

การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม The Image of Pibulsongkram Rajabhat University

สุวารีย์ วงศ์วัฒนา^{1*} ลำเนา เอี่ยมสอาด² ปรัชญา โพธิ์หัง³ พิชญ์พร ประครองใจ³
Suvaree Wongwattana^{1*}, Lamnao Amsa-art², Praty Phothihang³, Phitchayaporn Prakrongjai³

บทคัดย่อ

การวิจัยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในทัศนะอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามและหัวหน้าหน่วยงานในจังหวัดพิษณุโลก การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบฟอร์มการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการจำแนกชนิดของข้อมูล (Typological Analysis) อ่านบทพรรณานข้อมูลที่ได้จากบทสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มจนเข้าใจเนื้อหาสาระอย่างดี จากนั้นกำหนดประเด็นหัวข้อในการเขียนเนื้อหาสาระตามประเด็นที่กำหนด

การวิจัยพบว่า การรับรู้ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของอาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษา ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.64 เมื่อพิจารณาตามลำดับ พบว่ามีการรับรู้ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมสูงสุดมีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ มีการรับรู้ปัจจัยด้านพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.70 อยู่ในระดับมาก มีการรับรู้ปัจจัยด้านคุณลักษณะของอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.63 อยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายมีการรับรู้ปัจจัยด้านการบริหารจัดการโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.48 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

มหาวิทยาลัยมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่จะต้องส่งเสริมภาพลักษณ์ทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการควรชัดเจนในเชิงนโยบายและการปฏิบัติในการกระจายอำนาจลงสู่หน่วยงานระดับคณะ ด้านคุณลักษณะบุคลากร ผู้บริหารต้องเสริมสร้างศักยภาพความเป็นผู้นำ คณาจารย์

^{1*} รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

e-mail: Suvaree_tim@hotmail.com

² อาจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

³ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ต้องพัฒนาตนเองมีจิตสำนึกความเป็นครูและวางตนเป็นแบบอย่างที่ดี เจ้าหน้าที่ที่ต้องพัฒนาเรื่องความเต็มใจให้บริการด้วยความเป็นมิตรที่ดีและความสามารถในการทำงานให้เกิดความเชี่ยวชาญด้านการผลิตบัณฑิตมหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญและสนับสนุนการพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการประเมินคุณภาพการศึกษา ด้านการวิจัยและการบริการวิชาการแก่สังคมในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดีมาก แต่การสนับสนุนจัดสรรงบประมาณบริการวิชาการควรให้คณะดำเนินการด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมพบว่า ไม่ครอบคลุมการสืบสานศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่นมากขึ้น ด้านการประชาสัมพันธ์ควรดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เน้นการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผลงานวิชาการและความสามารถของนักศึกษาให้เป็นที่ประจักษ์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและศรัทธาด้านวิชาการในหมู่ประชาชน

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ

Abstract

The main purpose of the study was to explore the people's attitude toward the image of Pibulsongkram Rajabhat University (PSRU). The population included lecturers from the PSRU and chiefs of organizations in Phitsanulok Province. Research tools included questionnaire, interview form and focus group discussion. The data were analyzed by using percentage, mean and standard deviation, and typological analysis. After a revision of data obtained from interviews and group meetings to understand the content, the contents on the issues were written. The results showed that the level of people's perception was 3.64 on average, with the highest mean on public relations, university mission and the attributes of lectures, staffs and students, respectively. The study suggested that the university needed to boost up the following images: administration, personnel attribute, graduate produce, research and academic service, art and culture conservation, and public relations.

