



การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาใน  
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2


นฤมล คาลา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

มีนาคม 2564

การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาใน  
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2



นฤมล คาทา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา  
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์  
มีนาคม 2564  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

Image Factor Analysis of Opportunity Expansion Schools under  
Sukhothai Primary Educational Service Area Office 2



Narumon Kata

A Thesis Submitted in partial Fulfillment of Requirements  
for Master of Education Program (Educational Administration)  
faculty of Education Uttaradit Rajabhat University

March 2021

Copyright of Uttaradit Rajabhat University

วิทยานิพนธ์ เรื่อง

การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

ของ

นฤมล คาลา

ได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

( )

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

( )

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชฎุมิ สีชมภู)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพกา ธรรมสิทธิ์ )

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์และเลขานุการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หยกแก้ว กมลวรรณ)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษาประจำหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพกา ธรรมสิทธิ์)

คณบดีคณะครุศาสตร์

(อาจารย์ ดร. เขาวฤกษ์ จั่นจั่น)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เรืองเดช วงศ์หล้า)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2
ผู้วิจัย	นฤมล คาลา
ปริญญา	หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารการศึกษา)
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมผกา ธรรมสิทธิ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชฎุมิ สีชมภู

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 37 คน และครู จำนวน 632 คน รวมจำนวน 669 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 37 คน และครู จำนวน 263 คน รวม 300 คน โดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 มีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ บรรยายด้วย 30 ตัวแปร ซึ่งทุกองค์ประกอบมีค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมเท่ากับ 88.42 โดยองค์ประกอบที่ 1 การได้รับความเชื่อถือ บรรยายด้วย 10 ตัวแปร ร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 40.95 องค์ประกอบที่ 2 การได้รับความศรัทธา บรรยายด้วย 7 ตัวแปร ร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 25.22 องค์ประกอบที่ 3 การยอมรับ บรรยายด้วย 7 ตัวแปร ร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 13.49 และองค์ประกอบที่ 4 การรับรู้และเข้าใจ บรรยายด้วย 6 ตัวแปร ร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 8.76 ทั้งนี้องค์ประกอบที่ 1 การได้รับความเชื่อถือ มีร้อยละของความแปรปรวนมากที่สุด แสดงว่าส่งผลต่อภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 มากที่สุด

คำสำคัญ : การวิเคราะห์องค์ประกอบ, ภาพลักษณ์, โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา

## Abstract

Title	Image Factor Analysis of Opportunity Expansion Schools under Sukhothai Primary Educational Service Area Office 2
Author	Narumon Kata
Degree	Master of Education Program (Educational Administration)
Advisor	Assistant Professor Dr. Phimphaka Thammasit
Co-Advisor	Assistant Professor Dr.Chatphum Sichomphoo

The purpose of this research was to analyze image factors of opportunity expansion schools under Sukhothai Primary Educational Service Area Office 2. The population of this research was 37 school administrators and 632 teachers, 669 people in total. The sample selected by stratified random sampling was 37 school administrators and 263 teachers, 300 in total. The instruments used were a questionnaire and an interview form. The percentage and exploratory factor analysis were the parameters used for statistical analysis.

The results revealed that the image factors of opportunity expansion schools under Sukhothai Primary Educational Service Area Office 2 consisted of 4 factors and included 30 variables. The total variance of all factors was 88.42 %. The variables and variance of the 4 factors namely, trust, faith, acceptance, perception and understanding were 10 and 40.95%, 7 and 25.22%, 7 and 13.49%, and 6 and 8.76% respectively. The first factor, trust, had the highest variance, which showed the most impact on the image of the opportunity expansion schools under Sukhothai Primary Educational Service Area Office 2.

Keyword : Factor Analysis, Image, Opportunity Expansion Schools

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือของบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ซึ่งไม่สามารถนำมากล่าวในที่นี้ได้ทั้งหมด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ภา ธรรมสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชฎา สีสมนุ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ให้ความเมตตา เอาใจใส่ ให้คำแนะนำ ตรวจสอบความถูกต้อง และให้คำปรึกษาเป็นอย่างดีเสมอมา ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในพระคุณครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปรับปรุง และตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารสถานศึกษาและคณะครูโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 1 ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการทดลองใช้เครื่องมือวิจัย

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารสถานศึกษาและคณะครูโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ตลอดจนทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ จนประสบผลสำเร็จด้วยดี

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่ น้อง และเพื่อน ๆ ของข้าพเจ้าที่คอยให้กำลังใจส่งเสริมสนับสนุนและช่วยเหลือให้คำปรึกษาจนงานวิจัยนี้ประสบผลสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตเวทิตาคุณแต่ บุพการี บิดามารดา ครูอาจารย์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมเลี้ยงดู จนข้าพเจ้าประสบผลสำเร็จ และเป็นคนดีของสังคม

นฤมล คาถา

## สารบัญ

บทที่	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	9
ภาพลักษณ์โรงเรียน.....	30
หลักการและแนวคิดการวิเคราะห์องค์ประกอบ.....	44
บริบทโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุโขทัย เขต 2.....	57
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	60



บทที่ 3 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย .....	64
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	64
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย .....	67
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	68
วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	69
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ .....	70
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	71
ผลการการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2 .....	71
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	80
สรุปผลการวิจัย .....	80
อภิปรายผลการวิจัย .....	80
ข้อเสนอแนะ .....	84
บรรณานุกรม .....	86
ภาคผนวก .....	91
ภาคผนวก ก ผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย .....	92
ภาคผนวก ข ผู้ให้การสัมภาษณ์ .....	97
ภาคผนวก ค ตัวอย่างหนังสือราชการขอเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย .....	105
ภาคผนวก ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	107
ภาคผนวก จ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	118
ประวัติย่อผู้วิจัย .....	121

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1 การสังเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 .....	39
ตารางที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2.....	58
ตารางที่ 3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารและครูโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 .....	65
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ .....	71
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	72
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน .....	72
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวุฒิทางการศึกษา .....	73
ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO หรือ MSA) และ Bartlett's Test of Sphericity ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ ภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2.....	74
ตารางที่ 9 องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 จำนวน 4 องค์ประกอบ.....	75
ตารางที่ 10 องค์ประกอบการได้รับความเชื่อถือ .....	76
ตารางที่ 11 องค์ประกอบการได้รับความศรัทธา .....	77
ตารางที่ 12 องค์ประกอบการยอมรับ .....	78
ตารางที่ 13 องค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้.....	79

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	7



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสร้างโอกาส ความเสมอภาคและความเท่าเทียมทางการศึกษา ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ภายใต้ระบบการแข่งขันที่เสรีและไร้พรมแดนได้สร้างความเหลื่อมล้ำให้เกิดขึ้นในสังคม จากรายงานการวิจัยของสถาบันอนาคตไทยศึกษาพบว่าความเหลื่อมล้ำของรายได้ประชากรในกลุ่มคนรวยและกลุ่มคนยากจนของไทยมีช่องว่างมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำในโอกาสทางการศึกษา อีกทั้งระบบข้อมูลและสารสนเทศด้านการศึกษาของประชากรรายบุคคลยังไม่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน ทำให้รัฐไม่สามารถจัดสรรโอกาสและให้บริการทางการศึกษาแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง และไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการจำเป็นได้อย่างครอบคลุมและครบถ้วน ประกอบกับความแตกต่างทางด้านสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนยิ่งก่อให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบในการเข้าถึงบริการการศึกษาที่มีคุณภาพมาตรฐานและนำไปสู่การสร้างความเหลื่อมล้ำในโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษามากยิ่งขึ้น สะท้อนให้เห็นได้จากคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในแต่ละช่วงชั้นที่มีความแตกต่างกันระหว่างสถานศึกษา ขนาดและที่ตั้งของสถานศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้เรียน และปัญหาอื่น ๆ เช่น เด็กมีพัฒนาการที่ไม่สมวัย อัตราการออกกลางคันของผู้เรียน ปัญหายาเสพติด และการใช้ความรุนแรง เป็นต้น การศึกษาที่มีคุณภาพและมาตรฐานสำหรับประชากรเป็นกลไกหลักสำคัญในการขับเคลื่อน การพัฒนาประเทศ จึงเป็นหน้าที่ของรัฐในการเพิ่มโอกาสและความเสมอภาคในการเข้าถึงการศึกษาของผู้เรียนทุกกลุ่มเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยการพัฒนาสถานศึกษาทุกแห่งให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เท่าเทียม และจัดให้มีระบบสนับสนุน และส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนของสังคมที่มีศักยภาพและความพร้อมเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา โดยพัฒนาระบบข้อมูล และสารสนเทศที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันในการบริหารจัดการและการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ส่งผลต่อกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ทั้งผู้เรียนและสถานศึกษาที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560, น.1)

การจัดการเพื่อความมั่นคงของมนุษย์และของชาติ เป็นการจัดการศึกษาเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนทุกคนให้มีความรักในสถาบันหลักของชาติ ยึดมั่นในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข มีทัศนคติที่ดีต่อบ้านเมือง มีหลักคิดที่ถูกต้อง เป็นพลเมืองดีของชาติ และพลเมืองโลกที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีอัตลักษณ์ที่เหมาะสม

มีจิตสาธารณะ มีจิตอาสา รับผิดชอบต่อครอบครัว ชุมชน สังคมและประเทศชาติ ซื่อสัตย์ สุจริต มัธยัสถ์ อดออม โอบอ้อม อารี มีวินัย และรักษาศีลธรรม เป็นผู้เรียนที่มีความพร้อมสามารถรับมือกับ ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ทุกรูปแบบ ที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง เช่น ภัยจากยาเสพติด ความรุนแรง การคุกคามในชีวิตและทรัพย์สิน การค้ามนุษย์ อาชญากรรมไซเบอร์ และภัยพิบัติต่าง ๆ เป็นต้น ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน และอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต และเน้น การจัดการศึกษาให้เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของพื้นฐาน สภาพทางภูมิศาสตร์ ด้านเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งมีความแตกต่างทางด้านสังคม วัฒนธรรม เชื้อชาติ เช่น การจัดการศึกษา เขตพัฒนา พิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้การจัดการศึกษาในเขตพื้นที่เฉพาะ กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มด้อย โอกาส และกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ทุรกันดาร พื้นที่สูง ชายแดน ชายฝั่งทะเล และเกาะแก่ง เป็นต้น เพื่อให้ผู้เรียนไม่มีโอกาสได้รับการพัฒนาสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ได้รับการบริการด้านการศึกษา ขั้นพื้นฐานที่มีคุณภาพ และเหมาะสมตรงตามความต้องการ เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการ การศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2557, น.4)

จากวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการจัดการศึกษาของประเทศไทยดังกล่าวมาแล้ว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2 จึงกำหนดวิสัยทัศน์เน้นเรื่องการศึกษา ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานระดับสากล บนพื้นฐานของความเป็นไทยโดยมีพันธกิจส่งเสริม และสนับสนุนให้ประชากรวัยเรียนทุกคนได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง มีคุณธรรม จริยธรรม ตามค่านิยมหลักคนไทย 12 ประการ และมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามหลักสูตร พัฒนาระบบ บริหารจัดการที่เน้นการมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อคุณภาพการศึกษาเพื่อให้บรรลุ เป้าประสงค์โดยให้ประชากรวัยเรียนทุกคนได้รับโอกาสในการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างทั่วถึง มีพัฒนาการที่เหมาะสมตามช่วงวัย มีคุณภาพและเสมอภาค คุณธรรม จริยธรรมตามค่านิยมหลัก ของคนไทย 12 ประการ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามหลักสูตร ผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากรทางการศึกษาอื่น มีทักษะต่าง ๆ ที่เหมาะสม และมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งเน้น ผลสัมฤทธิ์ดังนั้นสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 จึงส่งเสริม ให้มีการบูรณาการทำงานเน้นการบริหารแบบมีส่วนร่วม กระจายอำนาจและความรับผิดชอบต่อ สู่สถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นกลไกขับเคลื่อนการศึกษาขั้นพื้นฐานสู่คุณภาพระดับ มาตรฐานสากลและพื้นที่พิเศษจะได้รับการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้มีคุณภาพ (สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2, 2560, น.1)

การบริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 จำนวน 37 โรงเรียนในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าจะเป็นโรงเรียน รัฐบาลก็ตามผู้บริหาร คณะครูและคณะกรรมการสถานศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องร่วมกัน จัดการเรียนการสอนและพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพเป็นไปตามเป้าหมายของการจัดการศึกษาและให้

เป็นที่ยอมรับแก่ผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนในโรงเรียนซึ่งการที่ผู้ปกครองส่งบุตรหลานมาเรียนจะส่งผลต่อการได้รับจัดสรรงบประมาณรายหัวจากรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น แต่ในความเป็นจริงแล้วงบประมาณที่ได้รับจากรัฐบาลในแต่ละปีการศึกษาอาจจะไม่เพียงพอกับการพัฒนาการเรียนการสอนให้ทันสมัย ดังนั้นการที่โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ ศรัทธา ยอมรับ เข้าใจและรับรู้ก็เป็นที่ยอมรับ จะส่งผลต่อการระดมทรัพยากรจากภายนอกมาใช้ในการพัฒนาโรงเรียน ในปัจจุบันความต้องการทางการศึกษาที่มีคุณภาพมีมาโดยตลอดทุกยุคทุกสมัยซึ่งเป็นความต้องการและกระแสเรียกร้องจากผู้ได้รับผลจากการจัดการศึกษาทั้งผู้เรียน ผู้ปกครอง ชุมชนและสังคม ดังนั้นโรงเรียนจำเป็นต้องจัดการศึกษาแสวงหาวิธีการต่าง ๆ ที่จะสร้างความมั่นใจในคุณภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียน เป็นภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหารโรงเรียนและครูโดยตรงที่ต้องดำเนินการทั้งทางด้านปัจจัย กระบวนการและผลผลิต มีมาตรฐานการศึกษาตามที่กำหนด ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นของการประกันคุณภาพการศึกษา การดำเนินการของโรงเรียนที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา ยอมรับ เข้าใจและรับรู้เป็นเรื่องที่สลับซับซ้อน ต้องอาศัยความละเอียดอ่อน และรอบคอบเพราะเป็นเรื่องที่สะท้อนให้เห็นคุณลักษณะและความมุ่งหมายของการจัดการศึกษา ดังนั้นในการปฏิบัติภารกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาจึงต้องเน้นในเรื่องการเรียนให้เด็กเป็นศูนย์กลาง มีการพัฒนาทั้งทางด้านสื่อ การเรียนรู้ที่ทันสมัยพร้อมทั้งพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมควบคู่กันไปด้วย นอกจากนี้แล้วยังต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาโดยอยู่ภายใต้ระเบียบแบบแผนที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อจะให้ได้ความเชื่อถือจากสังคมที่ให้การสนับสนุนโรงเรียนอยู่ตลอดเวลาถึงแม้ว่าแนวทางในการปฏิบัติจะทำได้ยากแต่ต้องพยายามให้ดีและให้ดีที่สุด ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ทำได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพ คุณธรรม ความรู้และความสามารถของบุคลากรด้านต่าง ๆ ที่ดำเนินการอยู่ในสถานศึกษานั้นรวมทั้งจะต้องมีผู้บริหารโรงเรียนที่ได้รับความเชื่อถือ ยอมรับ ศรัทธา เข้าใจและรับรู้ในการพัฒนานักเรียนให้ผู้ปกครองพึงพอใจต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

ด้วยเหตุนี้การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียนซึ่งภาพลักษณ์นั้นเกิดจากความรู้สึกนึกคิดของทุกคนที่มีต่อโรงเรียน ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสามารถสร้างขึ้นมาได้โดยผู้บริหารโรงเรียน ครู นักเรียน ผู้ปกครองและชุมชน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่โรงเรียนทำได้ยากพอ ๆ กับการรักษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน แต่คงไม่เกินความสามารถของผู้บริหาร ครู คณะกรรมการโรงเรียนและผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะช่วยกันสร้างและรักษาภาพลักษณ์ให้ดีต่อไปได้ (จิราภรณ์ สีขาว อ่างถึงใน พิมชนก ไทยทองอุ่น, 2558, น.35)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาองค์ประกอบของภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาเพื่อให้มีแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีในด้านจัดการศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสให้เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับการศึกษา

ในศตวรรษที่ 21 อีกทั้งให้การศึกษาเกิดประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือให้เกิดแก่โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษามากขึ้น ประกอบกับเรื่องนี้ยังไม่พบว่ามีผู้ใดศึกษาวิจัยมาก่อน ทำให้ผู้วิจัยมีความเชื่อมั่นว่างานวิจัยครั้งนี้จะได้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับองค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาขั้นพื้นฐาน อันจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย

### คำถามการวิจัย

องค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ประกอบด้วยอะไรบ้าง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 จำนวน 37 โรงเรียน เป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 37 คน และครู จำนวน 632 คน รวม 669 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 37 คน และครู จำนวน 263 คน รวมทั้งหมดจำนวน 300 คน โดยพิจารณาอัตราส่วนของตัวแปรต่อขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Hair (2006, p.112) ไม่ควรน้อยกว่า 1:10 โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากขนาดของประชากร

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ได้มาจากการศึกษาเอกสารแผนกลยุทธ์สถานศึกษา แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาประจำปี รายงานการพัฒนาคุณภาพสถานศึกษา (SAR) ปีการศึกษา 2561 บริบทของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 และสัมภาษณ์ผู้บริหาร

แล้วผู้วิจัยสังเคราะห์ตัวแปรภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

### ขอบเขตของตัวแปร

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ องค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. องค์ประกอบการได้รับความเชื่อถือ จำนวน 10 ตัวแปร
2. องค์ประกอบการได้รับความศรัทธา จำนวน 7 ตัวแปร
3. องค์ประกอบการได้รับการยอมรับ จำนวน 8 ตัวแปร
4. องค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้ จำนวน 5 ตัวแปร

### นิยามศัพท์เฉพาะ

โรงเรียน หมายถึง โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 จำนวน 37 โรงเรียน

ผู้บริหารโรงเรียน หมายถึง ผู้บริหารโรงเรียนหรือครูที่ทำหน้าที่รักษาการในตำแหน่งในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

ครู หมายถึง ครูในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

องค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียน หมายถึง ความรู้สึกหรือภาพที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้บริหารโรงเรียนและคณะครูเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของโรงเรียน เพื่อพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพจนบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย โดยมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. องค์ประกอบการได้รับความเชื่อถือ หมายถึง การที่โรงเรียนมีแหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกที่นำมาใช้ในการจัดการศึกษา มีอาคารเรียนและอาคารประกอบที่เพียงพอและปลอดภัย มีบริเวณภายนอกโดยรอบที่ปลอดภัยจากอบายมุข มีบรรยากาศภายในโรงเรียนที่สะอาด ร่มรื่น สวยงาม มีระบบสาธารณสุขที่เพียงพอและทันสมัย ครูมีความสามารถในการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning และมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน นักเรียนมีจิตอาสา มีระเบียบวินัย คิด วิเคราะห์ ไม่เสเพลสิ่งเสพลิต แยกแยะแก้ปัญหาอย่างรอบคอบและมีความมุ่งมั่นในการทำงาน



