

ศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี

The Study of the Suphanburi Vocational College's Image

อรัทัยภักดิ์ ทำมา*

Orathai Tumma*

*สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี สุพรรณบุรี 72000

*Accounting Department, Suphanburi Vocational College, Suphanburi 72000

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี 2) เพื่อเสนอแนวทางการสร้างภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี ประชากรใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหาร ครู นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครองวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี จำนวน 4,100 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากตาราง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 0.05 วิธีการสุ่มแบบช่วงชั้นทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 766 คน และใช้แบบสอบถามความพึงพอใจจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด ส่วนมากเป็นนักเรียน นักศึกษาและผู้ปกครอง ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผู้บริหารมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่ภาพลักษณ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อมีข้ออยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ คือ ข้อที่ 36 หลักสูตรการเรียนการสอนสามารถตอบสนองความต้องการได้ ข้อที่ 58 องค์กรได้เปิดโอกาสในครูและบุคลากรทางการศึกษาได้พัฒนาความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่และข้อที่ 59 องค์กรมีการจัดฝึกอบรมและส่งครูและบุคลากรทางการศึกษาไปอบรมอย่าง

*อรัทัยภักดิ์ ทำมา

E-mail : Orathai123on@gmail.com

สม่ำเสมอ ส่วนข้อที่ภาพลักษณ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือข้อที่ 35 ครูใช้กิริยาจาสุภาพทั้งต่อนักเรียนและผู้ปกครอง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 อยู่ในระดับปานกลาง ข้อเสนอแนะคือควรนำผลการวิจัยไปใช้และปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่เป็นจุดอ่อนของภาพลักษณ์วิทยาลัยและพัฒนาให้เป็นจุดแข็งต่อไป และควรนำจุดแข็งในเรื่องการบริหารจัดการควรดำรงไว้และพัฒนาอื่นๆ ขึ้นไปเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัยสืบไป

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์, วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี

Abstract

The purposes of this study were: 1) To study the Suphanburi Vocational College's Image 2) To propose guidelines to create the Suphanburi Vocational College's Image. The population used in the research was administrators, teachers, students, parents of Suphanburi Vocational College, totally of 4,100 people. The Sample selection by calculating the confidence level from the Taro Yamane was at 95 percentage, the error was not more than 0.05 percentage. The stratified random sampling method yielded 766 people and using a satisfaction questionnaire. The study found that the respondents were more female than males. Their age were less than or equal to 30 years old. The most were younger than or equal to 30 years old. They were students and parents. The average of the respondent's level

of the Suphanburi Vocational College was 4.30 at a high level. The average of the administrators considering was 4.59 at the highest level and the average of the social responsibility was 4.01 at a high level. The aspect average image was at the least. When considering each item, there were 3 items at the highest level mentioned in item no.36; Teaching and learning courses can meet the needs as mentioned in item no.58; The organization provides opportunities for teachers and educational personnel to develop their progress in their positions mentioned in item no.59; The organization provides training and regularly sends teachers and educational personnel to train as mentioned in item no.35; The average of teacher polite speech to both students and parents was moderate at 3.38. It was suggested that the research results should be used and improved in the weak areas of the college image and further developed into strengths. And should take the strengths of management, should maintain and develop even more so as to create a good image of the college in the future.

Keywords : Image , Suphanburi Vocational College's

1. บทนำ

สำหรับสิ่งที่สำคัญที่ส่งผลต่อการจัดการอาชีวศึกษา คือการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นได้ในหลายมิติของทุกองค์กรแม่แต่องค์กรภาครัฐบาลที่จะต้องบริหารการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแบบต่อเนื่อง (พูนลาภ ชัชวาลโฆษิต, 2553) จากผลการวิเคราะห์สภาพการจัดการศึกษาในช่วงต้นของแผนการศึกษาแห่งชาติพ.ศ. 2554 – 2559 ประเด็นปัญหาการจัดการอาชีวศึกษาที่วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2560 จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาคือจะต้องผลิต และพัฒนา

