที่พบเห็นได้ยืนหรือได้สัมผัสมาทำให้เกิดความประทับใจ ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นจุดยืนที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hassan (1989) ศึกษาเกี่ยวกับการหาวิธีวัดภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาโดยวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของสถาบันภาษา 2 แห่ง ได้แก่ Brown university และ Boaton college ผลการวิจัย พบว่าภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันเกิดจากความเข้มแข็งทางวิชาการการที่มีคณาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถและการได้รับการสนับสนุนจากศิษย์เก่านักศึกษาได้รับการคัดเลือกและการได้รับการเผยแพร่กิจกรรมของวิทยาลัยจากกลุ่มสื่อมวลชน Joyce (1992) ศึกษาเหตุผลของผู้ปกครองที่เลือกโรงเรียนชั้นประถมศึกษาของรัฐบาลระหว่าง โรงเรียน Stenbenville public school ในมลรัฐ Ohio และ St. Paul public school ในมลรัฐ Minnesota พบว่า ความเห็นที่เหมือนกันมากในการเลือกโรงเรียน มี 8 ข้อ ดังนี้ 1) คุณภาพของครู 2) ระเบียบของโรงเรียน 3) วินัยของโรงเรียน 4) หลักสูตรพิเศษ 5) จริยธรรมของครู 6) การประเมินความสามารถของครู 7) ความรับผิดชอบของโรงเรียน 8) มีแนวการสอนหลากหลายเหตุผล ที่มีความสำคัญน้อยที่สุดของผู้ปกครอง คือ รายได้ของผู้ปกครอง และพื้นฐานทางคุณธรรม ส่วนความเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการองค์การในโรงเรียน มี 8 ข้อ คือ 1) เป็นระบบ 2) มีการกระจายอำนาจ 3) มีความเป็นอิสระแบบเอกชน 4) ให้ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่ต้องการ 5) มีลักษณะความเป็นผู้นำ 6) มีอิทธิพลต่อการแข่งขันสูง 7) มีความสัมพันธ์ชุมชนดี 8) มีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผู้วิจัย กำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้ง 5 ด้าน ควรนำแนวทางการพัฒนาที่ได้รับสู่การปฏิบัติจริงและดำเนินการด้านที่มีความจำเป็นเร่งด่วน เช่น ด้านวิชาการ เนื่องจากศิษย์เก่าและผู้ปกครองเห็นความสำคัญในด้านผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน
2. ควรมีการส่งเสริมพัฒนาครู และบุคลากร ในด้านวิชาการ ด้านการเรียนการสอน การอบรมในการใช้เทคนิคใหม่ ๆ และด้านคุณธรรมจริยธรรม

3. ควรส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า และชุมชน เข้ามีส่วนร่วม ในการจัดการศึกษาของโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง

4. ควรมีการส่งเสริมผู้เรียนในด้านทักษะวิชาการ ที่เน้นทักษะด้านภาษาอังกฤษ

5. ควรมีการส่งเสริมทักษะการสื่อสารด้านภาษาให้กับนักเรียน ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ โดยจัดประสบการณ์ให้นักเรียน ได้ปฏิบัติจริง เป็นต้น

6. ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนด้านกีฬา ให้นักเรียนมีผลงานทางการกีฬา เพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับโรงเรียนเพิ่มขึ้น

7. ควรมีการส่งเสริม ให้นักเรียนมีระเบียบวินัย มีคุณธรรมจริยธรรม โดยมีการอบรม สั่งสอน หรือการจัด โครงการ กิจกรรม ส่งเสริมให้นักเรียนได้เรียนรู้เกิดประสบการณ์ และนำไปสู่แนวทางการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน

ข้อเสนอในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองส่งนักเรียนเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชน

2. ควรมีการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ระหว่างสถานศึกษาของรัฐ เอกชน และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