2. องค์กรประกอบการได้รับความศรัทธา หมายถึง การที่โรงเรียนนำข้อมูลสารสนเทศจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และจุดที่ควรพัฒนามาปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริม สนับสนุนให้มีกิจกรรมทางวิชาการและวิชาชีพที่เหมาะสมแก่นักเรียน มีความพร้อมในการจัดการเรียนรู้แก่นักเรียนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริม สนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ปกครองและชุมชนว่าสามารถพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพ ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานจากภายนอก

3. องค์กรประกอบการได้รับการยอมรับ หมายถึง การที่โรงเรียนมีครูซึ่งมีการพัฒนาตนเองด้วยวิธีการที่หลากหลายเป็นประจำทุกปีและต่อเนื่องและมีผลงานที่ได้รับการยกย่อง เชิดชูเกียรติจากหน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องรวมทั้งมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน นักเรียน มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีกิริยามารยาท พุดจาสุภาพเรียบร้อย มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี รวมทั้งการได้รับรางวัลจากการแข่งขันกิจกรรมทางวิชาการ เช่น งานศิลปหัตถกรรม การแข่งขันกีฬา

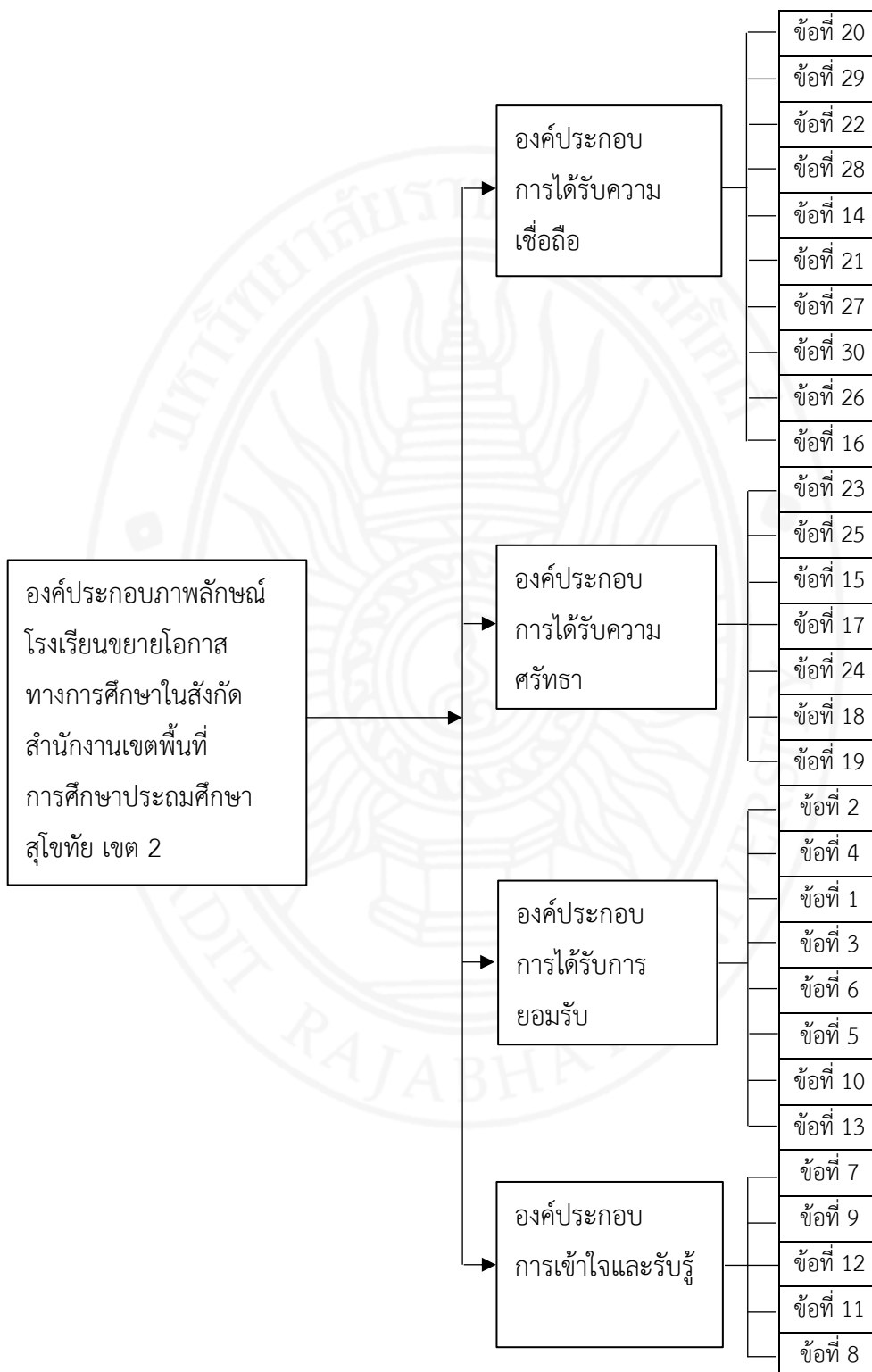
4. องค์กรประกอบการเข้าใจและรับรู้ หมายถึง การที่ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถโน้มน้าวให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนและกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการศึกษา มีพฤติกรรมยิ้มแย้ม แจ่มใส กระตือรือร้น อ่อนน้อมถ่อมตน และแสดงถึงความมีไมตรีจิต พัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ มีการสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้องและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารของโรงเรียนให้แก่ชุมชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ได้ทราบองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศุโขทัยเขต 2 เพื่อนำ 4 องค์ประกอบไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับต่อไป

2. เพื่อนำองค์ประกอบภาพลักษณ์ไปเป็นข้อมูลสารสนเทศสำหรับจัดทำโครงการและกิจกรรมที่พัฒนาผู้บริหาร ครูและนักเรียนให้เกิดเป็นความน่าเชื่อถือ ความศรัทธา การยอมรับและการรับรู้และความเข้าใจตลอดไป

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา  
ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัย  
ที่เกี่ยวข้อง โดยเสนอหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

1. หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
  - 1.1 ความหมายของภาพลักษณ์
  - 1.2 ที่มาของคำว่าภาพลักษณ์
  - 1.3 ความสำคัญของภาพลักษณ์
  - 1.4 การเกิดภาพลักษณ์
  - 1.5 องค์ประกอบของภาพลักษณ์
  - 1.6 ประเภทของภาพลักษณ์
2. ภาพลักษณ์ของโรงเรียน
  - 2.1 การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน
  - 2.2 ขั้นตอนในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน
3. หลักการและแนวคิดการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบ
  - 3.1 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบ
  - 3.2 ประเภทของเทคนิคการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบ
  - 3.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบ
  - 3.4 ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบ
  - 3.5 ประโยชน์ของการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบ
4. บริบทโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา  
ประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

คำว่า “ภาพลักษณ์” มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า Image ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษาลาตินว่า Imago และในอดีตมีผู้ใช้คำว่าภาพลักษณ์และภาพพจน์ในความหมายเดียวกันกับคำว่า Image แต่ในเวลาต่อมาได้เปลี่ยนใช้คำว่าภาพลักษณ์แทน คำภาพพจน์เนื่องมาจากความหมายตรงกับคำศัพท์ที่มาจากภาษาอังกฤษมากกว่า คำว่า ภาพลักษณ์ มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ (ศุภาพิชญ์ ปังกระโทก, 2559 น.14) ซึ่งมีดังนี้

### ความหมายของภาพลักษณ์

ความหมายของภาพลักษณ์ (Image) หรือบางแห่งอาจใช้ว่าจินตนาการหรือภาพพจน์ โดยที่คำว่า Image นี้เดิมใช้คำว่า จินตนาการ แต่ไม่ได้รับความนิยม จึงเปลี่ยนเป็นภาพลักษณ์ เมื่อปี พ.ศ. 2519 โดยพลตรีพระวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ได้ประทานเสนอให้ใช้คำนี้ เพราะตรงกับความหมายของคำว่า Image (ดวงพร คำบุญ และวาสนา จันทรสว่าง (2541, น.60) ส่วนคำว่าภาพพจน์นั้น ราชบัณฑิตยสถาน (2525, น.396) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาพพจน์ หมายถึง คำพูดที่เป็นสำนวนโวหาร ทำให้นึกเห็นเป็นภาพตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Figure of Speech” อย่างไรก็ตาม คำว่า ภาพพจน์ ได้รับความนิยมใช้ในความหมายเดียวกันกับ Image อย่างแพร่หลาย ทั้ง ๆ ที่ความหมายและความถูกต้องจริง ๆ แล้วควรจะใช้คำว่า ภาพลักษณ์ ดังนั้นในเอกสารที่ใช้อ้างอิงและกล่าวถึงในงานวิจัยครั้งนี้ จึงมีทั้งที่กล่าวถึงภาพลักษณ์หรือภาพพจน์หรือจินตนาการโดยที่ภาพลักษณ์เป็นภาพโดยรวมที่ปรากฏต่อสายตาของสาธารณชน ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติทั้งทางบวกและทางลบ หรือทั้งดีและไม่ดี ซึ่งมีนักการศึกษาให้ความหมายของคำว่า ภาพลักษณ์ไว้มากมาย ดังนี้

สัมพันธ วิทยธีระนันท์ (2532, น.1) กล่าวว่า พจนานุกรมของเว็บสเตอร์ ให้ความหมายของ “Image” ไว้ประการหนึ่งว่า เป็นภาพจากการนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งปกติแล้วไม่ใช่สิ่งที่เป็นปัจจุบัน

เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ (2540, น.83) กล่าวว่า ภาพลักษณ์นั้นกว่าจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยเวลายาวนาน ประกอบกับความเพียรพยายามสะสมเพิ่มพูนขึ้นทีละน้อยจนฝังรากฐานมั่นคงแน่นอนหาอยู่ในจิตใจในความรู้สึกนึกคิด และทัศนคติของคนทั่วไป เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจอย่างแท้จริง (True Impression) แต่การมองภาพลักษณ์ด้วยความเป็นจริงนั้นเปรียบเสมือนเหรียญ ซึ่งมีอยู่สองด้าน ถ้าจะเปรียบด้านหนึ่งเป็นบวกอีกด้านหนึ่งเป็นลบ ซึ่งภาพลักษณ์ของบุคคลจะเป็นเช่นไร สังคมจะเป็นผู้ตัดสินตามหลักเกณฑ์หรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่ได้ปฏิบัติสืบทอดกันมาโดยทั่วไปแล้วภาพลักษณ์ในสายตาของคนส่วนใหญ่ก็คือ ภาพที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดจะเกิดขึ้นได้จากความเชื่อถือ และศรัทธาของประชาชนแต่ภาพลักษณ์ของบุคคลจะเป็นเช่นไร ย่อมขึ้นอยู่กับ

ประสบการณ์ ข้อมูล หรือ ข่าวสารที่คนทั่วไปได้รับจะประทับใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมจากเหตุผลดังกล่าวภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540, น.37-38) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละคน ซึ่งบุคคลสามารถสร้างจินตภาพเกี่ยวกับสถาบันนั้น ๆ ได้ โดยภาพลักษณ์นั้นเกิดขึ้นได้จากการได้รับรู้ ได้ฟัง ได้เห็น หรือประสบการณ์มาในอดีต และด้วยความประทับใจจึงทำให้บุคคลนั้นสามารถจดจำและพัฒนาเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา

อรุณ งามดี (2540, น.79) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นเรื่องละเอียดอ่อนและเกี่ยวข้องกับงานแทบจะทุกเรื่อง ทั้งเรื่องเล็กเรื่องใหญ่นับตั้งแต่เจ้าหน้าที่ สถานที่ทำงานผลิตภัณฑ์การบริการ ทรัพย์สินและทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน

ดวงพร คำบุญญ์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541, น.60) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่คนรู้สึกนึกคิด หรือวาดในใจ จะเป็นภาพของอะไรก็ได้ ทั้งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต เช่น ภาพของคน หน่วยงาน องค์กร สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งประสบการณ์ตรง หรือประสบการณ์อ้อม บวกกับความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในจิตใจ

เสรี วงษ์มณฑา (2541, น.13) กล่าวว่า ภาพลักษณ์หรือภาพพจน์คือ ข้อเท็จจริง (Objective Facts) บวกกับการประเมินส่วนตัว (Personal Judgement) แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลอยู่นานแสนนานยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความจริงก็ได้ เพราะว่าภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริงก็ได้ เพราะว่าภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริงแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ (Perception) ที่มีมนุษย์เอาความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปปะปนอยู่ในข้อเท็จจริงด้วยอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในใจหรือ มโนภาพของบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ตามที่บุคคลได้รับการได้เห็นหรือได้สัมผัสว่ามีลักษณะเป็นทวิลักษณ์จะมองในด้านบวกหรือด้านลบก็ได้ และมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามสถานการณ์ของสรรพสิ่งที่เปลี่ยนแปลง

อลิศรา เจริญวานิช (2544, น.34) กล่าวว่า ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลเป็นความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อบุคคล องค์กร สถาบัน ฯลฯ ภาพนั้นอาจเกิดขึ้นจากการได้รับรู้ ได้เห็น ได้ฟัง ได้มีประสบการณ์อาจจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม และเป็นสิ่งประทับใจจนทำให้เกิดการจดจำฝังลึกอยู่ในใจ

สมิต สัจฉกร (2548, น.188-193) กล่าวว่า เมื่อต่างคนต่างคิดถึงบุคคลหรือองค์กรแห่งหนึ่งเขาคิดกันอย่างไร ภาพลักษณ์อาจจะเป็นไปได้ทั้งทางที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ซึ่งเราอาจจะพูดว่า ภาพลักษณ์เป็นบวกหรือภาพลักษณ์ติดลบ

สายชน สัจจานิตย (2546,น.5) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพ ที่เกิดขึ้นในใจ ของบุคคลที่มีต่อบุคคล องค์กร สถาบันหรือการดำเนินงานจากการได้พบเห็น ได้ยิน ได้สัมผัส หรือมีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

พัชรภรณ์ เกษะประกร (2550, น.35) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์” ขององค์กรเป็นการรับรู้ ที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรโดยประชาชนจะรับรู้จากการสร้างเอกลักษณ์ (Identity) หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่องค์กรสร้างขึ้นมาในสถานการณ์ต่าง ๆ

ฉัฐยานัน พัทธชัยวัฒน์ (2551, น.15) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพพจน์ มุมมอง หรือสิ่งที่พบเห็น ได้ยินได้สัมผัส ทำให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และเกิดเป็นความคิดรวบยอดที่มี ต่อสถาบัน องค์กร บุคคล หรือกรณีเรื่องราวที่เกิดขึ้น ตลอดจนการดำเนินงาน ซึ่งอาจจะทำให้เกิด ความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ เป็นความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในใจหรือมโนภาพของบุคคล หรือองค์กรต่าง ๆ ตามที่บุคคลได้รับรู้ การได้เห็นหรือสัมผัสไว้มีลักษณะเป็นทวีลักษณ์ จะมอง ในด้านบวกหรือด้านลบก็ได้ มองในแง่ดีหรือไม่ดีก็ได้ และมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามสถานการณ์สรรพ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไป

อัมพรเพชร ชาญวิจิตร (2551, น.12) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญมากโดยเฉพาะ หากเป็นองค์กรที่ให้บริการสาธารณชนในด้านต่าง ๆ เช่น โรงเรียนองค์กรเหล่านี้ จึงต้องสร้าง ความเชื่อถือและความไว้วางใจในการบริการแก่ผู้ปกครอง ชุมชนจะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ที่ดีบ่งบอกถึง ความมีชื่อเสียง เกียรติศัพท์และคำล่ำลือต่าง ๆ ของบุคคลในองค์กรหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด การสร้าง ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนและบุคคลทั่วไปให้เกิดการรับรู้ที่ดีมีความ เชื่อถือและยอมรับและศรัทธาต่อองค์กรนั้น เป็นสิ่งสำคัญเพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจาก ความประทับใจอย่างแท้จริง ภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมปรากฏต่อสายตาสาธารณะชนจะทำให้บุคคล เกิดทัศนคติที่ดีและไม่ดีตามความรู้สึกนึกคิดของตนเองหรือความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่มีต่อองค์กรและบุคคล

พจน์ ใจหาญสุขกิจ (2552, น.20) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นเสมือนสิ่งที่เกิดขึ้นจาก ความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ และมักเป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นมาจากโดยมีข้อเท็จจริง เป็นหลักอ้างอิงอยู่ด้วย อาศัยประสบการณ์ การค้นคว้าหาความรู้ การหลอมรวม และสร้างสรรค์ คิด วิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ จนทำให้เกิดความเชื่อ การรับรู้ การเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ประกอบการขึ้นมา เป็นภาพลักษณ์ของตนเอง และแสดงออกในรูปของพฤติกรรม โดยผ่านการคิดและกลั่นกรอง ของแต่ละคนมาแล้ว จึงทำให้ภาพลักษณ์นั้นมีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับจิตใจโดยตรง เป็นการผ่านการตีความหมายการเลือกสรร และการให้ความหมายของตนเอง

บุญยวีร์ เลิศพรนฤพงศ์ (2553, น.11) กล่าวว่า ภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาอย่างมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความประทับใจ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และถูกยอมรับจากสาธารณชน ซึ่งภาพลักษณ์จะมีส่วนผสมทั้งมิติส่วนตัว (Private) และมิติสาธารณะ (Public) เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์เฉพาะตัว (Private image) โดยที่มีส่วนร่วมกันในแง่ของความเป็นภาพลักษณ์สาธารณะ (Public image)

สุดถนอม ต้นเจริญ (2557) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรของทุกกิจการที่ถูกกำหนดขึ้นมาจากเอกลักษณ์ขององค์กรนั้น มีผลต่อการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ประกอบกับพลังของการสื่อสารตราสินค้าไปยังผู้บริโภค เป็นการต่อยอดการรับรู้เชิงบวกที่สามารถสร้างความประทับใจต่อซื้อตราและจำได้ในลำดับต้น ๆ เมื่อผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกับองค์กร เนื่องจากการรับรู้ในภาพลักษณ์ขององค์กรเกิดขึ้นก่อนความประทับใจจากการใช้สินค้าและบริการ ดังนั้นภาพลักษณ์เชิงบวกของทุก ๆ กิจการจึงต้องอาศัยการสื่อสารเกี่ยวกับ การกระทำขององค์กรและสื่อสารตราสินค้าไปยังผู้บริโภค เพื่อสร้างการรับรู้และทัศนคติที่ดีที่จะต่อยอดความภักดีต่อองค์กรและตราสินค้า ผลที่ตามมาคือภาพลักษณ์เชิงบวกที่ผู้บริโภค รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะนำเรื่องราวดี ๆ ไปบอกต่อแก่คนรอบข้าง เช่น เพื่อน คนในครอบครัว และคนใกล้ชิด หากทุกองค์กรตระหนักในเรื่องนี้ การจัดการภาพลักษณ์องค์กรด้วยการทำความเข้าใจเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อกำหนดแผนการสื่อสารและกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับกระบวนการรับรู้ของผู้บริโภค จึงเป็นทิศทางที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่ตรงกับความต้องการขององค์กรได้อย่างแน่นอน