ผู้เรียนด้านอาชีวศึกษาให้มีคุณภาพ และเพียงพอกับความต้องการของตลาดแรงงาน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2551) และสอดคล้องกับรายงานภาวะสังคมไทยไตรมาสสามปี 2557 พบว่าจำเป็นต้องมีการสนับสนุน และพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่อง และคุณลักษณะแรงงานยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557) ในประเด็นดังกล่าวนี้รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) มีดำริให้เร่งส่งเสริมการจัดการอาชีวศึกษา ปรับภาพลักษณ์เร่งผลิต และพัฒนากำลังคนเพื่อตอบสนองการพัฒนาประเทศสาเหตุเนื่องมาจากในระหว่างปีพ.ศ. 2552 ถึงปัจจุบันได้เกิดปัญหาการผลิตกำลังคนระดับอาชีวศึกษาโดยพบว่าเด็กไม่นิยมเรียนอาชีวศึกษา และผู้สำเร็จอาชีวศึกษากว่าร้อยละ 70 ศึกษาต่อระดับปริญญาตรีจึงทำให้เกิดการขาดแคลนกำลังคนระดับกลางอย่างต่อเนื่อง (อมรวิรัช นาคทรพรพ, 2556) นอกจากนี้คุณลักษณะแรงงานยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาดจึงต้องเร่งผลักดันการเพิ่มสัดส่วนการศึกษาสายอาชีวศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557) ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สิงคโปร์ได้ให้ความสำคัญกับการจัดอาชีวศึกษาโดยมุ่งเน้นทักษะในการปฏิบัติงานระดับสากล และบริษัทข้ามชาติบูรณาการการจัดการอาชีวศึกษาเข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในระดับโลกทำให้ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษามีเกียรติ สถาบันอาชีวศึกษามีคุณภาพเยาวชนมุ่งมั่น และสนใจเข้าศึกษาต่อ เพราะมองเห็นถึงคุณค่าแห่งความสำเร็จในชีวิต (Gray, E. R. and Balmer, J. M. T. 1998.) สำหรับในประเทศไทย การศึกษาวิจัยของวชิรวิทย์ ยางไชย (2554) เรื่องการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาตามทัศนคติของนักเรียนได้ให้ข้อเสนอแนะว่าสถาบันอาชีวศึกษาต้องเร่งประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ข้อดีของการเรียนสายอาชีพ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนนักศึกษา ควรเพิ่มกิจกรรมที่ดีมีประโยชน์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาให้เข้าสู่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งก็จะเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์สถานศึกษา และเพิ่มจำนวนผู้เรียนอาชีวศึกษาได้ สำหรับวิทยาลัย

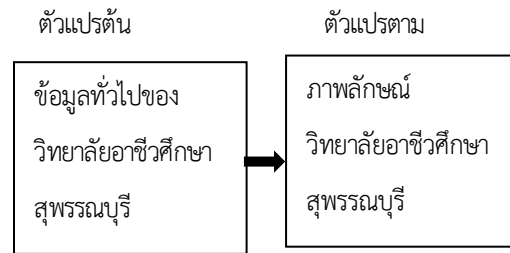
อาชีวศึกษาสุพรรณบุรีในช่วง 3 ปีย้อนหลังมีจำนวนนักเรียนที่มาเรียนอาชีวศึกษาลดน้อยลง จากข้อมูลสถิติของการรับนักเรียนนักศึกษาตั้งแต่ปี 2558 - 2560 ดังนั้นการเพิ่มปริมาณผู้เรียนของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการกำลังแรงงานภายในประเทศจึงจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาทางด้านอาชีวศึกษาเพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง และสังคมชุมชนโดยพจน์ ใจชาญสุขกิจ (2557) ได้กล่าวไว้ว่าในโลกของการแข่งขันสิ่งที่จะต้องเผชิญคือความไม่หยุดนิ่งของกระแสโลกดังนั้นการประชาสัมพันธ์นับว่าเป็นเครื่องมือทางการสื่อสารที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรมากกว่าการสื่อสารแบบอื่น และวณาวลัย ดาดี (2554) ได้กล่าวว่าการที่จะเปลี่ยนแปลงองค์กรผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับการใช้การสื่อสารในองค์กรควบคู่ไปกับการบริหารจัดการอื่น ๆ ดังนั้นผู้บริหารจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการสื่อสารขององค์กรและส่งผลไปยังภาพลักษณ์องค์กรเพราะภาพลักษณ์องค์กร (Image) เป็นผลสะท้อนกลับของอัตลักษณ์องค์กร (Identity) (ศุภมาศ ปลื้มกุศล, 2559) ในแง่มุมทางทฤษฎีการที่จะทำให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรได้นั้นหนึ่งในกิจกรรมที่ควรดำเนินการคือการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรซึ่งจะสามารถช่วยทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้ จากผลการศึกษาของชนนิกันต์ เสริตานนท์ (2554) พบว่าปัจจัยด้านระดับความเกี่ยวพันต่อสินค้าและปัจจัยด้านความสอดคล้องระหว่างธุรกิจหลักกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งคู่ ดังนั้นวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีควรให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กรผ่านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของสถานศึกษาตามมาด้วย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี

2.2 เพื่อเสนอแนวทางการสร้างภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ขอบเขตของการวิจัย

4.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นผู้บริหารและครูวิทยาลัย

อาชีวศึกษาสุพรรณบุรี จำนวน 100 คน นักเรียน นักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีจำนวน 2,000 คน ผู้ปกครองของนักเรียน นักศึกษาของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี จำนวน 2,000 คน รวมทั้งสิ้น 4,100 คน

4.1.2 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560

4.2 สื่อ วัสดุ อุปกรณ์และวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

4.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้

ได้แก่ ผู้บริหารและครูวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี จำนวน 100 คน นักเรียน นักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีจำนวน 2,000 คน ผู้ปกครองของนักเรียน นักศึกษาของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี จำนวน 2,000 คน รวมทั้งสิ้น 4,100 คน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริหารและครู นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครองของนักเรียน นักศึกษาของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี เนื่องจากมีประชากรที่ชัดเจนจากประชากรทั้งหมด 4,100 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือผู้บริหารและครูนักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณจากตาราง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 0.05 โดยใช้วิธีการสุ่มแบบช่วงชั้น ดังนี้ประชากร ผู้บริหารและครู 100 คน ตัวอย่าง 100 คน นักเรียนนักศึกษา 2,000 คน ตัวอย่าง 333 คน ผู้ปกครองนักเรียนนักศึกษา 2,000 คน

ตัวอย่าง 333 คน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2561 รวมทั้งสิ้น 766 คน

4.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามเรื่องศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามรายการ (Check List) จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ

ตอนที่ 2 ศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี เป็นคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยภาพลักษณ์ จำนวน 6 ด้าน 1. ด้านผู้บริหาร 2. ด้านครูผู้สอน 3. ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน 4. ด้านการบริหารจัดการ 5. ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร 6. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจำนวนทั้งสิ้น 87 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบข้อคำถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาให้คะแนน ซึ่งแต่ละคะแนนมีช่วงคะแนนที่เท่ากันจากคะแนนเต็ม 5 ถึงคะแนนน้อยที่สุด 1 คะแนน ในแต่ละข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

4.2.3 วิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

4.2.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยการสังเคราะห์จากกรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ทำการศึกษา เพื่อกำหนดนิยามศัพท์และโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการจะศึกษา จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสร้างข้อคำถามตามนิยามศัพท์ที่ได้กำหนดไว้

4.2.3.2 เลือกรูปแบบของคำถามให้เหมาะสมกับกลุ่มที่จะถาม และสร้างคำถามตามรูปแบบที่เลือกไว้ให้ครอบคลุมทุกด้านและครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์

4.2.3.3 จัดทำแบบสอบถามต้นฉบับที่สมบูรณ์ มีส่วนประกอบครบตามที่ต้องการ คือ มีชื่อแบบสอบถาม มีคำชี้แจง มีคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวหรือสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและมีข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลหลักที่ต้องการทั้งหมดโดยวางรูปแบบให้ถูกต้องเหมาะสม สะดวกในการตอบและ

สะดวกในการจัดทำข้อมูลหลังจากเก็บแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว

4.2.3.4 ตรวจสอบและปรับปรุงข้อบกพร่องก่อนที่จะพิมพ์ฉบับจริงไปใช้ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของแบบสอบถามได้ปฏิบัติเป็น 2 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 เป็นการตรวจสอบคุณภาพในด้านความเที่ยงตรงด้วยตนเองโดยการอ่านทบทวนทุกส่วนและพิจารณารายละเอียดแล้วว่ามีสิ่งใดขาดไป หรือไม่ตรงไหนบกพร่อง

ระดับที่ 2 เป็นการตรวจสอบคุณภาพโดยการหาค่าความเชื่อมั่น โดยผู้วิจัยได้นำข้อคำถามที่ได้พัฒนานำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของข้อคำถาม และตรวจสอบความถูกต้องและนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4.2.3.5 การวิเคราะห์แบบสอบถามสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ พร้อมทั้งบรรยายประกอบ

4.2.3.6 การวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามการวิจัยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม การนำเสนอข้อมูลด้วย ใช้ตารางในการนำเสนอที่แสดงรายละเอียดด้วยค่าสถิติ ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พร้อมทั้งบรรยายประกอบ