บรรณานุกรม

- กมล นาคสมบุรณ์. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียน โรงเรียนเอกชน ในจังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- งานสารสนเทศโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา. (2559). *รายงานประเมินตนเอง โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ปีการศึกษา 2559*. ชลบุรี: โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา.
- จิราภรณ์ สีขาว. (2536). *ภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาตามการรับรู้ของผู้บริหาร การศึกษาระดับสูง*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เชษฐภูมิ วรรณไพศาล. (2560). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศึกษา: หลักการและการประยุกต์*. เชียงใหม่: ครองช่าง พรินท์ติ้ง.
- ชลรัตน์ ชลมารค. (2546). *ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). *สื่อสาร...การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ว่างอักษร.
- เทพลักษณ์ โกมลวนิช. (2553). *ภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน*. วิทยานิพนธ์ นิติศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เทศบาลนครเจ้าพระยาสุรศักดิ์มนตรี. (2555). *ข้อมูลพื้นฐาน*. เข้าถึงได้จาก <http://chaoprayasurasak.go.th/public/texteditor/data/index/menu/554>
- บุญชม ศรีสะอาด และสุริทอง ศรีสะอาด. (2552). *การวิจัยเกี่ยวกับการบริหารการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประสาธ เนืองเฉลิม. (2556). *วิจัยการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- พงษ์เทพ วรกิจ โกลาทร. (2537). *ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์ น. 124-125 ในภาพพจน์นั้น* *สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พงษ์เทพ วรกิจ โกลาทร. (2545). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายพริก.

- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2540). ภาพพจน์สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2545). การวิจัยเพื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภราดาคณะเซนต์คาเบรียล. (ม.ป.ป.). การจัดการศึกษาแนวมงฟอร์ดในศตวรรษที่ 21. ม.ป.ท. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหาร งานประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิติศาสตร์. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รัฐพงศ์ บุญญานุกิต. (2561). โรงเรียนเอกชน ทางรอด ทางเลือก. เข้าถึงได้จาก https://www.matichon.co.th/education/news_989270
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. (2546). การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2530). พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2538. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คพับลิเคชันส์.
- รุ่งราวรรณ เสนารักษ์. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษา. วารสารวิชาการ สถาบันการพลศึกษา, 3(2), 39-47.
- ราไพ เลียงจันทร์. (2546). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามที่สนะของครูและนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตพื้นที่การศึกษาเขต 12. ปรินญาณิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วชิรวิทย์ ชาญไชย. (2554). การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาตามที่สนะของนักเรียน: การวิจัยแบบผสมวิธี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันฉัตร ทองแพง. (2553). ภาพลักษณ์ของสถาบันอาชีวศึกษาใน จังหวัดศรีสะเกษ ตามการรับรู้ของเยาวชนและผู้ปกครองนักเรียน-นักศึกษา. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2540). การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่)* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. (2548). บทบาทผู้บริหารสถานศึกษาตามแนวปฏิรูป. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 1(1), 75-82.
- สรายุทธ ตรีรัตน์ตระกูล. (2556). ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีกับ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ไทยของนักเรียนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 2(1), 53-61.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2551). *ทฤษฎีสังคมวิทยา: เนื้อหาและแนวทางใช้ประโยชน์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2554). *ภาพพจน์นั้น สำคัญไฉน*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สุพิน ปัญญาภัก. (2540). การประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการตลาด ใน *การส่งเสริมการตลาด หน่วยที่ 12* (หน้า 503-545). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. (2551). *พระราชบัญญัติ โรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550*. กรุงเทพฯ: ครูสภาลาดพร้าว.
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2559). *แผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2552). *รายงานการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพ การศึกษาไทย: การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อริสรา บุญรัตน์. (2557). *แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย*. ปรินญาณินพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อรอุมา ไชยเศรษฐ. (2551). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัย พายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อำนาจ วีรวรรณ. (2540). *การแก้วิกฤตการณ์และสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร ในภาพพจน์นั้น สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- Alvarez, D. S. (1991). School imagery views from pluralistic constituencies. *Dissertation Abstracts International*, 52(3), 748A.
- Anderson, P. M., & Rubin, I. G. (1986). *Marketing communications*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Baskin, O. W., Aronoff, C. E., & Lattimore, D. (1997). *Public relations: The profession and the practice*. Chicago: Brown & Benchmark.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (2014). *Research in education* (10th ed.). Boston: Pearson.
- Calhoun, C. J. (2007). *Contemporary sociological theory* (2nd ed.). Malden, MA: Blackwell.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Darling & Fisher. (1985). On strategic networks. *Management Journal*, 19, 31-41.
- Dillon, M. (2014). *Introduction to sociological theory* (2nd ed.). New Jersey: Blackwell.
- George, R., & Jeffrey, S. (2014). *Sociological theory* (9th ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Goldstein, E. B. (2014). *Sensation and perception* (9th ed.). Belmont, CA: Wadsworth, Cengage Learning.
- Gregory, J. R., & Wiechmann, J. G. (1991). *Marketing corporate image*. Chicago: NTC.
- Harding, L. B. (1987). A design for the measurement of the image of a school. *Dissertation Abstracts International*, 48(02), 373-A.
- Harris, J. (2014). *Sensation and perception*. London: Sage.
- Hassan, T. E. (1989). Colleges and image: The image modification stories of two selective institutions. *Dissertation Abstracts International*, 50(4), 882-A.
- Jeffrey, S. (2014). *Social psychology from flat to round: Inter subjectivity and space in Peter Sloterdijk's bubbles*. London: Sage.
- Joyce, C. F. (1992). Parental choice in public elementary school: Who chooses and why (School). *Dissertation Abstracts International*, 53(4), DAI-A.
- Jonathan, H. T. (2014). *Theoretical sociology*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Stuart, G. W., & Sundeen, S. J. (1983). *Principle and practice of psychiatric nursing* (2nd ed.). ST.Louise: C.V. Mosby.
- Wade, N. J. (2013). *Visual perception: An introduction* (3rd ed.). New York: Psychology Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ภาคผนวก ข
การหาคุณภาพเครื่องมือ