สุณิษา ขอบชัย (2559) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) มีความหมายว่า ความรู้สึกนึกคิดของพนักงานในองค์กรที่มีต่อองค์กรและแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม จึงมีคำว่าภาพลักษณ์องค์กร เช่น องค์กรนี้ดูมีความสามัคคี องค์กรนั้นดูเป็นมืออาชีพซึ่งแต่ละองค์กรจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน การสร้างภาพลักษณ์ไม่สามารถไปขอยืมใครเขามาได้ ทุกคนในองค์กรต้องร่วมมือร่วมใจกันสร้างขึ้น เพราะภาพลักษณ์ที่ได้มานั้น เป็นภาพสะท้อนมาจาก ความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อองค์กรอย่างแท้จริง และที่ยากกว่านั้นก็คือว่าเราไม่สามารถบังคับให้พนักงานทุกคนในองค์กร คิดและรู้สึกกับองค์กรได้เหมือนกัน เพราะองค์ประกอบสำคัญที่เราใช้ในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรขึ้นมา

ปรง ธาระวานิช และทวิวัฒน์ ปิตยานนท์ (2559, น.152) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของโรงเรียน เป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจแก่ผู้พบเห็นไม่ว่าคนในโรงเรียนหรือชุมชน ภาพลักษณ์ของโรงเรียนจะสร้างความแตกต่างและมีอิทธิพลต่อบุคลากรในโรงเรียน สร้างความเข้าใจในบทบาทของโรงเรียนเปรียบเสมือนเป็นวัฒนธรรมโรงเรียนที่ทุกคนร่วมยึดถือเป็นแนวปฏิบัติสร้างความเข้าใจอันดีต่อบุคลากรในโรงเรียน

Stuart G. B. & Sundeen S. J. (1983, p.245) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งรวมของทัศนคติที่อยู่ในจิตสำนึก และจิตสำนึกของบุคคลเกี่ยวกับร่างกายตน รวมทั้งการรับรู้ในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับขนาดของร่างกาย และศักยภาพหรือความสามารถของร่างกาย

Anderson P. M. & Leonard G. R. (1986, pp.53-54) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรเปรียบเสมือนคน ซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

Anderson P. M. & Robin L. G. (1986, น.53-54) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมดโดยองค์กรเปรียบเสมือนคนซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

ดาร์ลิง และพีชเชอร์ (อ้างถึงใน ยุพิน ตีสมศักดิ์ และทิพา ต่อสกุลแก้ว, 2532, น.281-282) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพวาดเกี่ยวกับร่างกายของตนเอง เป็นความนึกคิดที่เกิดจากการรับรู้ที่อยู่ในจิตใต้สำนึก ภาพลักษณ์อาจจะไม่เป็นไปตามโครงสร้าง หรือรูปร่างปรากฏอย่างแท้จริงก็ได้ อาจสร้างขึ้นมาจากความนึกคิด หรือความต้องการของบุคคล ภาพลักษณ์เกิดจากบุคคลมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและเกิดขึ้นตลอดช่วงชีวิตภาพลักษณ์ จึงเป็นส่วนสำคัญ ในการกำหนดความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับการนับถือตนเอง และความปลอดภัยในตนเอง

เจฟกินส์ (1993, น.21-22) กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษอธิบายภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจ (Corporate image) หมายถึง ภาพขององค์การใดองค์การหนึ่ง ซึ่งรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจและได้ประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ส่วนหนึ่งกระทำโดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์การ (Corporate identity) ปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์เครื่องหมาย ฯลฯ

รอบินสัน และบาร์โลว์ (อ้างถึงใน วิรัช อภิรัตน์กุล, 2540, น.77) กล่าวว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคล มีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ภาพในใจนั้นอาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น ได้พบประสบมาด้วยตนเองหรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เป็นต้น

Kotler (2000, น.553) กล่าวว่า ปรมาจารย์ด้านการตลาดอธิบายถึงความหมายของภาพลักษณ์ (image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิดและความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ



จากความหมายของภาพลักษณ์ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่เกิดเป็นภาพหรือความรู้สึกภายในจิตใจ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้จากการรับรู้ทั้งประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อมจนเกิดเป็นความประทับใจโดยจะเกิดขึ้นจากความเชื่อถือ ความศรัทธา การยอมรับและการรับรู้และความเข้าใจ

### ที่มาของคำว่าภาพลักษณ์

ศูนย์การเรียนรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2552) ได้ให้นิยามและความหมายของคำว่าภาพลักษณ์ หรือ IMAGE นั้นว่ามีที่มาที่ไปที่สำคัญของคำต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

I ย่อมาจาก = Institution สถาบันคือ ภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ องค์กรที่เป็นสถาบันจะต้องมีตึกอาคารใหญ่และมีเพลง สถาบันมีโครงสร้างการจัดการที่มีความเป็นปึกแผ่นดูยิ่งใหญ่ มีโลโก้ขององค์กรที่งามสง่าและสร้างศรัทธาได้ในระยะยาว

M ย่อมาจาก = Management คณะผู้บริหารต้องมีความฉลาดมีความดีความงามและผลงานเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป ฉะนั้นจะเห็นว่าองค์กรระดับโลกเราจะคิดถึงคนที่เป็นเบอร์หนึ่ง เบอร์สอง หรือเบอร์สามได้อย่างดี สิ่งที่ได้ดีก็คือเป็นเพราะว่าผู้บริหารทุกท่านมีประสบการณ์ และ Profile เป็นที่รู้จักยอมรับ เช่น เป็นอาจารย์รับเชิญมหาวิทยาลัย เป็นนักปราชญ์ทางด้านวิชาการที่เขียนหนังสือออกมามากมายหลายเล่ม จนเป็นที่ที่ทุกคนยอมรับในฝีมือ กลับกันถ้าองค์กรนั้นมีผู้บริหารที่ทุกคนร้องยี้ รับรองภาพลักษณ์นั้นก็สะท้อนมาในแง่ลบแน่นอน

A ย่อมาจาก = Action หรือการกระทำต่อประชาชนหรือผู้บริโภคจากสิ่งที่เราโฆษณาว่าดีที่สุดของโทรศัพท์มือถือ ยอดเยี่ยมในการบริการครอบคลุมพื้นที่โดยทั่ว ในกรณีนี้ผู้บริโภคถือมากกว่าคนขายของอาจจะไม่ อาจจะไม่ดีจริงตามคำโฆษณาของผู้ผลิต ถือว่าเป็นการหลอกลวงโดยสิ้นเชิง ฉะนั้นการกระทำของเจ้าของสินค้ามักจะกลับมาฆ่าเจ้าของเอง เพราะทุกคนไม่เชื่อถือองค์กรหรือบริษัทนั้น ๆ อีกต่อไป ถ้ามุ่งเน้นในการให้บริการที่ดี โดยการลงทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อหนีคู่แข่ง เช่น AIS ทำกับสินค้าของเขาและใช้ชื่อใหม่ว่า “ADVANCE GSM” ทำให้เขาหนีจาก “Killing Field” ในเรื่องราคาแต่มาเล่นคุณภาพเล่นเครื่อง ดึงง่าย หลุดยาก ครอบคลุมพื้นที่เป็นตัวอย่าง Action ที่ควรเอาเยี่ยงอย่าง

G ย่อมาจาก = Goodness ความดี ความงาม เป็นเรื่องขององค์กรที่เป็นคนดีอยู่ในสังคม เช่น ตรงไปตรงมา จ่ายภาษีรัฐเต็มจำนวน มีการจ้างงานคนไทยมากมายหรือเป็นองค์กรต่างชาติ แต่มีการถ่ายทอดทักษะให้คนไทยอย่างต่อเนื่องหรือทำประโยชน์ให้แก่สังคมไม่เอาไรต์เอาเปรียบผู้บริโภค ไม่โจมตีคู่แข่งอย่างไม่ถูกกติกา ตลอดจนเป็นคนครในภาพรวมขององค์กร สะท้อนภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

E ย่อมาจาก = Employee พนักงานขององค์กรเปรียบเหมือนทุตองค์กรที่เสริมความน่าเชื่อถือคือความสัมพันธ์กับลูกค้าและกับสังคม พนักงานเปรียบเหมือนกระบอกเสียงสำคัญในการกระจายชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าขาดการสื่อสารกับพนักงานที่ดี ขาดความเข้าใจต่างกัน ภาพลักษณ์ก็จะกลับกลายเป็นภาพลบ และถ้าภาพลบออกจากพนักงานจะเป็นสิ่งที่ทุกคนจะฟังเพราะเขาเหล่านั้นอยู่ใกล้ชิดกับองค์กรมากกว่าเพื่อน

### ความสำคัญของภาพลักษณ์

มีนักวิจัยภาพลักษณ์ ได้กล่าวถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ไว้ ดังนี้

กรุณาภรณ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2538, น.43) กล่าวว่า ความสำคัญของภาพลักษณ์ว่ามีความสำคัญต่อความมั่นคงทางจิตใจของบุคคลมาก เนื่องจากมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความภาคภูมิใจยอมรับคุณค่าของตนตามค่านิยมของสังคม หากมีการคุกคามภาพลักษณ์ อาจทำลายการปฏิบัติงาน และกระทบต่อความสัมพันธ์ภาพของบุคคล

อรุณ งามดี (2540, น.79) กล่าวว่า ความสำคัญของภาพลักษณ์ ว่าเป็นเรื่องละเอียดและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานแทบทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่ นับตั้งแต่เจ้าหน้าที่สถานที่ทำงาน ผลิตภัณฑ์ การบริการทรัพย์สิน และทุกอย่างที่เกี่ยวข้อกับหน่วยงาน หรือองค์กรสถาบันใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์ที่เป็นไปในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานสถาบันนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัย หรืออาจไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อหน่วยงาน ในทางตรงกันข้ามหากหน่วยงาน หรือองค์กรสถาบันมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน ที่มีต่อหน่วยงานสถาบันนั้นย่อมเป็นภาพที่บรรเจิดสวยงามงดงาม นั่นคือ เป็นภาพของหน่วยงานสถาบันที่เป็นไปในทางที่ดี มีความน่าเชื่อถือศรัทธาสมควรแก่การไว้วางใจ หรือนำคบหาสมาคมด้วย เป็นต้น หากมองให้แคบลงภาพลักษณ์ยังมีความสำคัญและมีอิทธิพลทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ภาพลักษณ์ถือเป็นพื้นฐานของความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Identity) ความรู้สึกภาคภูมิใจ และการยอมรับคุณค่าแห่งตน ภาพลักษณ์เป็นมาตรฐานที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ตามความรู้สึกนึกคิดที่ดีเกี่ยวข้องกับตัวเอง มีอิทธิพลกับความสามารถของบุคคลในการปฏิบัติงาน เช่น ภาพลักษณ์ของคนในวัยหนุ่มสาว ความรู้สึกนึกคิดที่จะทำอะไร ดูเหมือนจะง่ายไม่น่าเป็นห่วง แต่ภาพลักษณ์ของคนในวัยชราจะแตกต่างจากวัยหนุ่มสาว ความรู้สึกนึกคิดที่จะทำอะไรสักอย่าง ดูเหมือนจะยากมีความวิตกกังวลว่าจะทำไม่ได้ เป็นต้น

ดวงพร คำบุญญ์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541, น.61-62) กล่าวว่า ความสำคัญของภาพลักษณ์อาจมีสาเหตุมาจาก

1. ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการสื่อสารดาวเทียม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชนทำให้คนในสังคมต่าง ๆ รับทราบข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก อย่างรวดเร็วซึ่งมีผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ เช่น ภาพลักษณ์ประเทศไทยเสียหายย่อยยับในเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ

เพราะรายงานข่าวจากสำนักข่าวต่าง ๆ ผ่านการสื่อสารทุกรูปแบบรวมทั้งการสื่อสารดาวเทียม เผยแพร่ข่าวและภาพข่าวการปราบปรามประชาชนที่ไร้อาวุธ โดยกำลังทหารเหตุการณ์นี้ทำให้เกิด ภาพลักษณ์ในทางลบ ซึ่งมีผลเสียหายต่อชื่อเสียงและเศรษฐกิจของไทย

2. องค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชนและมวลชนมากขึ้น ทุกคนต้องการรับรู้ และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใด มีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ และการสนับสนุนร่วมมือในองค์กรนั้น ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานแต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีย่อมได้รับการต่อต้าน และการดูหมิ่นเกลียดชัง

3. ภาพลักษณ์เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้าองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี นับเป็นการเตรียมความพร้อมขององค์กร แม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขทำให้เหตุการณ์ กลับปกติได้อย่างทันท่วงที

อลิศรา เจริญวานิช (2544, น.34) กล่าวว่า เมื่อประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน หรือองค์กรแล้ว ก็มักจะให้โอกาสหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์กรได้ชี้แจงข้อมูลต่าง ๆ กรณีเกิด วิกฤตขึ้น ซึ่งมีแนวโน้มที่พร้อมจะฟังและทำความเข้าใจ ซึ่งหากทำความเข้าใจให้เกิดขึ้นร่วมกันได้แล้ว จะสามารถทำให้แก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

วิมลพรรณ อาภาเวท (2546, น.17) กล่าวว่า ความสำคัญของภาพลักษณ์องค์กรก็คือการใช้ ภาพลักษณ์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์องค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดของ ประชาชน เพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อถือ ศรัทธาจากประชาชนที่มีต่อองค์กรเพราะภาพลักษณ์ เปรียบเสมือนเรือ หรือพื้นฐานของความคิดที่บุคคลมีต่อองค์กร

ฉัฐยานี พชรชัยวัฒน์ (2551, น.16) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ของหน่วยงานหรือสถานที่ที่ประชาชนยอมรับ ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ ดีและไม่ดี ซึ่งหน่วยงานหรือสถาบัน ทุกแห่งต้องการภาพลักษณ์ในทางที่ดีในสายตาของบุคคลอื่น หากบุคคลอื่นมองว่าดีแล้ว หน่วยงาน หรือสถาบันนั้นก็จะต้องรักษาความดีนั้น ตลอดไป แต่หากพบว่า บุคคลอื่นมองว่ายังไม่ดี แสดงว่า หน่วยงานหรือสถาบันนั้นต้องรีบแก้ไข จุดบกพร่องนั้น ๆ หรืออาจต้องสร้างภาพลักษณ์ใหม่ขึ้น เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน หรือสถาบัน ฉะนั้นภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อ หน่วยงานหรือสถาบัน

อัมพรเพชร ชาญวิจิตร (2551, น.13) กล่าวว่า ภาพลักษณ์นั้นมีความสำคัญยิ่งต่อองค์กร ถ้าคนทั่วไปมององค์กรว่าดีก็จะเกิดความรู้สึกที่ดี จึงเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญตรงที่ผู้ทำดี มาก่อนจะมีภาพลักษณ์ดีแต่ผู้ที่ไม่ดีแล้วก็จะถูกมองภาพลักษณ์ไม่ดีและอาจจะมีผลต่อภาพลักษณ์ ขององค์กรและภาพลักษณ์ทั้งดีและไม่ดีเหล่านี้จะค่อย ๆ ก่อตัวขึ้นทีละน้อยจนเกิดเป็น ความประทับใจที่แท้จริงของประชาชนที่มีต่อองค์กร ซึ่งอาจเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้

แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำขององค์กร ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรต้องรับรู้ว่าองค์กรของตนมีภาพลักษณ์อย่างไรต่อสายตาและการรับรู้จากประชาชนและบุคคลทั่วไปเพื่อองค์กรจะได้วางแผนการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จภายในองค์กร

สมชาย ศรีวิรัตน์ (2557, น.8) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรมีความสำคัญ สามารถทำให้สถาบัน หน่วยงาน มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ ศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และจะทำให้องค์กร หน่วยงานสถาบันนั้น ๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ถือว่ามีค่าสำคัญต่อองค์กรทุก ๆ องค์กร เพราะจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้อื่นสามารถมองเห็นหรือนึกถึงความเป็นตัวตนของเราโดยที่ผู้อื่นอาจจะได้ยิน ได้สัมผัส และเกิดการสร้างความคิดว่าองค์กรของเรานั้นดีหรือไม่ดีมากนักเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับบริการ และการสร้างประโยชน์ต่อสาธารณะจนได้รับความเชื่อถือ การยอมรับและความเชื่อมั่นจากผู้รับบริการ

#### **การเกิดภาพลักษณ์**

วิจิตร อาวะกุล (2534, น.154) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีเกิดจากทุกสิ่งทุกอย่างของสถาบันหรือองค์กร เป็นต้นว่า

1. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่หรือพนักงาน
2. บทบาทในสังคมขององค์กรและพนักงาน
3. อาคารสถานที่ โอ้อ่า สกปรก สะอาด
4. สินค้า ตรา เครื่องหมาย
5. การบริการ สะดวก เร็ว ช้า
6. การมุ่งมั่นทำความดีอย่างต่อเนื่องไม่ทอดทิ้ง

ดวงพร คำบุญญ์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536, น.69) กล่าวว่า การเกิดภาพลักษณ์เป็นประเด็นสำคัญในการสร้าง ได้จำแนกสถานการณ์ในการเกิดภาพลักษณ์ไว้ 2 สถานการณ์ ดังนี้

1. สถานการณ์ที่หนึ่ง เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นการปล่อยให้เกิดขึ้นเองตามสภาวะแวดล้อม แล้วแต่ผู้ที่สัมผัสกับสถานการณ์นั้น ๆ จะนึกคิดไปโดยธรรมชาติไม่มีการควบคุมหรือการวางแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามที่องค์กรปรารถนา

2. สถานการณ์ที่สอง เกิดขึ้นเองโดยการสร้างสรรค์โดยอาศัยกระบวนการสร้างสรรค์ที่องค์กรได้วางแผนไว้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นเรื่องกิจกรรมขององค์กรว่าเป็นไปในรูปใดและเรื่องของบุคลากรภายในเกี่ยวกับบทบาทในการปฏิบัติงาน

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทรวร (2537, น.129-130) ได้กล่าวถึงประเด็นการเกิดภาพลักษณ์ไว้ว่า เมื่อปัจเจกได้รับเหตุการณ์ภายนอกมายังตัวเองนั้นเหตุการณ์ยังไม่สามารถจะสร้างให้เป็นภาพลักษณ์ได้ทันที แต่กลับต้องมีขั้นตอนซึ่งพอจะแบ่งได้ดังนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Evenys and Environment) เหตุการณ์ในสังคมมีมากมาย แต่มีบางเหตุการณ์เท่านั้นที่คนเราจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ทั้งหลายนี้ จะมีคุณค่าด้านดีและเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร ไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่พบว่าสภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์ และอยู่โดยรอบตัวเรากลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการหดหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ในบรรดาเหตุการณ์ที่เรารับรู้ นั้น จะสามารถเข้าสู่เราได้โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้ดมกลิ่น เราเรียกว่า ช่องทางการสื่อสาร และแต่ละช่องทางยังมีประสิทธิภาพทางด้านารับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับสมบัติของ “ข่าวสาร” และ “สื่อ” เป็นสำคัญ

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal Elements) คุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 5 ประการของแต่ละบุคคล คือ ทักษะของการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ระบบสังคม และวัฒนธรรม องค์ประกอบเหล่านี้ต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร

4. การรับรู้และการประทับใจ (Perception and Impession) ภาพลักษณ์จะไม่เกิดขึ้นทันที เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้าช่องทางการสื่อสาร และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้งห้าจะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อนโดย “การรับรู้” (Perception) ซึ่งเป็นตัวแปรเหตุการณ์ให้เป็นไปเป็น “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” ส่วนความประทับใจ (Impession) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวพันกับคุณภาพและประเมินของความทรงจำ ถ้าประทับใจมาก (ไม่ว่าดีหรือไม่ดี) ก็จะจำได้มากและนาน เมื่อเกิดเป็นภาพลักษณ์ใดขึ้นแล้วจะเชื่อจากได้ช้ากว่าที่มีความประทับใจน้อยหรือไม่ประทับใจเลย