Keywords: Image, Public Relation, Management

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามเป็นสถาบันอุดมศึกษาจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีถึงปริญญาเอกมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาในจังหวัดพิษณุโลกและนักศึกษาในเขตภาคเหนือตอนล่าง ในปัจจุบันการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการแข่งขันด้านธุรกิจ การศึกษาทำให้สถาบันการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญเรื่องการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ให้โดดเด่น เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในการสร้างภาพลักษณ์ สถาบันการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวในหลายๆ ด้าน เช่น การพัฒนาคุณภาพบัณฑิต การปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน การสรรหาบุคลากรที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับการปรับปรุงอาคารสถานที่และการจัดหาเครื่องมือหรือสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย เป็นต้น

วิยะดา สุขเมธเทพานันท์ (2555) ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ในทัศนะของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มีข้อเสนอแนะจากบุคลากรภายใน คือ ควรพัฒนาด้านอาคารสถานที่ให้มากขึ้น และเตรียมความพร้อมเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยโดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัย ควรมีการวางมาตรการการคัดเลือกนักศึกษาเพื่อควบคุมคุณภาพนักศึกษาให้มีคุณลักษณะที่เหมาะสม และควรมีการส่งเสริมและพัฒนางานด้านวิชาการให้มากขึ้น ปัญหาด้านการประกอบอาชีพ ปัจจุบันสามารถกล่าวได้ว่ามีบัณฑิตตกงานเป็นจำนวนมาก เนื่องจากปัญหาด้านเศรษฐกิจของประเทศ ปัญหาด้านการวิจัย ได้แก่ ผลงานวิจัยของนักศึกษาและอาจารย์มีจำนวนน้อย ผลงานวิจัยมีการเผยแพร่อยู่ในวงจำกัด ปัญหาด้านการบริการวิชาการ ได้แก่ อาจารย์มีภาระงานสอนมากทำให้มีเวลาในการบริการวิชาการน้อย อาจารย์มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ให้บริการวิชาการไม่มากนัก และงบประมาณในการบริการวิชาการมีจำกัด ปัญหาด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ได้แก่ การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมยังไม่ชัดเจน และงบประมาณในการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมยังมีน้อย

ปัญหาดังกล่าวสอดคล้องกับผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในปีการศึกษา 2554 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม (สำนักงานคณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา, 2555) ที่แนะนำจุดที่ควรพัฒนาแก้ไข คือ ควรจัดกิจกรรมทางวิชาการและวิชาชีพ เพื่อพัฒนาความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ให้กับศิษย์เก่าเป็นระยะๆ ควรแสวงหาแหล่งทุนภายนอกโดยการเชิญนักวิจัยที่ประสบความสำเร็จสูง ควรเสริมศักยภาพการตีพิมพ์ผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ควรพัฒนาการปรับปรุงแผนการบริการวิชาการแก่สังคมตามผลการประเมินที่เป็นรูปธรรมและชัดเจน ควรนำมาตรฐานด้านศิลปะและวัฒนธรรมมาวิจัยและเผยแพร่ให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติ ด้านการผลิตบัณฑิตระดับสถาบันควรใช้กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

เป็นตัวขับเคลื่อนพฤติกรรมด้านคุณธรรม คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ และด้านความรู้ความสามารถ

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ส่งผลกระทบต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามเป็นอย่างมาก เพราะทำให้ต้องรับภาระหนักมากขึ้นด้วยงบประมาณที่จำกัด บุคลากร เครื่องมือ อุปกรณ์การเรียนการสอน รวมทั้งห้องปฏิบัติการที่ไม่เพียงพอ คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะสำรวจทัศนคติเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามของบุคลากรภายในและบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัยโดยเจาะจงเป็นหัวหน้าหน่วยงานทั้งภาคราชการและภาคเอกชน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงสร้างเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในทัศนะอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามและหัวหน้าหน่วยงานในจังหวัดพิษณุโลก

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้อย่างนี้

ขอบเขตด้านประชากร

1. กลุ่มประชากรภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่

1.1 อาจารย์ประจำในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 417 คน ประกอบด้วย ข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาสายวิชาการ พนักงานมหาวิทยาลัยหรือพนักงานราชการสายวิชาการ และอาจารย์ประจำตามสัญญาหรือลูกจ้างชั่วคราวสายวิชาการ ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ

1.2 ผู้บริหารระดับคณะและผู้แทนคณาจารย์ทั้ง 6 คณะ ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม

2. กลุ่มประชากรภายนอกมหาวิทยาลัย ได้แก่

หัวหน้าหน่วยงานหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ภายนอกมหาวิทยาลัย แบ่งเป็น หน่วยงานราชการ และเอกชนในเขตอำเภอเมืองและเขตรอบนอก ใช้วิธีการสัมภาษณ์