การหาคุณภาพเครื่องมือ

ข้อที่	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	สรุป		ข้อที่	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	สรุป
1	+1	+1	+1	ใช้ได้		24	+1	+1	+1	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	ใช้ได้		25	+1	+1	+1	ใช้ได้
3	0	+1	+1	ใช้ได้		26	+1	+1	0	ใช้ได้
4	0	+1	+1	ใช้ได้		27	+1	+1	+1	ใช้ได้
5	+1	+1	+1	ใช้ได้		28	+1	+1	+1	ใช้ได้
6	+1	+1	+1	ใช้ได้		29	+1	+1	0	ใช้ได้
7	+1	0	+1	ใช้ได้		30	+1	+1	0	ใช้ได้
8	+1	+1	+1	ใช้ได้		31	+1	+1	+1	ใช้ได้
9	+1	+1	+1	ใช้ได้		32	+1	+1	+1	ใช้ได้
10	+1	+1	+1	ใช้ได้		33	+1	+1	+1	ใช้ได้
11	0	+1	+1	ใช้ได้		34	+1	+1	+1	ใช้ได้
12	+1	+1	+1	ใช้ได้		35	+1	+1	+1	ใช้ได้
13	+1	+1	+1	ใช้ได้		36	+1	+1	+1	ใช้ได้
14	+1	+1	+1	ใช้ได้		37	0	+1	+1	ใช้ได้
15	+1	+1	+1	ใช้ได้		38	+1	+1	+1	ใช้ได้
16	+1	0	+1	ใช้ได้		39	+1	+1	+1	ใช้ได้
17	+1	+1	+1	ใช้ได้		40	+1	+1	+1	ใช้ได้
18	+1	+1	+1	ใช้ได้		41	+1	+1	+1	ใช้ได้
19	+1	+1	+1	ใช้ได้		42	+1	+1	+1	ใช้ได้
20	+1	+1	+1	ใช้ได้		43	+1	+1	+1	ใช้ได้
21	+1	+1	+1	ใช้ได้		44	+1	+1	+1	ใช้ได้
22	+1	+1	0	ใช้ได้		45	+1	+1	+1	ใช้ได้
23	+1	+1	0	ใช้ได้						