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540, น.37-38) ได้กล่าวถึง การเกิดภาพลักษณ์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ที่เกิดจากธรรมชาติ คือ ภาพลักษณ์ในลักษณะใดก็ได้ที่เกิดขึ้นตามสภาพแวดล้อมเป็นภาพที่ประชาชนทั่วไปรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ
2. ภาพลักษณ์ที่มาจาก การปรุงแต่งหรือเกิดขึ้นเองจากธรรมชาติเป็นได้เหมือนกับบุคลิกของบุคคลและกาวางตัว การแต่งตัวที่น่านับถือ การพูดจาสุภาพเรียบร้อยน่าเชื่อถือ

เสรี วงษ์มณฑา (2541, น.77) ได้กล่าวว่า สิ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์มีอยู่ 4 อย่าง ดังนี้

1. ผู้บริการองค์การจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ที่มีความรู้ความสามารถถ้าองค์การใดมีผู้บริหารที่มีความสามารถมีวิสัยทัศน์และมีนโยบายในการบริหารเชิงธุรกิจที่ดีไม่เอาर्डเอาเปรียบ ลูกจ้างองค์การนั้นก็จะมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาคนทั่วไป

2. พนักงานบริษัทที่ดีต้องมีความรู้ความสามารถมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีจิตวิญญาณของการให้บริการลูกค้าที่ดีและต้องมีบุคลิกภาพที่ดี

3. สินค้าและการบรรจุภัณฑ์ต้องเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพมีประโยชน์ตรงกับที่โฆษณาเผยแพร่ออกไปและมีการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามทันสมัย

4. การดำเนินธุรกิจการค้าขายต้องค้ำสินค้าสู่สังคม เพราะบริษัทแต่ละบริษัทนั้นจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีเสมอมีการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์และตรงไปตรงมา

ฉะนั้นภาพลักษณ์ที่เกิดจากกระบวนการดังกล่าวจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ต่าง ๆ (Events) สภาพแวดล้อม (Environment) การสัมผัส (Touching) ประสบการณ์รับรส (Tasting) การมองเห็น (Seeing) การเอาใจใส่, สนใจ (Heeding) ความเข้าใจ (Knowledge) สังคม (Social) การสื่อสารการติดต่อ (Communication) การประทับใจ (impression) การรับรู้ (Perception) เป็นตัวแปรสำคัญของการปรับเปลี่ยนและการปรุงแต่งภาพลักษณ์ในอนาคต

จรัสลักษณ์ ผลบริบูรณ์เจริญ (2542, น.20-21) ได้กล่าวถึง การเกิดภาพลักษณ์ ซึ่งพิจารณาในแง่ของปัจเจกบุคคลที่เหตุการณ์ได้มาถึงตัวเองแล้ว และจะพัฒนาเป็นภาพลักษณ์ในที่สุด เมื่อปัจเจกบุคคลได้รับเหตุการณ์ภายนอกมาซึ่งตัวเองนั้น เหตุการณ์ยังไม่สามารถจะสร้างให้เห็นภาพได้ทันทีแต่กลับต้องมีขั้นตอนซึ่งพอจัดแบ่งได้ดังนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Events and Environment) คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมนี้อาจมีเหตุการณ์ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมการศึกษา และอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางส่วนของเหตุการณ์หรือบางเหตุการณ์เท่านั้น ที่คนเราจะรับเข้ามาซึ่งตัวเราได้และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดีหรือด้านเลวจะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไรคงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์ และอยู่โดยรอบเรากลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการหดหายและระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายจะสามารถเข้ามาสู่เราได้โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งได้แก่การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ยังมีประสิทธิภาพทางด้านมารับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านี้ตัวเนื้อหาสาระ วิธีการจัดข่าวสารและโครงสร้างของเหตุการณ์ ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุป ช่องทางการสื่อสารจะเป็นประตูด่านแรกของการรับรู้เหตุการณ์ ซึ่งการเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของ “ข่าวสาร” และตัว “สื่อ” ย่อมมีความสำคัญที่สุด

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal Elements) ซึ่งจะเกี่ยวกับคุณภาพ และประสิทธิภาพ ของการสื่อสารโดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสารนั้นเบอร์โล ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคลคือทักษะของการสื่อสารทัศนคติความรู้ระบบสังคมและวัฒนธรรม ต่างก็มีอิทธิพล ต่อการสื่อสารเราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไรจะเป็นภาพที่มีความหมาย ไม่เหมือนคนอื่นหรือมีความนิยมชมชอบหรือไม่สนใจ หรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้ เป็นสำคัญ ดังนั้นถึงแม้ว่าเหตุการณ์ต่าง ๆ จากภายนอกผ่านช่องทางการสื่อสารและเข้ามาสู่ตัวเรา แล้วก็ตาม เหตุการณ์นั้นอาจมีความหมายอะไรหรือไม่องค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นคำตอบที่ดี มากกว่าอย่างอื่น

4. การรับรู้และความประทับใจ (Perception) ภาพลักษณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์นั้นได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสารและองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 นั้น จะเป็นตัวที่พินิจพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อน โดยการรับรู้ซึ่งจะเป็นตัวแปลงเหตุการณ์นั้น ๆ ให้เป็นไปใน ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้นหรือเรียกว่าเป็นไปตามความลำเอียงเฉพาะบุคคล ก็จะไม่ผิดนัก ส่วนความประทับใจมีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่งโดยจะเกี่ยวพันกับคุณภาพ และปริมาณของความทรงจำจดจำได้มากและนานและเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณ์ที่เจือจางได้ช้ากว่า การที่มีความประทับใจน้อยหรือไม่มีความประทับใจเลย

ชลรัตน์ ชลมารค (2546, น.54-55) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนให้ประสบความสำเร็จควรดำเนินการ โดยกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันระหว่างผู้บริหารบุคลากรครู และบุคลากร สนับสนุนเพื่อเป็นแนวทางในการทำงาน ปรับปรุงบริหารจัดการ การจัดการเรียนการสอน การจัดการกิจกรรมของโรงเรียนทั้งหมดรวมทั้งสร้างชื่อเสียงให้โรงเรียนโดยส่งครูนักเรียนเข้าแข่งขัน พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความรู้สึกรักให้ประชาชนยอมรับและเชื่อถือ โรงเรียน

วิมลพรรณ อาภาเวท (2554, น.16) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสภาพแวดล้อมตามสภาพที่เกิดขึ้นตาม ช่วงเวลาตามที่ประชาชนจะนึกถึง โดยที่องค์กรไม่ได้ดำเนินการใด ๆ ให้เป็นไปตามที่องค์กรการ ประารถนา
2. ภาพลักษณ์เกิดจากกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่องค์กรต้องการจะให้เป็น เช่น การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และอาศัยการสื่อสาร ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพที่จะนำไปเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นหากประชาชน พบว่ามีการปกปิดข้อมูลที่เป็นจริงประชาชนจะเกิดความไม่ไว้วางใจและขาดความเชื่อถือศรัทธา จากองค์กรได้

Gregory James R. & Wiechmann Jack G. (1991, น.4-23) ได้กล่าวถึง การสร้าง  
ภาพลักษณ์ให้ประสบความสำเร็จมีหลัก 6 ประการ คือ

1. การเรียนรู้ การศึกษากลุ่มเป้าหมาย การสร้างภาพลักษณ์ โดยการกล่าวถึง  
กลุ่มเป้าหมายเพื่อความจริงจัง
2. ทิศทาง การสร้างภาพลักษณ์ จะถูกกำหนดขึ้นโดยผู้บริหารเพราะเป็นผู้เข้าใจหน่วยงาน  
ในทุก ๆ ด้าน สามารถทำให้ภาพลักษณ์อยู่ในทิศทางที่จำเป็น เพื่อให้เกิดการสร้างงาน
3. รู้จักตัวเอง หน่วยงานควรทราบว่าภาพลักษณ์ปัจจุบันของตนเองเป็นอย่างไร  
ภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ต้องการให้เกิดขึ้นคืออะไรควรมีการวิจัยก่อน ระหว่าง และหลัง  
จากการวางโครงการสร้างภาพลักษณ์
4. จุดเน้นต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไรอยู่ ยิ่งเข้าใจลูกค้าดีขึ้นเท่าไรจะทำให้หน่วยงาน  
สามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับของลูกค้ามากขึ้นเท่านั้น
5. การสร้างสรรค์ในการสร้างภาพลักษณ์ ให้ศึกษาความต้องการของลูกค้าและตัดเข้าไปสู่  
จุดนั้น
6. ความคงเส้นคงวาในการสร้างภาพลักษณ์มักจะควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์วิธีการใหม่ ๆ  
ในการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ

#### องค์ประกอบของภาพลักษณ์

วีริชต์ แสงดาวฉาย (2531, น.12-13) กล่าวว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์ว่ามี 4 ส่วนคือ

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับการ  
สังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งนำไปสู่การรับรู้ (Cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้  
ซึ่งอาจเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อม  
ต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้
2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้  
เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่จะได้รับจากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพพจน์ที่เกี่ยวกับ  
ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับ หรือ ไม่ยอมรับ  
ชอบ หรือ ไม่ชอบ
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Active Component) เป็นภาพพจน์ที่เกี่ยวกับ  
ความมุ่งมั่นหรือเจตนาที่เป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้นอันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์  
ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้สึก



ประจวบ อินอ้อด (2532, น.97) กล่าวว่า องค์ประกอบของการสร้างภาพลักษณ์ คือ ตัวอาคารสถานที่ ผู้บริหาร บทบาทในสังคมของผู้บริหารพฤติกรรมในการให้บริการของพนักงาน เจ้าหน้าที่ และเครื่องหมายหรือตราของสถาบัน

วิจิตร อาวะกุล (2534, น.154) กล่าวว่า ส่วนประกอบของภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดี อาจเกิดขึ้นจากทุกสิ่งทุกอย่างขององค์การ เช่น พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่หรือพนักงาน บทบาทในสังคมขององค์การและพนักงาน อาคารสถานที่ สินค้าหรือตราเครื่องหมาย การบริการ การมุ่งมั่น ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องไม่ทอดทิ้ง

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537, น.127) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่พึงปรารถนา นั้นควรครอบคลุมเนื้อหาต่าง ๆ ได้แก่ ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (Related with Target Publics) สินค้าหรือตราสินค้า (Product or Brand) ความปลอดภัย มลภาวะและเทคโนโลยี (Safe, Pollution and technology) การมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างเศรษฐกิจทางสังคม (Social Economics Contribution) พนักงาน (Employee) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) การจัดการ (Management) กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Law and Regulation)

พจน์ ใจหาญสุขกิจ (2548, น.14-15) กล่าวว่า ภาพลักษณ์มีหลายองค์ประกอบที่สำคัญ แต่องค์ประกอบหลักๆ ที่ทำให้ภาพลักษณ์มีพลังขับเคลื่อน มีดังนี้

1. ข้อเท็จจริง สิ่งที่ทำให้ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นได้ต้องอยู่บนพื้นฐานแห่งความจริง โดยอาศัยความโดดเด่นลักษณะสำคัญขององค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง เช่น ประวัติการศึกษา แนวความคิด ความสนใจ รสนิยม การดำเนินชีวิต ทักษะคิดรวมทั้งเรื่องส่วนตัวเพื่อสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์
2. การมอง/การสำรวจตัวเอง เป็นการมองภาพลักษณ์ตนเองในทางแง่บวกและทางลบ เพื่อปรับปรุงและทบทวนตนเองอยู่เสมอ การยอมรับความจริงของตนเองในทางลบนั้นเป็นไปค่อนข้างยาก เป็นการสร้างอุปสรรคต่อการคงภาพลักษณ์ที่ดีได้ คือต้องรู้จักการปรับเปลี่ยนทัศนคติ การยอมรับ และปรับปรุงข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นภาพลักษณ์จึงจะมีคุณค่า
3. การเกิดขึ้นของภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์เกิดขึ้นมาพร้อมกับทุกสิ่งทุกอย่างไม่ว่าจะแสดงออกมาในรูปแบบของการดำเนินชีวิต อุปนิสัย และรสนิยมการแสดงทัศนคติในเรื่องหนึ่ง นั่นคือ ภาพลักษณ์ทุกอย่างมาพร้อมกับการเกิดและเริ่มต้น เพียงแต่ว่าจะแสดงออกมาอย่างไร หรือมีทิศทางไปทางไหนผลตอบรับกลับมาล้วนสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ของแต่ละสิ่งออกมาด้วยกันทั้งสิ้น
4. การขับเคลื่อนกระบวนการเรียนรู้ คือ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความสนใจ การจดจำ สิ่งที่ดีงาม การรู้จักตีความลงในสิ่งที่รับรู้ พร้อมกับการรู้จักปรับใช้ในวิถีชีวิตประจำวันและหน้าที่ การงานให้เกิดประสิทธิภาพ โดยเฉพาะสิ่งที่ผิดพลาดมาแล้ว เพื่อนำไปปรับปรุงให้เหมาะสม และดียิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรหรือแก่ตนเอง

นัยนา สังขะเกตุ (2551, น.10) กล่าวว่า ภาพลักษณ์นั้นมีหลายรูปแบบ มีทั้งภาพลักษณ์ที่ไม่จริง ภาพลักษณ์ที่เชื่อถือได้ ภาพลักษณ์ที่ได้รับการสร้างสรรค์อย่างมีแบบแผน ตลอดจนภาพลักษณ์ที่เข้าใจง่าย โดยมีองค์ประกอบอันเกิดจากความรู้ ความรู้สึก และประสาทสัมผัส ในด้านการรับรู้หรือในด้านการกระทำต่าง ๆ นอกจากนี้ภาพลักษณ์ยังสามารถใช้เป็นแนวทางการจัดการหรือการดำเนินงานในสถาบันและองค์การต่าง ๆ ทั้งในด้านการให้บริการ การอำนวยความสะดวก และการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น ดังนั้นภาพลักษณ์ที่ดีจึงต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การหรือสถาบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อัมพรเพชร ชาญวิจิตร (2551, น.19) กล่าวว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์มีความเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ 4 ส่วน คือ องค์ประกอบเชิงการรับรู้ องค์ประกอบเชิงความรู้ องค์ประกอบเชิงความรู้สึก และองค์ประกอบเชิงการกระทำ องค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนี้ไม่สามารถแยกกันได้พร้อมกันสรุปว่า องค์ประกอบภาพลักษณ์ หมายถึง สิ่งทำให้เกิดความรู้สึกต่อองค์ประกอบ ข้อเท็จจริง หรือคุณค่า เป็นกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ไว้ในกลุ่มเดียวกันเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของโครงสร้างที่ส่งผลถึงสิ่งที่คิดที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้จากการรับรู้ทั้งประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อมจนเกิดเป็นความประทับใจ ซึ่งจะเกิดขึ้นจากความน่าเชื่อถือ การยอมรับและความศรัทธา ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ คือ สิ่งที่ผู้ปกครอง ชุมชนสามารถรู้สึกและมองเห็นถึง การบริหาร ความรู้ความสามารถของบุคลากร เหตุการณ์ต่าง ๆ รวมถึงสถานที่ สิ่งแวดล้อมและบริการ เมื่อนักเรียน ผู้ปกครอง หรือชุมชนได้สัมผัส รับรู้ ก็จะทำให้เกิดสิ่งนึกคิดขึ้นภายในใจ คือ ภาพลักษณ์ที่ผ่านการรับรู้ของตนเอง
2. องค์ประกอบเชิงการตระหนักรู้ คือ ความรู้ที่ได้รับหลังจากการได้สังเกต การมองเห็นสัมผัสทำให้สามารถแยกประเภท ความแตกต่างและความเหมือนได้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก คือ การตอบสนองจากการรับรู้ เรียนรู้ ภายใต้แนวคิด ความรู้สึก เข้าใจ ต่อภาพลักษณ์แล้วขึ้นต่อว่าใช้ดุลยพินิจว่า ชอบ หรือไม่ชอบ ยอมรับหรือไม่ยอมรับ
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ คือ การปฏิบัติโดยมีเจตนาให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่ต้องการ

Boulding (1975, pp.1-6) กล่าวว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์ แยกออกเป็น 4 ส่วน ในความเป็นความจริงองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วน จะมีความเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์กับองค์ประกอบของภาพลักษณ์ไม่อาจแยกจากกันได้ คือ

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งบุคคลได้จากการสังเกตสู่การรับรู้สิ่งที่ถูกรับรู้อาจเป็นบุคคล สถานที่เหตุการณ์ต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภทความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ได้จากการสังเกตสิ่งที่รับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคล ความรู้สึกที่ผูกพันกันยอมรับหรือไม่ยอมรับและไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Active Component) ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งหมาย การปฏิบัติต่อสิ่งเร้าเป็นผลจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

สรุปองค์ประกอบของภาพลักษณ์ว่าต้องอาศัยเข้าผสมรวมหลาย ๆ อย่างมาประกอบกัน จึงทำให้เกิดความเชื่อความศรัทธา ความไว้วางใจต่อองค์การนั้น ๆ จะต้องอาศัยการรับรู้เป็นจากการสังเกตต่อองค์การว่าเป็นในแนวทิศทางใด แล้วนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างองค์การและเกิดความเข้าใจในองค์การนั้นว่าชอบหรือไม่ชอบ และสุดท้ายเกิดการประเมินภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการกระทำของภาพลักษณ์ต่อไป

จากองค์ประกอบของภาพลักษณ์ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ร่วมกับการศึกษาแผนกลยุทธ์สถานศึกษา แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาประจำปี รายงานการพัฒนาคุณภาพสถานศึกษา ปีการศึกษา 2561 พร้อมทั้งศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียน หมายถึง ความรู้สึกหรือภาพที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้บริหารโรงเรียนและคณะครูเกี่ยวกับการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพจนบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย โดยมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. องค์ประกอบการได้รับความเชื่อถือ หมายถึง การที่โรงเรียนมีแหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกที่นำมาใช้ในการจัดการศึกษา มีอาคารเรียนและอาคารประกอบที่เพียงพอและปลอดภัย มีบริเวณภายนอกโดยรอบที่ปลอดภัยจากอบายมุข มีบรรยากาศภายในโรงเรียนที่สะอาด ร่มรื่น สวยงาม มีระบบสาธารณสุขที่เพียงพอและทันสมัย ครูมีความสามารถในการจัดการเรียนรู้แบบ Active learning ไม่เสเพลสิ่งเสพติด และมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน นักเรียนมีจิตอาสา มีระเบียบวินัย คิด วิเคราะห์ แยกแยะแก้ปัญหาอย่างรอบคอบ และมีความมุ่งมั่นในการทำงาน

2. องค์ประกอบการได้รับความศรัทธา หมายถึง การที่โรงเรียนนำข้อมูลสารสนเทศจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และจุดที่ควรพัฒนามาปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริม สนับสนุนให้มีกิจกรรมทางวิชาการและวิชาชีพที่เหมาะสมแก่นักเรียน มีความพร้อมในการจัดการเรียนรู้แก่นักเรียนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริม สนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ปกครองและชุมชนว่าสามารถพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพ ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานจากภายนอก

3. องค์ประกอบการได้รับการยอมรับ หมายถึง การที่โรงเรียนมีครูซึ่งมีการพัฒนาตนเอง ด้วยวิธีการที่หลากหลายเป็นประจำทุกปีและต่อเนื่องและมีผลงานที่ได้รับการยกย่อง เชิดชูเกียรติ จากหน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องรวมทั้งมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน นักเรียน มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีกิริยามารยาท พุดจาสุภาพเรียบร้อย มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี รวมทั้งการได้รับรางวัลจากการแข่งขันกิจกรรมทางวิชาการ เช่น งานศิลปหัตถกรรม การแข่งขันกีฬา

4. องค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้ หมายถึง การที่ผู้บริหารสามารถโน้มน้าวให้ ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนและกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการศึกษา มีพฤติกรรมยิ้มแย้ม แจ่มใส กระตือรือร้น อ่อนน้อมถ่อมตน และแสดงถึงความมีไมตรีจิต พัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ มีการสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้องและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารของโรงเรียนให้แก่ชุมชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ

### ประเภทของภาพลักษณ์

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2533, น.115-117) จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ เป็น 10 ประเภท ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐานว่าบุคคล ในสังคมนั้นมาจากแหล่งต่าง ๆ มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม การศึกษาและอื่น ๆ ที่ต่างกัน สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์การหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไปได้ ยิ่งไปกว่านั้น ในตัวบุคคลหนึ่ง ก็อาจมีทั้งภาพลักษณ์ในทางบวกต่อเรื่องหนึ่ง และภาพลักษณ์ในทางลบอีกเรื่องหนึ่ง ได้เช่นกัน

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงลบหรือบวก จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดมาโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนาก็ตาม หน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้ เมื่อภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เปรียบได้กับเวลาที่คนเราส่องกระจกจะเห็น ภาพตัวเองในกระจก ในภาพนั้นอาจมองว่าสวย ในกรณีนี้ก็เช่นกันผู้บริหารอาจมองว่าองค์การ ได้ทำโน่นทำนี่ดีมากแล้ว ดังนั้น ภาพลักษณ์ขององค์การจึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความจริง จะเป็นเช่นไรก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ซึ่งประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองแตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานมีความต้องการจะให้องค์การของตนเป็นเช่นนั้น

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น จากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจ การรับรู้ (Perception) ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อมวลชนและสิ่งที่เราควบคุมได้และสภาพแวดล้อมที่ยากจะควบคุม และอุปสรรคอื่น ๆ

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่งที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (ข่าวลือ อุบัติเหตุฯลฯ) และ/หรือ กระบวนการสื่อสารและ/หรือการรับรู้ของผู้รับข่าวสารและเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้ว ก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์นั้นให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน แต่ต่างกันที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้อง ได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product/Service Image) สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเอง เช่นเดียวกับองค์กร เมื่อสินค้า/บริการที่องค์กรมีไม่ว่าจะมีภาพลักษณ์เชิงบวกหรือลบหรือกลาง ๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้า เพียงแต่อนุรักษ์นี้เป็นตราสินค้า ยี่ห้อสินค้า หรือ Logo และสัญลักษณ์ เช่น ตรางู ดอกบัว สิ่งที่เป็นต้น

9. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์การรวมถึงสินค้า ระบบการบริหารบริษัท ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ ความรับผิดชอบต่อสังคมฯลฯ

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image) คล้ายกับภาพลักษณ์องค์กร แต่มุ่งมองเฉพาะตัวบริษัท หรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง ทั้งนี้จะไม่มองในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาด นอกจากบทบาท หรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

จากประเภทของภาพลักษณ์ทั้ง 10 ประเภทดังกล่าวประกอบด้วย จากภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) ที่ 1 ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image) ที่ 10 สามารถนำมาเกี่ยวโยงกันในรูปของการจัดการภาพลักษณ์ (Image Management) โดยภาพลักษณ์กระเจกเงาและภาพลักษณ์ซ้อนเป็นภาพที่มีความต้องการน้อยที่สุด และก่อนจะกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา จำเป็นต้องทราบถึงภาพลักษณ์ปัจจุบันก่อนว่าองค์กรมีสภาพ สถานภาพรวมทั้งมีปัญหาและอุปสรรคอะไร จากนั้นก็จะกำหนดเป็นภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ โดยภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนານี้ จะต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า และภาพลักษณ์ขององค์กรประกอบการไปด้วย

อนึ่งหากมีภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องเกิดขึ้นก็จำเป็นต้องจัดให้เป็นภาพลักษณ์ที่ถูกต้องให้ได้ อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนານี้ ไม่ควรจะกำหนดให้มีความสูงเกินความเป็นจริง แต่ควรที่จะมีภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนານี้ เป็นภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้เพื่อให้งานสร้างภาพลักษณ์มีความเหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง

รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2546, น.153-154) แบ่งประเภทของภาพลักษณ์ที่สามารถครอบคลุมประเภทของภาพลักษณ์ ทั้งด้านการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ได้นำไปใช้ในการดำเนินการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์การหรือหน่วยงานในสายตาของคนทั่วไป ซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไป อันเนื่องมาจากคนในสังคมนั้นมาจากแหล่งต่าง ๆ กัน มีความรู้ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษาที่ต่างกัน ดังนั้นเป็นไปได้ที่สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์การหนึ่งเหมือนกัน นอกจากนั้นในตัวบุคคลหนึ่งอาจมีภาพลักษณ์ต่อองค์การเชิงบวกในเรื่องหนึ่งและมีภาพเชิงลบในอีกเรื่องหนึ่งเช่นกัน

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ตามความจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาตินับว่าเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญที่องค์การจะต้องค้นหาเพื่อทราบให้ได้และเมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหรือภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่ย้องค์การต้องการจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้นภาพลักษณ์ประเภทนี้เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงจุดยืนขององค์การในสายตาของประชาชนในขณะนั้นได้เป็นอย่างดี

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารเชื่อเอาเองหรือ มองเห็นว่าองค์การเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป ซึ่งเปรียบเสมือนการส่องกระจก จะเห็นภาพของตัวเองในภาพนั้น เขาอาจจะมองว่าสวย สง่างามหรือตรงตามความนึกคิดของเขา โดยที่ผู้บริหาร

วีรัช ลภีรัตนกุล (2546, น.81-82) จำแนกภาพลักษณ์ออกเป็นประเภทสำคัญ ๆ ไว้ 4 ประเภท ดังนี้

1. บริษัท (Corporate) คือ ภาพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ก็จะรวมไปถึงงานด้านการบริหารหรือการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมถึงสิ่งค่าผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้นคำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Imago) จึงมีความหมายค่อนข้างกว้างและยังหมายรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจฝ่ายจัดการและสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

2. สถาบันหรือองค์กร (Institution) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบันหรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียวไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียวไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท

4. สินค้าตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่งส่วนมากมักจะใช้ในด้านกาโฆษณ (Advertising) ส่งเสริมการจำหน่าย (Sales Promotion) เช่น จะซื้อกางเกงยีนส์ใช้สักตัว แต่การเกงยีนส์มีขายมากมายหลายยี่ห้อเลือกกลาด ผู้ซื้อที่มีภาพลักษณ์ตรา (Brand Image) ที่ดียี่ห้อใดก็มักมีแนวโน้มที่จะซื้อยี่ห้อนั้น ๆ ทั้งที่การเกงยีนส์ยี่ห้ออื่นอาจมีคุณภาพดีกว่ายี่ห้อที่เลือกซื้อก็ได้

พจน ใจหาญสุขกิจ (2556, น.21-22) แบ่งประเภทภาพลักษณ์เป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากภาพใหญ่ของสังคมเป็นความหลากหลายของสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ความรู้ ความเชื่อการศึกษา พื้นฐานที่มาที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการที่มีความรู้และประสบการณ์แตกต่างกันไปด้วย รวมทั้งในเรื่องเดียวกันในมุมมอง และทัศนคติที่แตกต่างกันได้

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจริง ณ ปัจจุบัน ทั้งที่เกิดขึ้นเองโดยการปรุงแต่ง โดยการเจตนาสร้างให้เกิดขึ้นหน้าที่ที่ต้องกระทำคือ การรู้จักค้นหาภาพลักษณ์ในปัจจุบันเพื่อที่จะปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ที่มีแต่เดิมหรือภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องให้เหมาะสม และสำรวจ ตรวจสอบ ทบทวน เปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่มีอยู่เดิมกับภาพลักษณ์ในปัจจุบันให้สอดคล้องกับความเป็นจริงในปัจจุบัน และคงภาพลักษณ์เดิมที่ดีอยู่แล้วให้คงอยู่ต่อไปด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นมา

3. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลโดยนำภาพลักษณ์ที่ได้ทำการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และปรับปรุงแก้ไขเป็นไปตามแนวทางที่พึงประสงค์ มีความปรารถนาที่ต้องการให้มีหลักการทำงานที่อยู่บนพื้นฐานคุณภาพ ซึ่งเปรียบเสมือนการกำหนดเป้าหมายให้กับตนเอง/องค์กร โดยตระหนักและคำนึงถึงข้อเท็จจริงในการสร้างความรู้ความเข้าใจของผู้อื่นได้ คือการรู้จักประมาณตนและปัจจัยแวดล้อมให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ได้จริงและเกิดผลสัมฤทธิ์ของงาน

4. ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product/Service Image) ในตัวของสินค้า/บริการก็ล้วนแต่มีภาพลักษณ์ในตัวเองไม่ต่างกับบุคคลหรือองค์กร เพียงแต่มีลักษณะภาพลักษณ์ที่สัมผัสได้และเป็นรูปธรรมมากขึ้นจนเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรนั้นว่าผลิตสินค้า/บริการใดที่นำเสนอต่อสาธารณะชน และสามารถเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์องค์กรได้เช่นกัน

5. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นส่วนหนึ่งที่นำเสนอควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการ โดยเฉพาะการสร้างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้ได้จดจำว่าสินนี้ ยี่ห้อนี้ การสื่อสารด้วยถ้อยคำหรือวลีแบบนี้เป็นของสินค้า/บริการประเภทใด การออกแบบสัญลักษณ์ที่แตกต่างกันแม้กระทั่งการนำเสนอรูปแบบของตนเองออกมาว่ามีวิถีชีวิต การดำเนินชีวิต การใช้ชีวิตอย่างไรที่แสดงให้เห็นว่าเหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

6. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่ง ๆ ที่ดูภาพรวมหรือภาพกว้างขององค์กร และรวมเอาภาพลักษณ์ต่าง ๆ ข้างต้น เข้ามาไว้ในภาพลักษณ์องค์กร ไม่ว่าจะเป็นสินค้า/บริการ ตราสินค้า ความแตกต่างหลากหลาย ที่มาของบุคลากร พนักงาน การบริการจัดการ เป้าหมายขององค์กร เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์เฉพาะองค์กรหนึ่ง ๆ ออกมา

ประเภทของภาพลักษณ์ทั้ง 6 ประการนี้ เป็นการมองจากมุมมองของสังคม นับตั้งแต่ระดับบุคคล ระดับองค์กรที่รวมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าภาพลักษณ์ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแต่ระดับการทำงานในองค์กรเท่านั้น บุคคลทั่วไปก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเองได้ หรือไม่กระทั้งจนสินค้า/บริการ ตราสินค้า ก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ในขณะที่ภาพลักษณ์ที่เด่นชัดมากขึ้น

Kotler (2000, p.296) กล่าวถึง ภาพลักษณ์ในการบริบทของการตลาดไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นวิถีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทและภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการภายใต้การควบคุมของธุรกิจการได้แล้ว อาจจำกัดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดให้ชัดเจนโดยจำแนกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product Or Service) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตั้งธุรกิจ ซึ่งบริษัทหนึ่ง ๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาดดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิด ทุกตราที่ยี่ห้อที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2. ตราที่ยี่ห้อ (Brand) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเพื่อบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหลายยี่ห้อจะมาจกบริษัทเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราที่ยี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับกำหนัดตำแหน่งครองใจ (Positioning) ของสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ

3. สถาบันหรือองค์กร (Institutional) คือ ภาพที่เกิดขึ้น ในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือตัวบริการที่จำหน่าย ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพ ที่สะท้อนถึงการบริหาร และการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการบุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ



จากประเภทของภาพลักษณ์ดังกล่าวมาแล้วสรุปว่า ภาพลักษณ์สามารถแบ่งออก  
ได้ 4 ประเภท คือ

1. ภาพลักษณ์การบริการ คือ การสร้างภาพลักษณ์ในองค์กร ที่เน้นการดูแลบุคคล  
หรือสังคมในด้านความปลอดภัย ด้านเทคโนโลยี ให้แก่ผู้รับบริการเกิดความประทับใจมากที่สุด
2. ภาพลักษณ์ที่มีส่วนร่วม คือ การเน้นการเน้นการมีส่วนร่วม ในการสร้างความมั่นคง  
ในด้านต่าง ๆ เช่น ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคนในองค์กร ทุกคนเปรียบเหมือนกระจุกเงา  
ที่คอยสะท้อนภาพขององค์กรออกมา
3. ภาพลักษณ์องค์กร คือ ภาพที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของสถาบันหรือองค์กร  
ที่สะท้อนให้เห็นถึงการบริหารของผู้บริหารกับบุคลากร หรือประโยชน์ต่อสังคมอีกด้วย
4. ภาพลักษณ์ผู้รับบริการ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ความเชื่อมั่นต่อ  
ผู้รับบริการในเชิงบวกหรือเชิงลบที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของสินค้าหรือผู้บริการ

### ภาพลักษณ์โรงเรียน

การสร้างภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของโรงเรียนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์  
ต่อความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน ภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของโรงเรียนนั้น  
เกิดจากความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อโรงเรียน ทำให้เกิดเอกลักษณ์ของโรงเรียน ที่เป็นผลเกิดจาก  
การได้รับความเชื่อถือ ความศรัทธา การยอมรับ การเข้าใจและรับรู้ที่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ  
ผู้บริหารโรงเรียน คณะครู นักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชนมีต่อโรงเรียน

#### การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน

ภาพลักษณ์โรงเรียนหรือองค์การประเภทหนึ่ง มีลักษณะเป็นองค์การสาธารณะ  
และมีวัตถุประสงค์เพื่อการให้บริการแก่คนในสังคมให้ได้รับการศึกษา อย่างยุติธรรมมีคุณภาพ  
และทั่วถึง ฉะนั้นภาพลักษณ์ของโรงเรียนจึงมีลักษณะเดียวกับภาพลักษณ์ขององค์การ ภาพลักษณ์  
ของโรงเรียน จำแนกไว้ 4 ลักษณะ คือ โรงเรียนต้องมีความน่าเชื่อถือ ความศรัทธา การยอมรับ  
และการเข้าใจและรับรู้ ซึ่งคุณลักษณะอันเป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียนดังกล่าวข้างต้นอาจอธิบาย  
ได้ดังนี้

### 1. ความน่าเชื่อถือ

พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2530 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2530, น.372) ให้ความหมายของความเชื่อถือว่า หมายถึง การนับถือหรือการให้การยอมรับนับถือ

พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร (2537, น.125) กล่าวว่า องค์การที่สามารถอ้างซึ่งความน่าเชื่อถือต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ คือ เป็นองค์การที่มีมโนสุจริต (Integrity) เป็นองค์การที่มีความรู้ความสามารถ (Competency) และเป็นองค์การที่เปิดเผย (Openness)

วิระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2545, น.13) ได้แจ้งให้ทราบถึงลักษณะของโรงเรียนที่มีภาพลักษณ์เป็นที่น่าเชื่อถือไว้ดังนี้ คือ

1. บุคลากร ผู้บริหาร ครู และเจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ประพฤติดี และปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถ
2. โรงเรียนต้องมีชื่อเสียงด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้านรวมกัน เช่น ด้านวิชาการ ด้านกีฬา ด้านดนตรี หรือด้านอื่น ๆ อันเป็นที่ยอมรับของสังคม
3. โรงเรียนมีอาคารสถานที่ที่มั่นคงแข็งแรง สะอาด ร่มรื่น และตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี
4. โรงเรียนต้องมีโครงการเพื่อกิจกรรมที่ผู้ปกครองและชุมชนมีส่วนร่วม

ศศิรินทร์ โพธิ์ธูชา (2556, น.41) ได้กล่าวว่า สามารถประเมินความเชื่อถือศึกษาจากผู้ปกครองมีความไว้วางใจต่อบุตรหลานเข้ามาศึกษาในโรงเรียนขนาดเล็ก ผลการจัดการศึกษาสามารถส่งเสริมนักเรียนให้เห็นคุณค่า เคารพศักดิ์ศรีของตนและผู้อื่น มีคุณธรรมนำชีวิต มีความรู้เข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร เท่าทันเหตุการณ์ปัจจุบัน มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม ประเทศชาติ ใส่ใจต่อการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม

สิทธิกร บุตรสนม (2556, น.41) ได้กล่าวว่า ความเชื่อถือเป็นความเชื่อในตัวบุคลากรว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถในด้านวิชาการ ตลอดจนสามารถปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถมีผลงานทางด้านวิชาการที่น่าเชื่อถือ ได้รับความไว้วางใจจากผู้ปกครองนักเรียน และมีอาคารสถานที่เหมาะสมในการจัดการเรียนการสอนตามวัยของนักเรียน และเหมาะสมกับจำนวนนักเรียน

นภัสสร พวงเกษ (2558, น.28) ได้กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือสามารถทำให้บุคคลทั้งภายในและภายนอกรับรู้ถึงคุณภาพผู้เรียน เป็นโรงเรียนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ เป็นองค์การที่มีความมั่นคงและมีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของสังคม

Fishbein M. (1967, pp.258-260) ได้กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ (Belief) เป็นเรื่องความคิดเห็น ความคิดว่าน่าจะเป็นไปได้ ความเชื่อทางจิตวิทยา หมายถึง ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจอธิบายได้ด้วยความสัมพันธ์กับสิ่งที่เชื่อกับสิ่งอื่น ๆ คุณค่าอื่น ๆ ความคิดเห็นหรือเป้าหมาย

อื่น ๆ กล่าวคือ ความเชื่อโดยตัวของมันเองแล้ว เป็นจุดแห่งการลงความเห็นของแต่ละบุคคลในเรื่องของความน่าจะเป็น

Hershey P. & Berchard K. H. (1977, pp.40-41) กล่าวเกี่ยวกับความไว้วางใจไว้ว่าการอยู่ร่วมกับผู้อื่นต้องมีความไว้วางใจเป็นพื้นฐาน หรือต้องอยู่บนพื้นฐานความไว้วางใจ การเริ่มต้นเข้าใจผู้อื่นที่ดีนั้น เราจะต้องสามารถที่จะไว้วางใจผู้อื่นนับตั้งแต่พบบุคคลนั้น ๆ จนกว่าจะมีเหตุการณ์ให้เชื่อได้ว่าเป็นอย่างอื่น คนเรามักจะแสดงตัวตนให้ปรากฏตามที่เป็นเป็นจริงเฉพาะสถานการณ์ที่รู้สึกว่าได้รับการยอมรับและเวลาที่มีความต้องการ