4.2.3.7 ข้อเสนอแนะเป็นการสรุปบรรยาย

5. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีอยู่ในระดับมากเมื่อจำแนกระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นรายด้าน พบว่าด้านผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.16 อยู่ในระดับมากที่สุดและด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.10 อยู่ในระดับมากเป็นด้านที่

ภาพลักษณ์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดแต่อยู่ในระดับมาก
ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษา
สุพรรณบุรี ตามรายด้าน

รายด้าน	(\bar{X})	(S.D.)
ด้านผู้บริหาร	4.59	.16
ด้านครูผู้สอน	4.34	.07
ด้านหลักสูตรฯ	4.18	.01
ด้านการบริหารจัดการ	4.22	.03
ด้านสภาพแวดล้อมฯ	4.19	.09
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	4.01	.10
ภาพรวม	4.30	.04

จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นรายข้อพบว่า

5.1 ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนข้อที่ 36 หลักสูตรการเรียนการสอนสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.05 อยู่ในระดับมากที่สุด

5.2 ด้านการบริหารจัดการข้อที่ 58 องค์กรได้เปิดโอกาสในครูและบุคลากรทางการศึกษาได้พัฒนาความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 อยู่ในระดับมากที่สุด ข้อที่ 59 องค์กรมีการจัดฝึกอบรมและส่งครูและบุคลากรทางการศึกษาไปอบรมอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 อยู่ในระดับมากที่สุด ข้อที่ภาพลักษณ์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดแต่อยู่ในระดับปานกลาง คืออยู่ในด้านครูผู้สอน ข้อที่ 35 ครูใช้กิริยาวาจาสุภาพทั้งต่อนักเรียนและผู้ปกครอง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .48 อยู่ในระดับปานกลาง

6. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิงมากกว่าชายมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด ส่วนมากเป็นนักเรียน นักศึกษาและผู้ปกครอง ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมากเป็นด้านที่ภาพลักษณ์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อมีข้ออยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ คือ ข้อที่ 36 หลักสูตรการเรียนการสอนสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้ ข้อที่ 58 องค์กรได้เปิดโอกาสในครูและบุคลากรทางการศึกษาได้พัฒนาความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ และข้อที่ 59 องค์กรมีการจัดฝึกอบรมและส่งครูและบุคลากรทางการศึกษาไปอบรมอย่างสม่ำเสมอ ส่วนข้อครูใช้กิริยาวาจาสุภาพทั้งต่อนักเรียนและผู้ปกครองมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ในระดับปานกลาง เป็นข้อที่ภาพลักษณ์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

7. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าโดยภาพรวมภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีอยู่ในระดับมากถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีแต่ยังไม่ดีที่สุดในเมื่อพิจารณารายด้านด้านผู้บริหารเป็นด้านที่มีภาพลักษณ์ดีที่สุดในระดับมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุดถึง 3 ข้อ คือข้อที่ 36 หลักสูตรการเรียนการสอนสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้ ข้อที่ 58 องค์กรได้เปิดโอกาสในครูและบุคลากรทางการศึกษาได้พัฒนาความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ และข้อที่ 59 องค์กรมีการจัดฝึกอบรมและส่งครูและบุคลากรทางการศึกษาไปอบรมอย่างสม่ำเสมอ ส่วนที่ผู้บริหารอาจต้องชี้แจงครูเพื่อพัฒนาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรคือข้อที่ 35 ครูใช้กิริยาวาจาสุภาพทั้งต่อนักเรียนและผู้ปกครอง มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยเป็นไปตามแนวนโยบายของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรีที่มีนโยบายการบริหาร

จัดการที่ชัดเจนผู้บริหารสามารถบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมถึงรักษาภาพลักษณ์ที่ดี ตรงกับแนวความคิดการบริหารจัดการอาชีวศึกษา (Vocational Organization Management) การอาชีวศึกษาเป็นกระบวนการศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนในด้านวิชาชีพระดับฝีมือระดับเทคนิคและระดับเทคโนโลยี (สำนักงานคณะกรรมการ การอาชีวศึกษา, 2551) และตรงกับสมาวุฒิ พวงจันทร์ และคณะ (2559) จัดทำวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การจัดการอาชีวศึกษาของเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ในทศวรรษหน้า (พุทธศักราช 2558 - 2567) ผลการวิจัยที่เน้นให้เห็นคุณภาพการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนาการศึกษา และตรงกับวิจัยของนลินี พานสายตา (2555) จัดทำวิจัยเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์คุณภาพบัณฑิต หลักสูตรและการเรียนการสอนของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐพบว่านักศึกษารับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยตรงตามภาพลักษณ์ที่แต่ละมหาวิทยาลัยกำหนดนักศึกษามีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐที่ตนกำลังศึกษาอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

8. ข้อเสนอแนะ.