ขอบเขตด้านตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามโดยมีตัวแปร ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร
2. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของบุคลากรและนักศึกษา ได้แก่ คุณลักษณะผู้บริหาร (อธิการบดี) คุณลักษณะอาจารย์ คุณลักษณะเจ้าหน้าที่ และคุณลักษณะนักศึกษา
3. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การวางแผนการจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงานผลการปฏิบัติงาน และการบริหารงบประมาณ
4. ปัจจัยด้านพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ได้แก่ การผลิตบัณฑิต การวิจัยการบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการไว้ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

1.1 ผู้วิจัยทำหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 80 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 72 ชุด คิดเป็นร้อยละ 90 ของแบบสอบถามทั้งหมด

1.2 ข้อมูลจากอาจารย์ประจำในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามใช้วิธีประชุมกลุ่มย่อย

1.3 ผู้วิจัยสัมภาษณ์หัวหน้าหน่วยงานหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายในจังหวัดพิษณุโลก เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามและการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามด้วยตนเอง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

2.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของบัณฑิต และรายงานผลการประเมินผู้บริหารมหาวิทยาลัย

2.2 สรุปลและวิเคราะห์/สังเคราะห์จากรายงานการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การใช้สถิติเบื้องต้นวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรยายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและสถานภาพของตัวแปรต่างๆ โดยใช้โปรแกรม spss for windows ดังนี้

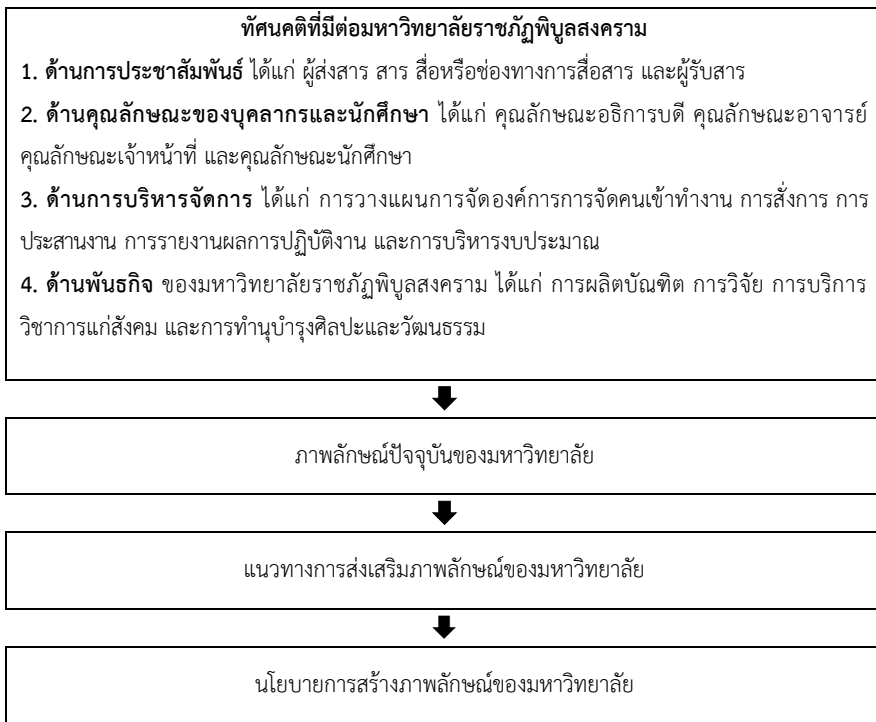
1.1 ใช้แจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของข้อมูลตอนที่ 2-5

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปโดยการจำแนกชนิดของข้อมูล (Typological Analysis) แบบไม่ใช้ทฤษฎีในการจำแนกข้อมูลที่จะวิเคราะห์ตามความเหมาะสมกับข้อมูล (สุภางค์ จันทวานิช, 2540) โดยการอ่านบทพรรณานข้อมูลที่ได้จากบทสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลายๆ ครั้ง จนเข้าใจเนื้อหาสาระอย่างดี จากนั้นกำหนดประเด็นหัวข้อในการเขียนเนื้อหาสาระตามประเด็นที่กำหนด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร

ยามาเน (Yamane, 1973) จากบุคลากรทั้งหมด จำนวน 417 คน กำหนดความคาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง 10% จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน โดยมีวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เนื้อหาในแบบสอบถามเป็นข้อคำถาม มุ่งสำรวจทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ได้แก่ ประสิทธิภาพของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะของบุคลากรและนักศึกษา และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของคณะผู้บริหาร

การศึกษาเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรภายใน ได้แก่ อาจารย์ประจำในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ประกอบด้วย ผู้แทนคณาจารย์ใน 6 คณะ คณะละ 10 คน รวมจำนวน 60 คน และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลภายนอก ได้แก่ หัวหน้าหน่วยงานหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายในหน่วยงานเอกชน หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 11 หน่วยงาน 11 คน ได้แก่ เทศบาลนครพิษณุโลก ที่ว่าการอำเภอบางระกำ โรงเรียนวังทองพิทยา โรงเรียนวัดโบสถ์พิทยาคม โรงเรียนบางระกำ สถานสงเคราะห์วังทอง สภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด บริษัทท็อปแลนด์พลาซ่า จำกัด ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าพิษณุโลก (โรบินสัน) สมาคมสื่อสารมวลชนพิษณุโลก

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การศึกษาเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 81.9 สังกัดคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 เป็นพนักงานมหาวิทยาลัยหรือพนักงานราชการ สายวิชาการ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 มีประสบการณ์สอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏอยู่ระหว่าง 1 – 10 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1

อาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏมีการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.61) โดยมีการรับรู้ด้านผู้ส่งสาร (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย) และด้านเนื้อหาข่าวสารสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.65) รองลงมามีการรับรู้ด้านผู้รับสาร ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.73) และการรับรู้ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ($\bar{x} = 3.52$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของบุคลากรและนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.62) โดยมีการรับรู้ด้านคุณลักษณะของอาจารย์สูงสุด ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.74) รองลงมา คือ การรับรู้ด้านคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.74) และการรับรู้ด้านคุณลักษณะของนักศึกษา ($\bar{x} = 3.29$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ

การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.48$, S.D. = 0.97) โดยมีการรับรู้ด้านการจัดองค์การสูงสุด ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.78) รองลงมา มีการรับรู้ด้านการวางแผนของมหาวิทยาลัย ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.75) การรับรู้ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ($\bar{x} = 3.58$, S.D. = 0.82) การรับรู้ด้านการบริหารงบประมาณของมหาวิทยาลัย ($\bar{x} = 3.41$, S.D. = 0.93) การรับรู้ด้านการสั่งการ ($\bar{x} = 3.41$, S.D. = 0.98) การรับรู้ด้านการจัดคนเข้าทำงาน ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 0.94) และการรับรู้ด้านการประสานงาน ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.74) โดยมีการรับรู้เกี่ยวกับด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมสูงสุด ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.85) รองลงมา มีการรับรู้เกี่ยวกับด้านการบริการวิชาการแก่สังคม ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.89) การรับรู้เกี่ยวกับด้านการผลิตบัณฑิต ($\bar{x} = 3.58$, S.D. = 0.72) และการรับรู้เกี่ยวกับด้านการวิจัย ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามลำดับพบว่า การรับรู้ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.64 เมื่อพิจารณาตามลำดับพบว่า มีการรับรู้ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ มีการรับรู้ปัจจัยด้านพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีการรับรู้ปัจจัยด้านคุณลักษณะของอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายมีการรับรู้ปัจจัยด้านการบริหารจัดการโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.48 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 2 การศึกษาเชิงคุณภาพ

2.1 ผลการวิจัยพบว่า จากการประชุมกลุ่มย่อยโดยภาพรวมทั้ง 6 คณะ ได้ระบุไปในทิศทางเดียวกันว่า การส่งเสริมภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นเรื่องที่จำเป็นและเร่งด่วน เนื่องด้วยปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายภายใน คือ บุคลากร ทุกฝ่ายมีความคาดหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน

ทิศทางที่ดีขึ้นและเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และนโยบายที่ดีตามที่อธิการบดีได้กำหนดไว้ เมื่อเข้ารับตำแหน่ง ซึ่งส่วนใหญ่ได้เสนอความคิดเห็นในเชิงพัฒนาทุกด้าน ประกอบด้วย **การบริหารจัดการ** แนวคิดการกระจายอำนาจลงสู่หน่วยงานระดับคณะต้องมีความชัดเจนทั้งในเชิงนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้าหรือมีความสับสนในระเบียบและขั้นตอนต่างๆ และต้องกำหนดภาระหน้าที่ ตามโครงสร้างหน่วยงานให้ชัดเจนสอดคล้องกับความสามารถและศักยภาพ **คุณลักษณะบุคลากร** ผู้บริหารต้องเสริมสร้างศักยภาพความเป็นผู้นำ แก้ไขปัญหารวดเร็ว เชื่อมโยงนโยบายกับการปฏิบัติสอดคล้องกับบริบทของมหาวิทยาลัย คณาจารย์ต้องพัฒนาตนเอง ติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่องมีจิตสำนึกความเป็นครูและวางตนเป็นแบบอย่างที่ดี เจ้าหน้าที่ควรพัฒนาเรื่องความเต็มใจให้บริการด้วยความเต็มใจที่มิได้เลือกปฏิบัติ เฉพาะผู้ที่มีตำแหน่งบริหารหรือผู้ที่ตนคุ้นเคย และพัฒนาความสามารถในการทำงานให้เกิดความเชี่ยวชาญ ให้ข้อมูลถูกต้องตามระเบียบปฏิบัติ **การผลิตบัณฑิต** มหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญและสนับสนุนการพัฒนาหลักสูตรทุกชั้นตอน เชื่อมโยงสู่สิ่งสนับสนุนและคุณภาพบัณฑิต รวมทั้งกระบวนการประเมินคุณภาพการศึกษาในการเตรียมความพร้อมต่างๆ ต้องเอื้อประโยชน์ต่อคณาจารย์เนื่องด้วยภาระหน้าที่หลักคือการสอน ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรสนับสนุนให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบเรื่องการจัดทำเอกสารรายงาน การประเมิน การบริการวิชาการแก่สังคม งานวิจัยและการบริการวิชาการ ในภาพรวมนั้นจัดอยู่ในระดับดีมาก แต่การสนับสนุนงบประมาณบริการวิชาการควรให้คณะดำเนินการเอง **การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม** พบว่าการดำเนินงานปัจจุบันไม่ครอบคลุมศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น ควรตระหนักถึงวัฒนธรรมระดับชุมชนในพื้นที่มากกว่าการแสดง **การประชาสัมพันธ์** โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมายภายนอกต้องดำเนินการเชิงรุกโดยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผลงานวิชาการและความสามารถของนักศึกษาให้เป็นที่ยอมรับเพื่อก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี แก่มหาวิทยาลัย เป็นที่ยอมรับและศรัทธาในด้านวิชาการ โดยผู้บริหารต้องกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ตลอดจนกรอบ การดำเนินงาน งบประมาณสนับสนุน เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงาน

2.2 ผลการวิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภายนอกเสนอทัศนะไปในทิศทางเดียวกันว่า มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นสถานศึกษาที่ทรงคุณค่าเป็นที่ยอมรับในระดับท้องถิ่น พัฒนาคนในท้องถิ่นโดยผลักดันให้บัณฑิตนำความรู้ไปพัฒนาท้องถิ่นสอดคล้องกับปรัชญามหาวิทยาลัยด้านพันธกิจ ได้แก่ การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ไม่โดดเด่นมากนัก เนื่องจากมหาวิทยาลัยไม่ได้เผยแพร่ข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายภายนอกอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเด็นการสืบสานวัฒนธรรมไม่ครอบคลุมวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านทัศนะที่มีต่อนักศึกษานั้นพบว่า นักศึกษามีความสามารถแตกต่างกันตามระดับความสนใจ บางคนมีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะปฏิบัติงานและพัฒนางาน ก้าวสู่ระดับผู้บริหารได้ แต่โดยภาพรวมมี