ภาคผนวก ค

การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ

การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ

ข้อที่	r	ข้อที่	r
1	0.24	24	0.73
2	0.60	25	0.61
3	0.53	26	0.69
4	0.69	27	0.62
5	0.58	28	0.69
6	0.62	29	0.77
7	0.58	30	0.73
8	0.72	31	0.50
9	0.61	32	0.60
10	0.74	33	0.59
11	0.58	34	0.55
12	0.79	35	0.71
13	0.60	36	0.83
14	0.66	37	0.70
15	0.75	38	0.82
16	0.64	39	0.79
17	0.67	40	0.81
18	0.78	41	0.83
19	0.27	42	0.76
20	0.42	43	0.84
21	0.65	44	0.85
22	0.67	45	0.85
23	0.55		

ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.93

ภาคผนวก ง
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน

.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน แบบสอบถามมี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 แบบสอบถามระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำนวน 45 ข้อ ข้อ 1-15 ด้านความน่าเชื่อถือ ข้อ 16-30 ด้านการยอมรับ และ ข้อ 31-45 ด้านความศรัทธา

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง เพื่อหาแนวทางพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

2. คำตอบทุกข้อถือเป็นความลับไม่มีผลกระทบต่อท่านและใช้เฉพาะในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

มิสประภารัตน์ อู่อรุณ

นิสิตสาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคม

มหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 1.1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง
เกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูลในแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. ผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้น

- ปฐมวัย
- ประถมศึกษา
- มัธยมศึกษาตอนต้น
- มัธยมศึกษาตอนปลาย

2. วุฒิการศึกษาผู้ปกครอง

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก

3. อาชีพผู้ปกครอง

- ข้าราชการ
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัท
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่น ๆ

ตอนที่ 1.2 แบบสอบถามระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วพิจารณาว่าท่านมีความคิดเห็นมากน้อยเพียงใดแล้ว
กรุณา ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่สอดคล้องกับระดับการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับ
ภาพลักษณ์ของโรงเรียนมากที่สุด

5 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับมากที่สุด

4 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับมาก

3 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับปานกลาง

2 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับน้อย

1 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ระดับน้อยที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับ				
		5	4	3	2	1
1	ครูมีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และ ประสบการณ์ ในรายวิชาที่สอน					
2	ครูเอาใจใส่ดูแลบุตรหลานเป็นอย่างดี					
3	ครูมีการชี้แจงหลักเกณฑ์การวัดและประเมินผลการเรียน อย่างชัดเจน					
4	ครูมีการติดตามประเมินผลการเรียนนักเรียน					
5	นักเรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถใน ชีวิตประจำวันได้					
6	นักเรียนมีความรับผิดชอบต่อการงานที่ได้รับมอบหมาย					
7	โรงเรียนมีหลักสูตรการเรียนทันสมัยสอดคล้องกับ ความต้องการของนักเรียน ผู้ปกครองและชุมชน					
8	ผู้บริหารสนับสนุนพัฒนาโครงการทางวิชาการและ กิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจ ของผู้ปกครองและชุมชน					
9	โรงเรียนส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่พัฒนา นักเรียน					

ข้อ	ข้อความ	ระดับ				
		5	4	3	2	1
10	โรงเรียนมีการติดตามดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบ					
11	โรงเรียนจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณธรรม จริยธรรมและมีค่านิยมที่พึงประสงค์					
12	โรงเรียนมีสื่อเทคโนโลยีทางการศึกษาที่ช่วยให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าได้ด้วยตนเอง					
13	โรงเรียนมีสถานที่และอาคารเรียนและอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับจำนวนนักเรียนและทันสมัย					
14	โรงเรียนมีพื้นที่กว้างใหญ่ มีความพร้อม มีการดูแลรักษา สภาพแวดล้อมให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดปลอดภัย ร่มรื่นสวยงามและมีบรรยากาศที่เอื้อต่อเรียนรู้					
15	โรงเรียนมีชื่อเสียงการจัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ					
16	โรงเรียนเป็นสถาบันที่มีประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาได้ตรงตามเป้าหมายของการศึกษาสอดคล้องกับความต้องการ สภาพแวดล้อม และท้องถิ่น					
17	นักเรียนเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของสังคม					
18	นักเรียนของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา มีการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน					
19	นักเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขัน และประกวดในระดับต่าง ๆ					
20	นักเรียนสร้างชื่อเสียงจากการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ					
21	บุคลากรของโรงเรียนมีความรู้ ความเข้าใจ ให้บริการอย่างมืออาชีพ					
22	โรงเรียนมีการรับฟังแนวคิดหรือข้อเสนอแนะของผู้ปกครองในการจัดการศึกษา					