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

8.1.1 ควรนำผลการวิจัยไปใช้และปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่เป็นจุดอ่อนของภาพลักษณ์วิทยาลัยและพัฒนาให้เป็นจุดแข็งต่อไป

8.1.2 ควรนำจุดแข็งในเรื่องการบริหารจัดการ ควรดำรงไว้และพัฒนาอีก ๆ ขึ้นไปเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัยสืบไป

8.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ควรนำหลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis วิเคราะห์ผลการดำเนินงานขององค์กรในด้านต่าง ๆ และมาทำวิจัยเพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาต่อไป

8.2.2 ควรจะทำวิจัยในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของการจัดการศึกษา เช่น การวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตรในความต้องการของชุมชน หรือหลักสูตรในความต้องการของสถานประกอบการเพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยและจะทำให้ผู้ที่จบการศึกษา

ตรงกับความต้องการมีงานทำและสามารถต่อยอดให้ตนเองได้ประกอบธุรกิจได้ด้วย

9. เอกสารอ้างอิง

- ชนิกานต์ เสริตานนท์. (2554). **ประสิทธิภาพของ ความสอดคล้องระหว่างธุรกิจหลักกับกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อ ภาพลักษณ์องค์กร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร มหาบัณฑิต สาขา นิเทศศาสตรและนวัตกรรม คณะนิเทศศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นลินี พานสายตา. (2555). **การรับรู้ภาพลักษณ์ คุณภาพบัณฑิตหลักสูตรและการเรียนการสอนของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษา ภาครัฐ**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สถิติประยุกต์) คณะสถิติประยุกต์ สถาบัน บัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2557). จาก CSR สู่ CSV การ สร้างองค์กรและสังคมที่ดี... ก้าวสู่ความสำเร็จ ร่วมกัน. **ว. Marketplus**. 6(60): 96-98.
- พูนลาภ ชัชวาลโฆษิต. (2553). **บริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่อความยั่งยืน**. **ว. Productivity World**. 15(88): 37-41.
- วนาวลัย ดาดี้. (2554). **การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง องค์กร**. **ว. มหาวิทยาลัยนเรศวร**. 19(3): 100-107.
- วชิรวิทย์ ยางไชย. (2554). **การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ ของอาชีวศึกษาตามทัศนะของนักเรียน: การ วิจัยแบบผสมวิธี**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหา บัณฑิต สาขาวิชาวิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.3(2): 99-117.
- ศุภมาศ ปลื้มกุศล. (2559). **อัตลักษณ์ขององค์กรจาก การรับรู้ของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทย**. **ว. วิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรม ราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตรและสังคมศาสตร**. 11(1): 23-34.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (ม.ป.ป.). แลกขำผลการประชุม
คณะกรรมการนโยบาย เขตพัฒนาเศรษฐกิจ
พิเศษ (กนพ.) ครั้งที่1/2557.
[http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/
research/14/data_0501220714.pdf](http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/research/14/data_0501220714.pdf))
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2551).
สรุปสาระสำคัญพระราชบัญญัติการ
อาชีวศึกษา พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
คณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
(2551). สมรรถนะการศึกษาไทยบนเวทีสากล
พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิก.
- สุมาวดี พวงจันทร์, เอกรินทร์ สังข์ทอง, रेชา ชูสุวรรณ
และผ่องศรี วณิชย์ศุภวงศ์. (2559).
ยุทธศาสตร์การจัดการอาชีวศึกษาของเขต
พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้
ในทศวรรษหน้า (พุทธศักราช 2558 -2567).
ว. ศึกษาศาสตร์. 27(1):
- อมรวิรัช นาคทรพรพ. (2556). อุดมศึกษาไทยในรอบ
ศตวรรษ : จากโอกาสและความหวังในอดีตสู่
วิกฤตคุณค่าปริญญาในยุคอุดมศึกษาประชา
นิยม. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการ
อุดมศึกษา.
- Gray, E.R. and Balmer, J. M. (1998). Manaing
Image and Corporate Reqtuation. Long
Range Planning. 31(5): 695-702.