ศักยภาพปานกลางไม่มีความโดดเด่นเฉพาะทาง มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญในการส่งนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่สอดคล้องกับศาสตร์ที่เรียนมาและมีกระบวนการประเมินผลการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับมาตรฐานการประกอบวิชาชีพ

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มีประเด็นที่ควรอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามมีการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.61) โดยมีการพึงพอใจด้านผู้สื่อสาร (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย) และด้านเนื้อหาข่าวสารสูงสุด ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.65) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิยะดา สุเมธพานันท์ (2555) ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ในทัศนะของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในทัศนะของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามอยู่ในระดับมาก ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในทัศนะของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่มีเพศต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านบุคลากร งบประมาณและการจัดการภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ในทัศนะของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่มีระดับการศึกษาต่างกันพบว่าไม่แตกต่างกัน ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในทัศนะของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านงบประมาณ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในทัศนะของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่มีรายได้ต่างกัน พบว่าไม่แตกต่างกัน

2. บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามมีการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของบุคลากรและนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.62) โดยมีการพึงพอใจด้านคุณลักษณะของอาจารย์สูงสุด ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.74) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยูซอฟ และคณะ (Yusof et al., 2012) ศึกษาวิเคราะห์ความสำคัญและประสิทธิภาพที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย พบว่าคุณลักษณะต่างๆ เช่น ความมุ่งมั่นในความเป็นเลิศทางวิชาการ คุณภาพในการเรียนการสอนที่ดี ความพร้อมของโปรแกรมวิชาที่มีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

3. บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามมีการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.48$, S.D. = 0.97) โดยมีการรับรู้ด้านการจัดองค์การสูงสุด ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.78) รองลงมาเป็นการรับรู้ด้านการวางแผนของมหาวิทยาลัย ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.75) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งลาวัลณ์ เสนารักษ์ (2552) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผู้บริหาร ปัจจัยด้านคณาจารย์ ปัจจัยด้านนักศึกษา ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย และปัจจัยด้านชุมชนกับภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษา ในภาพรวมของกลุ่มผู้บริหาร กลุ่มคณาจารย์และกลุ่มนักศึกษา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.686, 0.678 และ 0.554 ตามลำดับ

4. บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามมีการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.74) โดยมีการรับรู้เกี่ยวกับการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมสูงสุด ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.85) รองลงมาเป็นการรับรู้เกี่ยวกับด้านการบริการวิชาการแก่สังคม ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.89) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทนา เนาว์วิน และพรชวรธรณ สุขสมวัฒน์ (2553) ศึกษาภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาในมุมมองของประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในมุมมองของประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 16 อำเภอ พบว่าภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง เรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ด้านการเรียนการสอน ด้านองค์กร ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้านการบริการวิชาการและด้านกรวิจัย

5. การประชุมกลุ่มย่อยโดยภาพรวมทั้ง 6 คณะ ได้ระบุไปในทิศทางเดียวกันว่าการส่งเสริมภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นเรื่องที่จำเป็นและเร่งด่วน เนื่องด้วยปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายภายใน คือ บุคลากรทุกฝ่ายมีความคาดหวัง ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นและเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และนโยบาย ประกอบด้วย **การบริหารจัดการ** แนวคิดการกระจายอำนาจลงสู่หน่วยงานระดับคณะต้องมีความชัดเจนทั้งในเชิงนโยบายและแนวทางปฏิบัติ **คุณลักษณะบุคลากร** ผู้บริหารต้องเสริมสร้างศักยภาพความเป็นผู้นำ แก้ไขปัญหารวดเร็ว เชื่อมโยงนโยบายกับการปฏิบัติสอดคล้องกับบริบทของมหาวิทยาลัย คณาจารย์ต้องพัฒนาตนเอง มีจิตสำนึก ความเป็นครูและวางตนเป็นแบบอย่างที่ดี เจ้าหน้าที่ต้องพัฒนาเรื่องความเต็มใจให้บริการด้วยความ เป็นมิตรที่ดี และพัฒนาความสามารถในการทำงานให้เกิดความเชี่ยวชาญ **การผลิตบัณฑิต** มหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญและสนับสนุนการพัฒนาหลักสูตรทุกชั้นตอน เชื่อมโยงสู่สิ่ง