ข้อ	ข้อความ	ระดับ				
		5	4	3	2	1
23	นักเรียนสามารถศึกษาต่อได้ตรงกับความสามารถและความต้องการ					
24	นักเรียนที่จบการศึกษาจากโรงเรียนมีทักษะในการปฏิบัติงาน ได้เป็นอย่างดี					
25	ศิษย์เก่าเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพต่าง ๆ ได้รับการยกย่องและเป็นที่ยอมรับของสังคม					
26	โรงเรียนมีระบบการบริหารงานที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้					
27	นักเรียนมีทักษะด้านกีฬาและสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่โรงเรียน					
28	นักเรียนมีทักษะด้านความกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม					
29	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับบุคคล ครอบครัว องค์กร และหน่วยงานอื่นอย่างต่อเนื่อง					
30	โรงเรียนมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบ้านกับโรงเรียน					
31	โรงเรียนเป็นสถานับการศึกษาที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ					
32	โรงเรียนมีชื่อเสียงมีความเป็นเลิศด้านกีฬา					
33	โรงเรียนสามารถจัดการศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้อย่างมีคุณภาพ					
34	โรงเรียนมีมาตรฐานและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในการจัดการศึกษา					
35	โรงเรียนมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง					
36	โรงเรียนเป็นแหล่งเรียนรู้และให้บริการแก่ชุมชนและสังคม ได้เป็นอย่างดี					

ข้อ	ข้อความ	ระดับ				
		5	4	3	2	1
37	โรงเรียนจัดกิจกรรมที่ประทับใจแก่ผู้ปกครองและชุมชน และมีความประทับใจ เมื่อได้เข้ามาร่วมกิจกรรมของโรงเรียน					
38	ผู้ปกครองเกิดความไว้วางใจในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนนี้					
39	ผู้ปกครองมีความประทับใจในการดูแลเอาใจใส่บุตรหลาน ให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี					
40	ผู้ปกครองมีความมั่นใจว่าโรงเรียนสามารถพัฒนาบุตรหลาน ให้เป็นบุคคลตัวอย่างที่ดีและมีคุณค่าแก่สังคม					
41	ผู้ปกครองมีความภาคภูมิใจที่บุตรหลานเข้ามาศึกษา ในโรงเรียนแห่งนี้					
42	ผู้ปกครองเลือกโรงเรียนแห่งนี้ เพราะคุ้มค่ากับการลงทุน					
43	ผู้ปกครองบอกเล่าสิ่งดี ๆ ที่ได้รับจากโรงเรียนให้ผู้อื่นฟัง					
44	ผู้ปกครองมั่นใจในระบบความปลอดภัยของโรงเรียน					
45	ผู้ปกครองเข้ามาติดต่อกับโรงเรียนได้รับการบริการที่ดี รวดเร็ว และได้รับการบริการข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง					

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อหาแนวทางพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

คำชี้แจง การสัมภาษณ์ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชาดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์.....
2. สถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์.....
3. วันที่สัมภาษณ์เวลา
4. สถานที่สัมภาษณ์.....
5. ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

ผู้บริหาร	จำนวน 1 คน
ผู้ปกครองของนักเรียน	จำนวน 4 คน
นักเรียน	จำนวน 4 คน
ศิษย์เก่า	จำนวน 3 คน

แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ประกอบด้วย

1. ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ในอดีตเป็นอย่างไร
2. ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ในปัจจุบันเป็นอย่างไร
3. แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ในอนาคต ควรเป็นอย่างไร