สรุปได้ว่า ความน่าเชื่อถือของโรงเรียนสามารถทำให้บุคคลทั้งภายในและภายนอกรับรู้ถึงคุณภาพของโรงเรียน เป็นโรงเรียนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ เป็นองค์การที่มีความมั่นคงและมีบทบาทหน้าที่ในการบริการและตอบสนองความต้องการของสังคม

## 2. การยอมรับ

เป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งของภาพลักษณ์เพราะภาพลักษณ์มีความเด่นชัดเป็นที่ต้องการของบุคคลได้ ย่อมได้รับการยอมรับ ซึ่งตามพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2530 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2530, น.392) ได้ให้ความหมายของการยอมรับว่าเป็นการตกลงหรือการเห็นด้วย โดยกระบวนการที่ทำให้เกิดการยอมรับได้ต้องประกอบด้วย การรู้จัก (Awareness) สิ่งนั้นมีความรู้สึกที่น่าสนใจ (Interest) และเมื่อนำไปปฏิบัติหรือทดลอง (Trial) แล้วประเมินได้ว่า (Evaluation) มีคุณค่า

วิระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2545, น.13) ได้กล่าวถึง การยอมรับในลักษณะที่เป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียน ควรประกอบด้วยความรู้สึกของผู้ปกครองต่อโรงเรียนในลักษณะดังต่อไปนี้

1. ผู้ปกครองมีความนิยมในการส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาในโรงเรียน
2. บุคลากร เช่น ผู้บริหารและครูมีความเป็นผู้นำและเป็นแบบอย่างให้แก่นักเรียน
3. โรงเรียนมีโครงการที่ได้รับความร่วมมือจากชุมชนและผู้ปกครองนักเรียน

การยอมรับศึกษาจากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เช่น การประสบความสำเร็จในการร่วมกิจกรรมกับสถาบันศึกษาอื่น ๆ และคุณภาพของนักเรียนที่จบการศึกษา หมายถึง นักเรียนที่สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียน สามารถศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ที่สูงขึ้น และนักเรียนในโรงเรียนเป็นสมาชิกที่ดีในชุมชน และเป็นแบบอย่างที่ดีของเยาวชนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

ปัญญา วันตา (2555, น.34 ) ได้กล่าวว่า การยอมรับศึกษาจากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เช่น การประสบความสำเร็จในการเข้าร่วมกิจกรรมสถาบันการศึกษาอื่น ๆ และคุณภาพของนักเรียนที่จบการศึกษา

สรุปได้ว่าการยอมรับเป็นภาพลักษณ์ที่แสดงถึงโรงเรียนที่มีความนิยม และบุคลากรของโรงเรียนมีความน่าเชื่อถือต่อผู้ปกครองและชุมชน

### 3. ความศรัทธา

ความศรัทธา เป็นรูปแบบของพฤติกรรมบุคคลที่มีความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2530 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2530, น.109) ได้อธิบายถึงความหมายของคำว่า “ศรัทธา” หมายถึง ความเชื่อ ความเลื่อมใสต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนยึดเป็นแนวคิด เป็นวิถีชีวิต และเป็นรูปแบบของพฤติกรรมในการแสดงออก ความศรัทธาเป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงความจงรักภักดี ความเพียรพยายามในการกระทำให้เกิดความสำเร็จ

วิระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2545, น.13) ได้แสดงถึงความเห็นเกี่ยวกับลักษณะความศรัทธาของผู้ปกครองต่อโรงเรียนในลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีความภาคภูมิใจต่อความสำเร็จของบุตรหลานที่ได้ศึกษาในโรงเรียน
2. มีความประทับใจเกี่ยวกับการดำเนินงานต่าง ๆ ของโรงเรียน

บัวไข ใจงาม (2549, น.6) ได้กล่าวว่า ความศรัทธาเป็นความเลื่อมใส ความเคารพนับถือในตัวผู้สอนซึ่งเป็นผู้รอบรู้ มีความสามารถได้รับเกียรติจากบุคคลทั่วไป ได้รับความไว้วางใจในการจัดกิจกรรมในการเรียนการสอน ความศรัทธาศึกษาจากการได้รับเกียรติ ครูและนักเรียน โรงเรียนได้รับความเชื่อถือ การยอมรับ และได้รับเกียรติจากวงการศึกษาระดับหน่วยงานราชการอื่น ๆ เท่าเทียบกับสถานศึกษาอื่น ๆ ความภาคภูมิใจและความประทับใจที่ครู นักเรียน และผู้ปกครองมีต่อโรงเรียน

ศศิรินทร์ โพธิ์รุชา (2556, น.42) ได้กล่าวว่า โรงเรียนสามารถประเมินความศรัทธาศึกษาจากการได้รับเกียรติ ครู และนักเรียนในโรงเรียนได้รับความเชื่อถือ การยอมรับ และได้เกียรติจากวงการศึกษาระดับหน่วยงานราชการอื่น ๆ ความภาคภูมิใจและความประทับใจที่ครู นักเรียน และผู้ปกครอง

สิทธิกร บุตรสนม (2556, น.43) ได้กล่าวว่า ความศรัทธาเป็นการที่โรงเรียนได้รับเกียรติจากบุคคลทั่วไป ทั้งจากหน่วยงานของรัฐ เอกชน หรือการที่ผู้ปกครองเกิดความประทับใจและความภาคภูมิใจในความสำเร็จของโรงเรียน

นภัสสร พวงเกษ (2558, น.29) ได้กล่าวว่า ความศรัทธาเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความจงรักภักดี ความเพียรพยายามกระทำให้สำเร็จ

สรุป ความศรัทธาเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความรักความหวงแหน และความจงรักภักดี บรรณานาในสิ่งนั้นเกิดความเจริญพัฒนาอย่างต่อเนื่องที่สามารถยึดถือเป็นที่พึ่งได้

#### 4. การเข้าใจและรับรู้

การรับรู้และเข้าใจการเข้าใจและรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใด ๆ จะขึ้นอยู่กับ การเข้าใจและการรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตน และความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้น ๆ ดังนั้นการเข้าใจและเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับ การเข้าใจและการรับรู้ต่อสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการเข้าใจและการรับรู้ ประกอบด้วยประสาทสัมผัสและปัจจัยทางจิตคือ ความรู้เดิม ความต้องการและเจตคติ เป็นต้น การเข้าใจและรับรู้ประกอบด้วยกระบวนการ 3 ด้านคือ การรับสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์โดยหลักการ คือ

1. การรับรู้จะพัฒนาตามวัยและความสามารถที่จะรับรู้สิ่งภายนอกอย่างถูกต้องและเหมาะสม
2. การรับรู้ โดยการเห็นจะก่อให้เกิดความเข้าใจดีกว่าการได้ยินและประสาทสัมผัสอื่น ดังนั้นการเข้าใจและเรียนรู้โดยผ่านประสาทสัมผัสได้มากจะก่อให้เกิดความเข้าใจที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. ลักษณะและวิธีการเข้าใจและรับรู้ของแต่ละคนจะแตกต่างกันตามพื้นฐานของบุคลิกภาพและจะแสดงออกตามที่ได้รับรู้และทัศนคติของเขา
4. การเข้าใจและรับรู้ผู้เรียนทั้งในด้านเป็นลักษณะและสภาพแวดล้อมจะเป็นผลดีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์องค์กร ทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาที่มีความเชื่อว่าคนเรามีการเข้าใจและรับรู้ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะส่งผลถึงความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ การเข้าใจและรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทัศนคติและความคาดหวังของผู้สื่อสาร การเข้าใจและรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสารเข้าด้วยกันและตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

โดยทั่วไปการเข้าใจและรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้หมด แต่จะเลือกเข้าใจและรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทุกคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจใช้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการเข้าใจและรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรองบางอย่าง คือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจเรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินดีในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
2. ประสบการณ์เดิมคนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกัน และคบสมาคมกับคนต่างกัน

3. กรอบอ้างอิงซึ่งเกิดจากการสังสม อบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนที่มาจากต่างครอบครัว สถานภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาต่างกันจึงมีการรับรู้ในเรื่องต่าง ๆ กัน
4. สิ่งแวดล้อมคนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ที่เปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารที่ได้รับต่างกัน
5. สภาพจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ตัวอย่างเช่น เรามักมองปัญหาของตนเองเป็นปัญหาใหญ่ เป็นต้น

กระบวนการรับรู้ซึ่งบุคคลได้รับจากสิ่งรอบตัวแล้วส่งผ่านไปยังสมองและเกิดการตีความหมายของความรู้สึกสัมผัสที่ได้รับจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งและแปลความหมายเป็นเข้าใจในสถานที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้พื้นฐานและประสบการณ์เดิมของบุคคลนั้นตลอดจนสังคม ความเชื่อ เจตคติ ความคาดหวังและสภาพจิตใจของแต่ละบุคคล ต่างกันออกไปจึงมีผลทำให้การรับรู้และตีความหมายแตกต่างกันออกไป นอกจากนั้นแสงและสีก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์ด้วย ซึ่งการรับรู้ที่นักออกแบบต้องศึกษาสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

1. การรับรู้ภาพด้วยการรู้สึก เป็นส่วนหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นจากการที่มีสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราที่ได้เข้ามากระทบตัวเราจนเกิดเป็นการรับรู้ได้โดยปราศจากการวิเคราะห์ข้อมูลเนื่องจากมนุษย์เราสามารถรับรู้ได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การได้สัมผัส และการได้รส ส่งผ่านไปยังสมองและเกิดเป็นการรับรู้ด้วยการรู้สึกถึงสิ่งต่าง ๆ ซึ่งการรับรู้ด้วยการรู้สึกเช่นนี้ไม่จำเป็นที่จะต้องอาศัยความรู้และการเข้าใจในการตีความหมายก็ยังสามารถรับรู้และเข้าใจได้
2. การรับรู้และเข้าใจภาพ หมายถึง การมองเห็นและรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นอยู่ทุกวันในชีวิตประจำวันของเราด้วยความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งต่าง ๆ การรับรู้และส่วนหนึ่งของการเรียนรู้สิ่งใหม่ถ้าสามารถจดจำสิ่งนั้นได้จะช่วยให้การเรียนรู้สิ่งใหม่และช่วยให้การเรียนรู้ก้าวหน้าเพิ่มเติมขึ้น เมื่อเราเข้าใจและสามารถรับรู้ได้ด้วยการรู้สึกได้จะช่วยให้เราสามารถเลือกใช้เพื่อสื่อความหมายได้ดียิ่งขึ้น

สรุปการรับรู้และเข้าใจ คือ การตีหรือแปลความหมายข้อมูลจากการสัมผัสทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจว่าสิ่งที่ได้มาสัมผัสนั้นคืออะไร เป็นอย่างไรในการตีความ หรือแปลความหมายนี้ต้องอาศัยการจัดหมวดหมู่ของสิ่งเร้าประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ผ่านมาอารมณ์และแรงจูงใจการจัดหมวดหมู่ของสิ่งเร้ามีหลายลักษณะเช่น การจัดโดยอาศัยความคล้ายคลึงอาศัยความต่อเนื่องการจัดหมวดหมู่ของสิ่งเหล่านี้ช่วยให้เราแปลความหมายการเข้าใจและรับรู้ได้ถูกต้องและรวดเร็วขึ้น

สรุปภาพลักษณ์โรงเรียนเป็นการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือนำมากำหนดเป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียนซึ่งต้องกำหนดทิศทางให้ชัดเจนถึงเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์โรงเรียน ผู้บริหารโรงเรียนจึงจำเป็นต้องมีบทบาทสำคัญที่สุดในการกำหนดแนวทางการรู้จักตนเองว่าเป็นโรงเรียนที่มีภาพลักษณ์เป็นอย่างไรและภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นคืออะไร

จุดเน้นต้องรู้ว่าโรงเรียนกำลังทำอะไรอยู่ มีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน มีการสร้างสรรค์งาน โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ความคงเส้นคงวาคความสม่ำเสมอ ในการสร้างภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ในสิ่งที่กระทำได้จริงหรือการปรับความเข้าใจกับข่าวลือให้ ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ยอมรับ ศรัทธา เข้าใจและรับรู้ที่ดีแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนา ภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นต่อไปพร้อมทั้งส่งผลต่อการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ

### ขั้นตอนในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน

การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ต้องดำเนินงานโรงเรียนหลายขั้นตอนโดย

บัญญัติ คำณูณวัฒน์ (2532, น.34-35) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ได้แก่ หน่วยงาน องค์การ สถาบัน นักประชาสัมพันธ์ และผู้ที่เกี่ยวข้องด้านประชาสัมพันธ์ ยึดหลักดังนี้

1. ค้นหาจุดบกพร่อง หรือจุดอ่อน แห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน เป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาช่องทางและการวางแผนดำเนินงานต่อไป การค้นคว้าทำได้โดยการ รวบรวมทัศนคติ ท่าทีและความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมาย

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ หรือสถาบันต้องการที่จะให้เกิดในใจ ของประชาชน เพื่อนำมาใช้ประกอบการดำเนินงานต่อไป

3. กำหนดหัวข้อต่าง ๆ เพื่อในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน อาจเป็นคำขวัญ หรือข้อความสั้น ๆ ที่กินความหมายและชวนให้จดจำง่าย

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วยในการดำเนินงาน สร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

จิราภรณ์ สีขาว (อ้างถึงใน เกษศิริรินทร์ มั่งมี, 2556 น.44) กล่าวถึง ขั้นตอน ในการสร้างภาพลักษณ์ ควรดำเนินการ ดังนี้

1. สร้างความรู้สึกให้ประชาชนยอมรับ และเห็นด้วยจะเป็นผลให้โรงเรียนเป็นที่เชื่อถือ  
2. ปรับปรุงโรงเรียนทั้งหมด ด้านการบริหาร การจัดการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรม ต่าง ๆ

3. กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางและหลักชัยในการทำงาน

4. นำโรงเรียนเข้าไปเกี่ยวข้องกับชุมชนและท้องถิ่นมากขึ้น

5. สร้างโรงเรียนให้มีชื่อเสียง เช่น การส่งโรงเรียนเข้าประกวด การส่งครูและนักเรียนไป แข่งขันความรู้และทักษะต่าง ๆ

6. เน้นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีประสิทธิภาพ

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (อ้างถึงใน เกษศิริรินทร์ มั่งมี, 2556 น.38) กล่าวถึงขั้นตอนในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ควรดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนตามการรับรู้ของบุคลากร นักเรียน และผู้ปกครองชุมชน และสังคมทั่วไปโดยการวิเคราะห์ วิจัย หรือสำรวจความคิดเห็น
2. สร้างความตระหนักแก่บุคลากรให้เห็นความสำคัญของภาพลักษณ์โรงเรียน
3. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อหาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดี
4. กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย นโยบายและแผนการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาโรงเรียนให้มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับ เชื่อถือและศรัทธาจากประชาชน
5. ในการประชาสัมพันธ์ เป็นมาตรการสำคัญในการสร้างความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของโรงเรียน ควบคู่ไปกับการบริหารและจัดการศึกษาโดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศ
6. มีการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานสม่ำเสมอและนำผลการประเมินไปปรับปรุงการทำงาน
7. ทำการพัฒนาโรงเรียนให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน นอกจากการทำงานจริงและการประชาสัมพันธ์แล้ว ต้องให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมมากที่สุดไม่ว่าในทางใดทางหนึ่ง

ศุภวัฒน์ คุณณานูวัฒน์ (อ้างถึงใน เกษศิริรินทร์ มั่งมี, 2556 น.45) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงเรียน ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การประกาศ (Announcement) เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมใด ๆ ของโรงเรียนให้บุคคลภายนอกทราบว่ามีข่าวสารหรือกิจกรรมใดบ้าง เป็นการสร้างการรับรู้ให้เกิดความชื่นชมในความก้าวหน้าของโรงเรียน
2. การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เพื่อคนภายนอกทราบแล้วจะเกิดความเลื่อมใสและน่าเชื่อถือ
3. การจูงใจ (Persuasion) เช่น จูงใจให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมัน ประหยัดไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นหน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์ ความเป็นผู้ใส่ใจในทรัพยากรของประเทศไทยของโรงเรียน
4. การสร้างการยอมรับสิ่งใหม่ (Create Receptivity) เพราะมนุษย์กลัวการเปลี่ยนแปลง เพราะที่มันเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นแนวความคิดใหม่ จึงต้องจูงใจให้คนยอมรับเพื่อการสร้างสรรค์และยอมรับสิ่งใหม่
5. การสร้างความคาดหวัง (Create Expectation) การสร้างให้คนมีความหวังในสิ่งใดจะต้องทำให้เขามีความพร้อมแห่งสภาวะทางอารมณ์ที่พร้อมให้การปฏิบัติก่อน



6. เสริมความน่าเชื่อถือ (Increase Credibility) เหมาะกับกิจกรรมที่ใช้โฆษณาเป็นตัวสร้างการรับรู้กว้างขวางแต่ในสื่อโฆษณาไม่อาจทำให้น่าเชื่อถือได้อย่างเต็มที่ จึงต้องใช้การประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยในรูปแบบของบทความโดยใช้วิธีการให้สัมภาษณ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ การแจกเอกสารต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นกว่าข้อความในโฆษณา

7. ให้การศึกษา (Education) สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในโลกนี้ จำเป็นต้องใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อบอกให้ทราบว่าอะไรเป็นอะไร เป็นการให้การศึกษาแก่สาธารณชน

8. สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า (Value Added) คือ การทำให้สิ่งค้ำมีคุณค่าเพิ่มขึ้นใช้แล้วเกิดความรู้สึกภูมิใจ

9. การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Create Image) เป็นการเผยแพร่สิ่งที่ดีงามของโรงเรียนและเรื่องราวกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นออกไปให้ประชาชนรับรู้ และเกิดความรู้สึกที่ดี การประชาสัมพันธ์จะทำให้ทราบว่าโรงเรียนนั้น ๆ มีภาพลักษณ์อย่างไร และคนอื่นคิดว่าโรงเรียนมีภาพลักษณ์อย่างที่ดีหรือไม่

10. การแก้ไขทัศนคติเชิงลบ (Reverse Negative Attitudes) เมื่อมีความเข้าใจผิดใด ๆ เกิดขึ้นกับสาธารณชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องเอาใจใส่ดูแลและแก้ไขเรื่องนั้น ๆ โดยทันที เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกในเชิงลบฝังใจระยะยาวและจะต้องหาทางสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นทดแทนให้ได้ เพื่อให้ผลดีในระยะยาว

11. สร้างความปรารถนาดี (Good Will) การจะสร้างความปรารถนาดีให้เกิดขึ้นต้องทำให้ประชาชนรับรู้ว่าเป็นโรงเรียนนั้นดำเนินกิจกรรมด้วยความเอาใจใส่ต่อสังคมมาตลอดไม่เอาเปรียบสังคม

12. สร้างความภักดี (Create Loyalty) เมื่อสาธารณชนรักโรงเรียน ชื่นชมในโรงเรียน มองโรงเรียนในแง่ดีก็จะทำให้เกิดความประทับใจและมีทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียน

13. เปลี่ยนรูปแบบของความคิด (Divert Pattern of Thoughts) บางครั้งสาธารณชนอาจจะไม่ชื่นชมโรงเรียนเพราะมีความคิดบางอย่างที่ไม่สอดคล้องกับโรงเรียน โรงเรียนจึงต้องมีหน้าที่ในการเปลี่ยนรูปแบบความคิดของผู้บริโภค เปลี่ยนแนวทางการมอง