สนับสนุนและคุณภาพบัณฑิต รวมทั้งกระบวนการประเมินคุณภาพการศึกษา การบริการวิชาการ แก่สังคม งานวิจัยและการบริการวิชาการ ในภาพรวมนั้นจัดอยู่ในระดับดีมาก แต่การสนับสนุน งบประมาณบริการวิชาการควรให้คณะดำเนินการ การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม พบว่าการ ดำเนินงานปัจจุบันไม่ครอบคลุมศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ ต้องดำเนินการ เชิงรุกโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมายภายนอก ผู้บริหารต้องกำหนดนโยบายและ กลยุทธ์ตลอดจนกรอบการดำเนินงาน งบประมาณสนับสนุนเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงาน

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นเรื่องที่ จำเป็นและเร่งด่วน เนื่องด้วยปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายภายใน คือ บุคลากรทุกฝ่ายมีความคาดหวังให้ เกิดการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น และเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และนโยบาย ประกอบด้วย การบริหารจัดการ คุณลักษณะบุคลากร การผลิตบัณฑิต การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โจนาทาน (Jonathan, 2001: 276-282) ศึกษาภาพลักษณ์สถาบันการศึกษาชั้นสูง พบว่ามหาวิทยาลัย จำเป็นต้องสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในตลาด สถาบันการศึกษาชั้นสูงต้องสร้าง ภาพลักษณ์เชิงรุกมากขึ้นในกิจกรรม ทางการตลาดเพื่อถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ ประชาชน ไม่ว่าจะแก่นักศึกษาหรือผู้ประกอบการ

6. ทักษะของหน่วยงานภายนอกมีความเห็นว่า มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นสถานศึกษา ที่ทรงคุณค่าเป็นที่ยอมรับ ในระดับท้องถิ่น พัฒนาค้นในท้องถิ่นโดยผลักดันให้บัณฑิตนำความรู้ไป พัฒนาท้องถิ่นสอดคล้องกับปรัชญามหาวิทยาลัย ด้านพันธกิจไม่โดดเด่นมากนัก เนื่องจาก มหาวิทยาลัยไม่ได้เผยแพร่ข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายภายนอกอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเด็นเรื่อง การสืบสานวัฒนธรรม ไม่ครอบคลุมวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านทักษะที่มีต่อนักศึกษา พบว่านักศึกษา มีความสามารถแตกต่างกันตามระดับความสนใจ แต่โดยภาพรวมมีศักยภาพปานกลางไม่มีความ โดดเด่นเฉพาะทาง มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญในการส่งนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่ สอดคล้องกับศาสตร์ที่เรียนมาและต้องให้ความสำคัญต่อการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรสู่สาธารณชน ด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและทั่วถึง นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผลงานวิชาการและ ความสามารถของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฮา (Nguyen & LeBlanc, 2001) ศึกษาภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันการศึกษาระดับสูง ในการตัดสินใจจดจำของนักศึกษา พบว่าภาพลักษณ์สถาบันและชื่อเสียงของสถาบันมีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ระดับความจงรักภักดีจะสูงขึ้นเมื่อมีการรับรู้ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของ สถาบันมากขึ้น นอกจากงานวิจัยดังกล่าวแล้วพบว่ามีผลสอดคล้องกับงานวิจัยของ โบซซ์ และ คณะ (Bosch et al., 2006) ศึกษาผลกระทบของเอกลักษณ์สถาบันต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ สถาบันการศึกษาระดับสูง พบว่าชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ลักษณะเฉพาะของมหาวิทยาลัย

ประสิทธิภาพการทำงานของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับแนวคิดของ ไคย์วูด (Caywood, 1997: 279-284 อ้างถึงใน บุขบา หินเธาว์, 2558: 75-83) เสนอรูปแบบกลวิธีการสร้างชื่อเสียงโดยแบ่งวิธีการเป็น รูปแบบต่างๆ 6 รูปแบบ ดังนี้ 1) เน้นที่ตัวผู้บริหารให้เป็นสัญลักษณ์ขององค์กร 2) เน้นที่คณะผู้บริหาร 3) เน้นที่สินค้าบริการขององค์กร 4) เน้นที่ประวัติที่นำภาคภูมิใจและการนำไปสู่ความสำเร็จในอนาคต 5) เน้นที่ผลประโยชน์สาธารณะ 6) เน้นความเป็นผู้นำทางธุรกิจของวงการโดยการชั้นนำหรือให้ข้อมูล

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องสร้างและรักษา ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค กำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เชิงรุกมากขึ้น ดังนั้นเน้นที่ตัวผู้บริหารให้เป็นสัญลักษณ์ขององค์กร เน้นที่คณะผู้บริหาร เน้นที่สินค้า บริการขององค์กรหรือผลผลิตของสถาบัน เช่น นักศึกษารับรางวัลดีเด่น เน้นที่ประวัติที่นำ ภาคภูมิใจและการนำไปสู่ความสำเร็จในอนาคตและเน้นความเป็นผู้นำทางวิชาการของ สถาบันการศึกษา โดยการชั้นนำหรือให้ข้อมูล

2. ด้านคุณลักษณะบุคลากรและนักศึกษา ผู้บริหารต้องเสริมสร้างศักยภาพ ความเป็นผู้นำ แก้ไขปัญหารวดเร็ว เชื่อมโยงนโยบายกับการปฏิบัติสอดคล้องกับบริบทของ มหาวิทยาลัย บุคลากรสายวิชาการต้องวางตนเป็นแบบอย่างที่ดี บุคลากรสายสนับสนุนต้องพัฒนา ความสามารถในการทำงานให้เกิดความเชี่ยวชาญ มีจิตสาธารณะบริการและด้านนักศึกษา ปัจจุบัน มีศักยภาพปานกลางไม่โดดเด่นชัดเจนตามศาสตร์ มหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญในการส่ง นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่สอดคล้องกับหลักสูตร

3. ด้านการบริหารจัดการแนวคิดการกระจายอำนาจลงสู่หน่วยงานระดับ คณะต้องมีความชัดเจนทั้งในเชิงนโยบายและแนวทางปฏิบัติ

4. ด้านพันธกิจของมหาวิทยาลัย ต้องเผยแพร่ข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายภายนอกอย่าง ต่อเนื่องทุกด้าน ได้แก่ การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ดังนั้น จึงควรมีการวิจัยเพื่อกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเชื่อมโยงการดำเนินงานตาม พันธกิจของมหาวิทยาลัยเพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางขับเคลื่อนภารกิจต่างๆ สู่เป้าหมายตาม วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย

เอกสารอ้างอิง

- บุษบา ทินธารี. (2558). *หลักการประชาสัมพันธ์*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- รุ่งลาวัลณ์ เสนารักษ์. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษา*. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- วันทนา เนาว์วิน และพรชวรธรณ สุขสมวัฒน์. (2553). *ศึกษาภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาในมุมมองของประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (งานวิจัยอุดหนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วิยะดา สุเมธเทพานันท์. (2555). *ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในทัศนะของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, พิษณุโลก.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2540). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา, (2555). *คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2553*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- Bosch, J., Venter, E., Han, Y., Boshoff, C. (2006). The impact of brand identity on the perceived brand image of a merged higher education institution: Part one. *Management Dynamics*, 15(2): 10-30.
- Jonathan, I. (2001). Higher Education Institution Image: A Correspondence Analysis Approach. *The International Journal of Educational Management*, 15(6): 276-282.
- Nguyen, N. & LeBlanc, G. (2001). Image and reputation of higher education institutions In students' retention decisions. *The International Journal of Educational Management*, 15(6): 303-311.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.) Newyork: Harper and Row Publication.
- Yusof, J. M., Musa, R., & Putit, L. (2012). Applying Importance-Performance Analysis (IPA) on University Image Attributes. *GSTF Business Review*, 2(1):111-116.