14. สร้างบรรยากาศในการทำงานให้เป็นเชิงบวก (Create Favorable Working Environment) ถ้าการดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีปัญหา หรืออุปสรรคทั้งภายในและภายนอกที่ก่อให้เกิดความเครียดในหมู่พนักงานจะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของคุณภาพดีขึ้น

15. สร้างความเข้าใจ (Create Understanding) บางครั้งโรงเรียนดำเนินการลงไปคนภายนอกเกิดความไม่เข้าใจ ความสงสัยหรือไม่แน่ใจจึงเป็นหน้าที่ของโรงเรียนที่จะต้องสร้างความเข้าใจให้กับบุคคลภายนอกด้วยการให้ข้อมูล ให้คำอธิบายเบื้องต้น เบื้องหลัง เงื่อนไขต่าง ๆ ที่ทำให้สาธารณชนยอมรับการกระทำต่าง ๆ ของโรงเรียน

16. รักษาสัมพันธ์ภาพให้มั่นคงและยืนยาว (Build and Retain Relationship) นอกจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแล้ว โรงเรียนจะต้องรักษาสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชนภายนอกและบุคลากรภายในไว้ให้มั่นคง และยืนยาวต่อไปด้วยเพื่อสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

องค์ประกอบภาพลักษณ์ โรงเรียนขยายโอกาสทาง การศึกษา	นางนันทิยา ชัยชนะเลิศ (2552)	นายโดม แผนสมบุรณ์ (2551)	นางนงพร มณีรัตน์(2556)	อาณัติ เอี่ยมพิพัฒน์ (2553)	อติชา ธีรธาดา (2559)	เสงี่ยมจิต แก่นจำปา (2552)	สิริญา โกะษะ (2558)	น.ส.สุภาวรัตน์ ม่วงศิริ (2547)	ตราจิตต์ เมืองคล้าย (2556)	เสาวภาคย์ ฉาย (2559)	พิมพ์ชนก ไทยทองอุ่น. (2558)	ปัทมา พนาภิรักษ์. (2559)	ศุภาพิชญ์ ปังกระโทก (2559)	พัชรี สุนทรเพียร(2559)	ฉัฐธยานัน พัทธชัยวัฒน์ (2551)	เกษศิริรินทร์ มั่งมี. 2556).	วิศรุต เหล่ามาลา (2561)	อสิริภัทร อยู่ปุ๋ย (2560)	วิชาญ เกตุเพชร (2556)	ความถี่
1. โรงเรียนมีความพร้อมใน การจัดการเรียนรู้แก่นักเรียน ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						✓	✓		7	
2. โรงเรียนได้รับการ สนับสนุนจากหน่วยงานต้น สังกัดและหน่วยงานจาก ภายนอก	✓		✓	✓	✓			✓	✓									✓	✓	7
3. โรงเรียนสร้างความเชื่อมั่น ให้แก่ผู้ปกครองและชุมชนว่า สามารถพัฒนานักเรียนให้มี คุณภาพ			✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓	✓	9
4. โรงเรียนส่งเสริม สนับสนุน ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมใน การจัดการศึกษา			✓	✓	✓					✓	✓	✓	✓				✓	✓		8
5. โรงเรียนส่งเสริม สนับสนุน ให้มีกิจกรรมทางวิชาการและ วิชาชีพที่เหมาะสมแก่นักเรียน	✓	✓			✓	✓				✓					✓		✓	✓		8

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ โรงเรียนขยายโอกาสทาง การศึกษา	นางนันทิยา ชัยชนะเลิศ (2552)	นายโตมร แสนสมบูรณ์ (2551)	นางนงพร มณีรัตน์(2556)	อาณัติ เอี่ยมพิพัฒน์ (2553)	อติชา ธีรลาภ (2559)	เสงี่ยมจิต แกนจำปา (2552)	สิริญา โกษะ (2558)	น.ส.สุภาวรัตน์ ม่วงศิริ (2547)	ตราจิตต์ เมืองคล้าย (2556)	เสาวภาคย์ ถวาย (2559)	พิมชนก ไทยทองอุ่น. (2558)	ปัทมา พนารักษ์. (2559)	ศภาพิชญ์ ปังกระโทก (2559)	พัชรี สุรินทร์เพียร(2559)	ฉัฐยานันท์ พัชรชัยวัฒน์ (2551)	เกษศิริรินทร์ มั่งมี. 2556).	วิศรุต เทลามาลา (2561)	อัสริภัทร อยู่ปุ๋ย (2560)	วิชาญ เกตุเพชร (2556)	ความถี่
6. โรงเรียนนำข้อมูล สารสนเทศจากการ วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และจุดที่ควรพัฒนา มาปรับปรุงพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง			✓								✓	✓		✓						5
7. ผู้บริหารมีพฤติกรรมยิ้ม แย้ม แจ่มใส กระตือรือร้น อ่อนน้อมถ่อมตน และแสดง ถึงความมีเมตตาจิต	✓	✓	✓		✓		✓		✓	✓										7
8. ผู้บริหารสามารถโน้มน้าว ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วน ร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน			✓	✓					✓	✓	✓							✓	✓	7
9. ผู้บริหารพัฒนาตนเอง อย่างสม่ำเสมอ			✓	✓		✓			✓	✓									✓	6
10. ผู้บริหารส่งเสริม สนับสนุน ครูและบุคลากร ในโรงเรียนให้พัฒนาตนเอง อย่างหลากหลาย เพื่อให้ เกิดความก้าวหน้าในวิชาชีพ	✓	✓			✓		✓		✓	✓								✓		7



## ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ โรงเรียนขยายโอกาสทาง การศึกษา	นางนันทิยา ชัยชนะเลิศ (2552)	นายโดม แสนสมบูรณ์ (2551)	นางนภาพร มณีรัตน์ (2556)	อาณัติ เอี่ยมพิพัฒน์ (2553)	อลิษา ธีรลาลา (2559)	เสงี่ยมจิต แก่นจำปา (2552)	สิริญา โภษะ (2558)	น.ส.สุภารัตน์ ม่วงศิริ (2547)	ตราจิตต์ เมืองคล้าย (2556)	เสาวภาคย์ ถวาย (2559)	พิมพ์ชนก ไทยทองอ่อน. (2558)	ปัทมา พนาภิรักษ์. (2559)	ศุภาพิชญ์ ปังกระโทก (2559)	พัชรี สุนทรเพียร (2559)	ฉัฐชยานัน พัทธชัยวัฒน์ (2551)	เกษศิริพันธ์ มิ่งมี (2556).	วิศรุต เหล่ามาลา (2561)	สิริกัทร อยู่ปุย (2560)	วิชาญ เกตุเพชร (2556)	ความดี
17. ครูมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับ ชุมชน	✓	✓	✓				✓		✓	✓	✓							✓		8
18. ครูมีผลงานที่ได้รับการ ยกย่อง เชิดชูเกียรติจาก หน่วยงานต้นสังกัดและ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง				✓	✓										✓		✓			4
19. นักเรียนมีกิริยามารยาท พูดจาสุภาพเรียบร้อย มีสุขภาพกายและสุขภาพจิต ที่ดี		✓		✓	✓				✓	✓	✓		✓	✓		✓				7
20. นักเรียนมีความมุ่งมั่นใน การทำงาน																				
21. นักเรียนไม่เสพ สิ่งเสพติด		✓	✓	✓															✓	4
22. นักเรียนมีจิตอาสา ระเบียบวินัย คิด วิเคราะห์ แยกแยะแก้ปัญหาอย่าง รอบคอบ		✓	✓	✓					✓	✓	✓		✓	✓			✓	✓		9
23. นักเรียนมีการอนุรักษ์ วัฒนธรรมไทย		✓	✓						✓		✓		✓	✓						5
24. นักเรียนมีทักษะวิชาชีพ				✓					✓									✓	✓	4

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ โรงเรียนขยายโอกาสทาง การศึกษา	นางนันทิยา ชัยชนะเลิศ (2552) นายโตมร แผนสมบูรณ์ (2551) นางนภาพร มณีรัตน์ (2556) อาณัติ เอี่ยมพิพัฒน์ (2553) อลิษา ธีรลลภ (2559) เสงี่ยมจิต แก่นจำปา (2552) สิริญา โภษะ (2558) น.ส.สุภารัตน์ ม่วงศิริ (2547) ตราจิตต์ เมื่องคล้าย (2556) เสาวภาคย์ ถวาย (2559) พิมพ์ชนก ไทยทองอุ่น. (2558) ปัทมา พนาภิรักษ์. (2559) ศุภาพิชญ์ ปังกระโทก (2559) พัชรี สุนทรเพียร (2559) ฉัฐยานัน พ็ชรชัยวัฒน์ (2551) เกษศิริรินทร์ มิ่งมี (2556). วิศรุต เหล่ามาลา (2561) สิริภัทร อยู่บุญ (2560) วิชาญ เกตุเพชร (2556) ความดี	
25. นักเรียนได้รับรางวัล จากการแข่งขันกิจกรรมทาง วิชาการ เช่น การแข่งขัน กีฬา งานศิลปหัตถกรรม เป็นต้น	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	7
26. โรงเรียนมีบรรยากาศ ภายในที่สะอาด ร่มรื่น สวยงาม	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	8
27. โรงเรียนมีบริเวณ ภายนอกโดยรอบที่ ปลอดภัยจากอบายมุข	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	8
28. โรงเรียนมีอาคารเรียน และอาคารประกอบที่ เพียงพอและปลอดภัย	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	10
29. โรงเรียนมีแหล่งเรียนรู้ ภายในและภายนอกที่ นำมาใช้ในการจัดการศึกษา	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	7
30. โรงเรียนมีระบบ สาธารณูปโภคที่เพียงพอ และทันสมัย	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	7

## หลักการและแนวคิดการวิเคราะห์องค์ประกอบ

### การวิเคราะห์องค์ประกอบ

บุญชม ศรีสะอาด (2535, น.178-179) ได้กล่าวเกี่ยวกับแนวคิด ลักษณะของการวิจัยที่ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ผลการวัด โดยใช้เครื่องมือหรือเทคนิคหลายชุดหรือหลายด้าน (อาจใช้แบบทดสอบ แบบวัด แบบสำรวจ ฯลฯ อาจใช้ชุดเดียวแต่มีการแยกวัดเป็นหลายด้านหรือหลายชุดก็ได้) ผลการวิเคราะห์ประกอบพร้อมกันหรือไม่ มีกี่องค์ประกอบ เครื่องมือหรือเทคนิคเหล่านั้น วัดแต่ละองค์ประกอบมากน้อยเพียงใด ผู้วิจัยจะพิจารณาผลการวิเคราะห์แล้วใช้หลักเหตุผลระบุ (หรือกำหนดชื่อ) องค์ประกอบที่วัดนั้น ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบจะปรากฏค่าต่าง ๆ ที่สำคัญคือค่า Communalities เป็นค่าความแปรปรวนที่แต่ละด้านแบ่งให้กับแต่ละองค์ประกอบ เป็นส่วนที่ชี้ถึงว่าแต่ละด้านวัดองค์ประกอบนั้นร่วมกับตัวแปรอื่นมากน้อยเพียงใด ค่า Eigen Value เป็นผลรวมกำลังสองของสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบรวมในแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 1 จึงจะเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ๆ ที่แท้จริง Factor Loading เป็นค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่แต่ละด้านวัดในองค์ประกอบนั้นผู้วิจัยอาจจะต้องการทราบ ว่า เครื่องมือหรือเทคนิคที่ใช้วัดพฤติกรรมนั้น วัดอะไรร่วมกันบ้าง (มีองค์ประกอบอะไรบ้าง) หรือผู้วิจัยสร้างเครื่องมือวัดตามทฤษฎีหรือแนวคิดอย่างหนึ่งต้องการทราบ ว่า เมื่อนำไปใช้วัดจริงจะปรากฏผลตรงตามทฤษฎีหรือแนวคิดนั้นหรือไม่ก็สามารถทำได้โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ

บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์ (2541) ได้กล่าวถึง การวิเคราะห์องค์ประกอบไว้ว่า การวิเคราะห์ส่วนประกอบสำคัญ หรือการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) เป็นเทคนิคทางสถิติชนิดหนึ่งที่ใช้วิเคราะห์ตัวแปรเขตเดียวกันเพียงเขตเดียว และค้นหาว่า ตัวแปรเหล่านั้นจะเกาะกลุ่มเป็นเขตย่อย ๆ อะไรบ้าง โดยที่แต่ละเขตย่อยต้องมีความ อิสระกัน ส่วนตัวแปรภายในเขตย่อยนั้นต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันสูง เรียกว่า “องค์ประกอบ” การวิเคราะห์องค์ประกอบมีวัตถุประสงค์ในการใช้ดังนี้

1. เพื่อสรุปประสม (Pattern) ของสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่วัดได้ (Observed Variables) ว่าเป็นอย่างไร
2. เพื่อลดตัวแปรที่วัดได้จำนวนหลาย ๆ ตัวแปรให้น้อยลง เป็นจำนวนองค์ประกอบ
3. เพื่อสร้างนิยามปฏิบัติการหรือสมการถดถอยจากตัวแปรที่วัดได้
4. เพื่อทดสอบทฤษฎีว่ามีโครงสร้างหรือองค์ประกอบเช่นนั้นหรือไม่

นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542, น.128) กล่าวถึง แนวคิดการวิเคราะห์องค์ประกอบ คือ ตัวแปรปรวนในตัวแปรสังเกตได้ เป็นผลมาจากองค์ประกอบร่วม (Common Factor : F) และองค์ประกอบเฉพาะ (Unique Factor : U) ซึ่งเป็นองค์ประกอบเฉพาะยังประกอบด้วยความแปรปรวนเนื่องจากลักษณะเฉพาะของตัวแปร (p) และ ความคลาดเคลื่อนในการวัด (e) ( $U=p+e$ ) การที่ตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันเนื่องจากมีองค์ประกอบร่วมเป็นตัวเดียวกัน

ส.วาสนา ประवालพฤษ์ (ม.ป.ป., น.8-12) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์องค์ประกอบยึดหลักที่ว่าตัวแปรหรือข้อมูลต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันนั้น เนื่องมาจากตัวแปร เหล่านี้มีองค์ประกอบ (common factor) ร่วมกัน สังเกตได้จากการจับกลุ่มของตัวแปร หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนั้นสามารถใช้องค์ประกอบร่วมแทน ตัวแปรกลุ่มนั้นได้ เป็นการลดจำนวนข้อมูลให้น้อยลง การจับกลุ่มของตัวแปรซึ่งเกิดจาก ความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปร ทำให้ทราบถึงโครงสร้างและแบบแผนของข้อมูล ทำให้ทราบองค์ประกอบร่วมของตัวแปรได้ และสามารถหาน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ของตัวแปรแต่ละตัวได้ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบนั้น อันแสดงถึงขนาด (magnitude) ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบ ดังนั้น การวิเคราะห์องค์ประกอบจึงเป็นวิธีการทางสถิติที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอชุดของตัวแปรหลายๆ ตัว ใน รูปของตัวแปรมิติ (factor) ที่มีจำนวนน้อยลง

กัลยา วานิชย์บัญชา (2551, น.2) กล่าวว่า เป็นการวิเคราะห์หลายตัวแปรเทคนิคหนึ่งเพื่อการสรุปรายละเอียดของตัวแปรหลายตัว หรือเรียกว่าเป็นเทคนิคที่ใช้ ในการลดจำนวนตัวแปรเทคนิคหนึ่งโดย การศึกษาถึงโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรและสร้างตัวแปรใหม่เรียกว่า องค์ประกอบ โดย องค์ประกอบที่สร้างขึ้นจะเป็นการนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันหรือมีความร่วมกันสูงมารวมกันเป็น องค์ประกอบเดียวกันส่วนตัวแปรที่อยู่คนละองค์ประกอบมีความร่วมกันน้อยหรือไม่มี ความสัมพันธ์ กันเลย เทคนิควิธีทางสถิติที่จะจับกลุ่มหรือรวมกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มเดียวกันซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ ตัวแปรภายในองค์ประกอบเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันสูง ส่วนตัวแปรที่ต่างองค์ประกอบจะสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีสามารถใช้ได้ทั้งการพัฒนาทฤษฎีใหม่ หรือการทดสอบหรือยืนยันทฤษฎีเดิม

สุภมาส อังศุโชติ (2551, น.55-56) กล่าวถึง การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ว่ามีชื่อเรียกในภาษาไทยหลายคำ เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์ตัวประกอบ การวิเคราะห์ปัจจัยสำหรับเอกสารนี้เรียกว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นวิธีการทางสถิติที่ช่วยให้นักวิจัยสร้างองค์ประกอบจากตัวแปรหลาย ๆ ตัวแปร โดยรวมกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน เป็นองค์ประกอบเดียวกันตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมากโดยความสัมพันธ์อาจจะเป็นทางบวกหรือทางลบก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่คนละองค์ประกอบจะ



ไม่มีความสัมพันธ์กันหรือสัมพันธ์กันน้อย องค์ประกอบหนึ่ง ๆ จะแทนตัวแปรแฝง ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่นักวิจัยต้องศึกษา วัตถุประสงค์สำคัญของการวิเคราะห์องค์ประกอบมีอยู่ 2 ประการ คือ

1. เพื่อสำรวจและระบุองค์ประกอบรวม ที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบแบบนี้ จะช่วยให้ลดตัวแปรลงและได้องค์ประกอบซึ่งทำให้เข้าใจลักษณะของข้อมูลได้ง่าย และสะดวกในการแปลความหมายรวมทั้งได้ทราบแบบแผน (Pattern) และโครงสร้าง (Structure) ความสัมพันธ์ของข้อมูล
2. เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับแบบแผนและโครงสร้างสัมพันธ์ของข้อมูล การวิเคราะห์องค์ประกอบตามวัตถุประสงค์นี้ ผู้วิจัยต้องมีสมมติฐานก่อนว่าคุณลักษณะที่ศึกษามีกี่องค์ประกอบแล้วใช้วิธีการวิเคราะห์ องค์ประกอบเพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้อง กลมกลืนกับสมมติฐานเพียงใด

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบ หมายถึง เทคนิค วิธีการที่จะจับกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีหลากหลายให้ลดจำนวนลงโดยจัดเรียงให้ความสัมพันธ์ไว้ในกลุ่มเดียวกันหรือ Factor เดียวกัน เพื่อตรวจสอบและอธิบายความสัมพันธ์ของโครงสร้างประกอบจึงเป็นวิธีการทางสถิติที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอชุดของตัวแปรหลายๆ ตัว ใน รูปของตัวแปรมิติ (Factor) ที่มีจำนวนน้อยลง

#### **ประเภทของเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ**

เทคนิคของการวิเคราะห์องค์ประกอบ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน(Confirmatory Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจจะใช้ในกรณีที่ผู้ศึกษาไม่มีความรู้หรือมีความรู้่น้อยมากเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อศึกษาโครงสร้างของตัวแปรและลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่เดิมให้มีการรวมกันได้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันจะใช้กรณีที่ผู้ศึกษาทราบโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรหรือคาดว่าโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรควรจะเป็นรูปแบบใดหรือคาดว่าตัวแปรใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กันมากและควรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน หรือคาดว่าไม่มีตัวแปรใดที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ควรจะอยู่ต่างองค์ประกอบกันหรือกล่าวได้ว่า ผู้ศึกษาทราบโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปร หรือคาดว่าโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นอย่างไรและจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมาตรวจสอบหรือยืนยันความสัมพันธ์ว่าเป็นอย่างที่คาดไว้หรือไม่ โดยการวิเคราะห์หาความตรงเชิงโครงสร้างนั่นเอง

นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542, น.128) กล่าวถึง โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบแบ่งตาม วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์องค์ประกอบได้สองโมเดล คือการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) มีวัตถุประสงค์เพื่อการสำรวจและระบุองค์ประกอบร่วมที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ผล ที่ได้คือลดตัวแปรสังเกตได้โดยสร้างตัวแปรใหม่ในรูปของ องค์ประกอบร่วม

### ขั้นตอนในการวิเคราะห์องค์ประกอบ

อุทุมพร ทองอุไทย (2523, น.19-20) ได้สรุปเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ตาม ขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. สกัดตัวประกอบจากเมตริกสหสัมพันธ์
2. ทำการหมุนแกนตัวประกอบที่สกัดได้ ซึ่งอาจทำให้ได้โดยจัดให้ตัวประกอบเป็นอิสระต่อกันหรืออาจทำได้ ให้ตัวประกอบสัมพันธ์กันได้ แล้วแต่ธรรมชาติของตัวประกอบ
3. ทำการแปลความหมายตัวประกอบที่ได้รับ

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และลัดดาวัลย์ รอดมณี (2527, น.14) ขั้นตอนของการวิเคราะห์ ปัจจัย การวิเคราะห์ปัจจัยมีขั้นตอนที่สำคัญ ๆ ดังนี้

1. การรวบรวมและจัดระเบียบข้อมูล
2. การจัดทำตารางเมตริกค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

เมื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยโดยเฉพาะ

3. การแยกปัจจัยขั้นต้น
4. การหมุนแกนเพื่อหาปัจจัยขั้นปลาย (Rotation to Terminal Factors)
5. การสร้างสเกลหรือคะแนนปัจจัย (Construction of Factor Score or Factor Scale)

การรวบรวมและจัดระเบียบข้อมูล เนื่องจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่จะกล่าวถึงต่อไป เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยประเภท R (R factoring) ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บคือตัวแปรต่าง ๆ ที่จะนำมาวิเคราะห์ ซึ่งอาจเป็นคุณสมบัติของบุคคล สิ่งของ เขตภูมิศาสตร์ เขตปกครอง หรือชุมชน จำนวนตัวแปรที่ควรเก็บควรมีจำนวนมากกว่าปัจจัย ที่คิดจะแยกออกมา โดยทั่วไปปัจจัยแต่ละปัจจัยควรมีตัวแปรอย่างน้อยที่สุด 3 ตัว หรือมากกว่านั้น ตัวแปรเหล่านี้จะมีหรือไม่มีความสัมพันธ์กันก็ได้ แต่โดยทั่วไปควรรวบรวมตัวแปรที่สามารถแยกออก ได้เป็นกลุ่มตัวแปรแต่ละกลุ่มจะมีความสัมพันธ์กัน เช่น ผู้วิจัยอาจเก็บรวบรวมตัวแปรทางด้าน ประชากร เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองมากมายหลายตัว และตัวแปรเหล่านี้จะมีหรือไม่มี ความสัมพันธ์กันภายในกลุ่ม หรือข้ามกลุ่ม ถ้าตัวแปรเหล่านี้ทั้ง 4 กลุ่ม มีความสัมพันธ์กันมาก ภายในกลุ่มมากกว่าระหว่างกลุ่ม การวิเคราะห์ปัจจัยจะแยกปัจจัยร่วมของแต่ละกลุ่มทั้ง 4 กลุ่ม

ได้ 4 ปัจจัย การจัดเตรียมข้อมูลตัวแปรทำเหมือนกับข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์กับเทคนิคอื่น ๆ ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

การจัดทำตารางเมตริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัย โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้วิจัยมีจำนวนตัวแปรมากมายและจำนวนตัวอย่างหรือประชากรมากมาย การใช้ข้อมูลดิบที่เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์ปัจจัยจะสิ้นเปลืองทั้งในด้านเวลาคอมพิวเตอร์ และค่าใช้จ่าย ผู้วิจัยควรหันมาใช้เมตริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Matrix of Simple Correlation Coefficients) แทนข้อมูลตัวแปรเมตริกซ์ ค่าสัมประสิทธิ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ปัจจัยมี 2 ประเภท คือ ประเภทหนึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ตามแนวเฉียงเป็น 1 อีกประเภทหนึ่ง มีค่าสัมประสิทธิ์ตามแนวเฉียงเท่ากับค่าโดยประมาณของอัตราการร่วม (Estimates of Community) การวางระเบียบของเมตริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรขึ้นอยู่กับโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ว่าเป็น BMD, SAS หรือ SPSS ที่เสนอเป็นตัวอย่างเป็นรูปแบบของการใช้ กับโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในบัตรแต่ละบัตรจะมีค่าสัมประสิทธิ์ได้ 8 ค่า หรือแบ่งบัตรออกเป็น 8 ส่วน ส่วนละ 10 ของคอลัมน์จำนวนตัวแปรจะมีกี่ตัวก็ได้ แต่ต้องไม่เกิน 100 ตัว ค่าสัมประสิทธิ์ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจะเรียงกันไปเรื่อย ๆ ตามลำดับ ที่สอดคล้องกับบัญชีรายชื่อตัวแปร (Variable List) ข้อกำหนด/ข้อสมมติฐานหลัก (prostrates) ของการวิเคราะห์ปัจจัย ในการ วิเคราะห์ปัจจัย มีข้อกำหนดข้อสมมติฐานหลักซึ่งใช้เป็นแนวทางในการแยกปัจจัยมีอยู่ 2 ข้อ คือ

1. ข้อกำหนดสมมติว่าด้วยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลทางปัจจัย (The Postulate of Factorial Causation)
  2. ข้อกำหนดสมมติว่าด้วยความง่ายและความประหยัด (The Postulate of Parsimony)
- การสร้างคะแนนปัจจัยหรือสเกลปัจจัย ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เป้าหมายของการวิเคราะห์ตัวแปร ไม่เพียงแต่ต้องการหาโครงสร้างหรือแบบแผนของปัจจัยก่อน และหลังการหมุนปัจจัยเท่านั้น ยังคลุมไปถึงการสร้างคะแนนปัจจัยอีกด้วย เนื่องจาก คะแนนปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย เป็นคะแนนที่ได้จากค่าของตัวแปรต่าง ๆ หลายตัวที่รวมกลุ่มกันและมีปัจจัยร่วมกัน คะแนนของ ปัจจัยที่ได้จึงเปรียบเสมือนค่าของตัวแปรส่วนผสม (Composite Variable) โดยมีการให้น้ำหนักของ ตัวแปรแต่ละตัวตามน้ำหนักเชิงปัจจัยของตัวแปรนั้น ทำให้ผู้วิจัยตัดปัญหาเรื่องการกำหนดน้ำหนัก ของตัวแปร แต่ละตัวว่าควรจะให้เท่ากับหรือแตกต่างกันเท่าใด

คะแนนที่สร้างได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. คะแนนปัจจัย (Factor Scores) เป็นคะแนนที่สร้างจากน้ำหนักเชิงปัจจัยของตัวแปร ทุกตัวที่มีปัจจัยร่วมกัน

2. สเกลที่มีฐานะทางปัจจัย (Factor-Based Scale) เป็นคะแนนที่สร้างโดยอาศัยการวิเคราะห์ปัจจัยเป็นฐาน แต่ไม่ได้เอาน้ำหนักเชิงปัจจัยของตัวแปรมาคิดเพียงแต่เอาค่าของตัวแปรที่มีน้ำหนักเชิงปัจจัยมากกว่า 0.3 มารวมกันเป็นคะแนน

3. คะแนนองค์ประกอบ (Component Score) เป็นคะแนนที่ได้จากการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ ซึ่งเป็นที่มาของการวิเคราะห์ปัจจัย โดยอาศัยน้ำหนักของตัวแปรที่มีต่อองค์ประกอบ มาให้น้ำหนักคูณกับค่าของตัวแปร วิธีการต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างคะแนนปัจจัย

วิธีการที่ใช้ในการสร้างคะแนนปัจจัย มีหลายวิธีที่สำคัญ ได้แก่

1. การประมาณแบบถดถอย (Regression Estimates)
2. การประมาณโดยอาศัยหลักค่ากำลังสองน้อยที่สุด (The Least Squares Criterion)
3. วิธีการลดการผิดพลาดของการผันแปร (The Error Variance) ให้น้อยที่สุด

โดยวิธีของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Method of Minimizing the Error Variance)

4. การประมาณโดยขึ้นอยู่กับข้อจำกัดทางมุมฉาก (Orthogonal Constraints)
5. การสร้างสเกลจากฐานของปัจจัย (Factor-Based Scales)
6. การสร้างสเกลจากองค์ประกอบหลัก

นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542, น.128) การวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีวิธีดำเนินการ 4 ขั้นตอน คือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบนั้น จะต้องมึลักษณะเป็นตัวแปรต่อเนื่องหลาย ๆ ตัวแปรที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มหนึ่ง เสนอข้อมูลในลักษณะของเมตริกซ์ที่เรียกว่า “เมตริกซ์ของข้อมูล

2. การสกัดตัวประกอบ (extracting initial factors) มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาจำนวนองค์ประกอบรวมที่น้อยที่สุดระหว่างตัวแปร วิธีการสกัดองค์ประกอบมีหลายวิธี เช่น

- 2.1 Principal Component Analysis (PC) - Least Square Analysis (LS)
- 2.2 Maximum Likelihood
- 2.3 Alpha Factoring
- 2.4 Image

ส่วนคอมพิวเตอร์มักจะใช้วิธีที่ 1 หรือ 2 คือ ในขั้นนี้ผู้วิเคราะห์ยังไม่ต้องพะวงเกี่ยวกับองค์ประกอบว่าจะเป็น Orthogonal หรือ oblique ซึ่งในการวิเคราะห์ครั้งแรกนี้ แต่ละองค์ประกอบที่วิเคราะห์ออกมาได้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ องค์ประกอบจำนวนน้อยกว่าที่จะได้มาจากตัวแปรจำนวนมากที่นำมาวิเคราะห์ในการกำหนดองค์ประกอบรวม นั้นทฤษฎี Rank ของเมตริกซ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแล้ว (adjusted correlation matrix) จะเท่ากับค่าของจำนวนองค์ประกอบรวม แต่ในทางปฏิบัติจริง

จะทำเช่นนั้นไม่ได้เพราะข้อมูลจากการสังเกตมีความคลาดเคลื่อน และค่า communality ที่อยู่เส้นทแยงมุมของ เมตริกซ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแล้วนั้นเป็นค่าโดยประมาณไม่ใช่ค่าที่แท้จริง

3. การหมุนแกน (Totation) วิธีการหมุนแกนมีจุดมุ่งหมายเพื่อหาวิธีที่ง่ายในการอธิบายองค์ประกอบ โดยคงจำนวนองค์ประกอบ และ Commonalities ไว้คงเดิม ในการศึกษาเพื่อหาจำนวนองค์ประกอบรวมนั้นจะหมุนแกนโดยวิธีใดก็ได้ และไม่ต้องคำนึงถึงว่าองค์ประกอบจะมีสหสัมพันธ์กันหรือไม่ หนังสือบางเล่มจะบอกว่าควรใช้ Orthogonal มากกว่า Oblique นั้น เพราะว่า Orthogonal เข้าใจง่ายและแปลผลได้ง่ายกว่า วิธีหมุนแกนมี 2 วิธีคือ

3.1 Orthogonal องค์ประกอบร่วมต่าง ๆ ไม่สัมพันธ์กัน มี 3 วิธี คือ

3.1.1 Quartimax หมุนแกนโดยเน้นการเปลี่ยนแถวให้ง่ายขึ้น

3.1.2 Varimax หมุนแกนโดยเน้นการเปลี่ยนคอลัมน์ให้ง่ายขึ้น คือให้เกิด

ความแปรผันของคอลัมน์ใน Factor Pattern Matrix

3.1.3 Equimax ใช้วิธีประนีประนอมระหว่าง Quartimax กับ Varimax

3.2 Oblique มี 2 วิธีหลัก คือ

3.2.1 Oblimin หมุนแกนโดยยึด Reference Axes

3.2.1.1 Quartimin  $r = 0$  most oblique - Biquartimin  $r = .5$

least oblique

3.2.1.2 Covarimin  $r = 1$  least oblique

3.2.2 Oblimax หมุนแกนโดยไม่ใช้ Reference Axes แต่ใช้ Pattern Matrix

หมุนแกนเช่นเดียวกับ Quartimax Orthogonal

4. การสร้างมาตราองค์ประกอบ (factor scale) จุดประสงค์ในการสร้างมาตราองค์ประกอบมี 2 ข้อ คือ

4.1 เพื่อค้นหามิติของข้อมูลสังเกต

4.2 เพื่อนำองค์ประกอบร่วมบางองค์ประกอบไปใช้ในการค้นคว้าต่อไป

โดยทั่วไปในการวิเคราะห์องค์ประกอบจะใช้มาตราสร้างองค์ประกอบเพื่อจะศึกษา

โครงสร้างขององค์ประกอบต่อไป วิธีการสร้างมาตราองค์ประกอบอาจทำได้หลายวิธี เช่น

1. ใช้การถดถอย (Regression)
2. ใช้เกณท์ (Least Squares)
3. วิธีของบาร์ทเลทท์ (Bartlett)
4. ใช้หลักของออร์ทोगอนอล (Orthogonality Constraints)
5. ใช้ผลรวมของค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าสูงในตัวแปรสังเกตต่าง ๆ
6. สร้างส่วนประกอบสำคัญ (Principal Component Scale)

ศิริชัย พงษ์วิชัย (2544, น.329-340) ได้แบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์องค์ประกอบเป็น 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด (Correlation Matrix) การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นขั้นตอนแรกของการวิเคราะห์ปัจจัยที่จะดำเนินการหาความสัมพันธ์ในรูปแบบเส้นตรงโดยวิธีของ Pearson Correlation ระหว่างตัวแปรทุกตัวที่ต้องการนำมาจัดกลุ่ม ซึ่งจะอยู่ในรูปของ Correlation Matrix การหาความสัมพันธ์จะมีประโยชน์ต่อผู้วิจัยในการนำตัวแปรไปใช้ในการจัดกลุ่มด้วยวิธีของการวิเคราะห์ปัจจัย เพราะจะเป็นขั้นตอนที่ให้ผู้วิจัยพิจารณาเลือกตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงเท่าที่จะนำไปจัดกลุ่มเดียวกัน

2. หาลักษณะประกอบขั้นต้นที่แทนกลุ่มตัวแปร (Initial Extraction) เป็นขั้นตอนที่จะทำการหาลักษณะประกอบที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวแปรที่ใช้ทั้งหมดที่ใช้ ซึ่งเรียกว่า เป็นการสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 แนวทางใหญ่ ๆ ดังนี้คือ

2.1 แนวทางของ Common Factor เป็นวิธีการหาลักษณะประกอบโดยมีความเชื่อว่าข้อมูลแต่ละชุดที่เก็บรวบรวมมาได้ จะต้องมียุติที่เหมือนกันอยู่บ้าง หรือได้มาจากประชากรที่มีองค์ประกอบร่วมกันอยู่จำนวนหนึ่งที่ทำให้ข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งแนวทางนี้มีวิธีการวิเคราะห์ที่แตกต่างกันถึง 6 วิธีดังต่อไปนี้

- 2.1.1 Principai Axis factoring
- 2.1.2 Unweighted Least Squares
- 2.1.3 Generalized Least Squares
- 2.1.4 Maximum Likelihood
- 2.1.5 Alpha Factoring
- 2.1.6 Image Factoring

วิธีที่นิยมใช้ตามแนวทางของ Common Factor คือวิธีของ Principai Axis factoring

2.2 แนวทางของ Principal Component เป็นวิธีการหาลักษณะประกอบโดยอาศัยหลักการสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรโดยนำสิ่งที่ตัวแปรแต่ละตัวมีเหมือนกันมาสร้างเป็นสมการแบบเส้นตรง การผสมเชิงเส้นตรงอาจมีได้หลายแบบแบบหนึ่ง ๆ เรียกว่า Component (ตามชื่อ) หรือองค์ประกอบ (Factor) ทั้งนี้เพราะการผสมเชิงเส้นเพียงชุดเดียวอาจไม่สามารถอธิบายลักษณะของข้อมูลได้ดีพอ ดังนั้น การนำตัวแปรมาผสมกันแบบเส้นตรงตามแนวของ Principal Component จึงมีจำนวน Component หรือ Factor มากกว่าหนึ่ง แต่ในการนำไปใช้บางครั้งอาจจะใช้เพียง 1 หรือ 2 Factor ก็สามารถอธิบายหรือแทนกลุ่มตัวแปรได้อย่างพอเพียงโดยไม่จำเป็นต้องใช้ปัจจัยที่หาได้วิธีการหาหรือสกัดองค์ประกอบที่นิยมใช้กันมากที่สุดคือวิธีที่หาตามแนวทางของ Principal Component ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ถ้ามีตัวแปรอยู่ 2 ตัวแปร เมื่อนำมาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยสร้างเป็นแผนภาพ Scatter Diagram และลากเส้นตรงที่สามารถผ่านจุดต่าง ๆ ทุกจุดไม่ได้อยู่บนเส้นแกนหลัก ทุกจุดเส้นแกนหลักก็จะอธิบาย ข้อมูลได้น้อยลงการสร้างเส้นตรงอีกเส้นที่เป็นแกนใหม่ให้ตั้งฉากกับเส้นแกนหลักและจะต้องลากให้ผ่านจุดให้มากที่สุดซึ่งเรียกเส้นนี้ว่า เส้นแกนรอง การใช้เส้นแกนรองมาช่วยทำให้สามารถอธิบายข้อมูลได้มากขึ้น

ผลการสกัดองค์ประกอบจะได้ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Loading) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรหนึ่ง ๆ กับแต่ละองค์ประกอบที่หามาได้จากการสกัดองค์ประกอบ

1. เลือกองค์ประกอบ (Selecting Factors) ในการสกัดองค์ประกอบนั้นจะได้ องค์ประกอบหลายองค์ประกอบ ถ้าใช้ทุกองค์ประกอบก็สามารถอธิบายตัวแปรได้ 100% แต่ในทางปฏิบัติอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ทุกองค์ประกอบที่ได้มา เพราะอาจจะใช้เพียงบางองค์ประกอบที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรได้สูง วิธีการเลือกองค์ประกอบมีหลายวิธีแต่วิธีที่นิยมใช้จะนำค่า Eigen Value มาพิจารณาโดยเลือกได้ 2 ลักษณะดังนี้

1.1 พิจารณาจากค่า Eigen Value โดยตรง

1.2 นำค่า Eigen Value หรือค่า Percent of Variance มาเขียนกราฟที่เรียกว่า Scree Plot

วิธีที่นิยมใช้ในการเลือกองค์ประกอบนั้นควรจะใช้วิธีพิจารณาค่า Eigen Value หรือค่า Percent of Variance โดยตรงจะชัดเจนกว่าการพิจารณาจากกราฟ

2. หมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) เป็นขั้นตอนที่จะดำเนินการแยกตัวแปรให้เห็นเด่นชัดว่าตัวแปรหนึ่ง ๆ ควรจะจัดอยู่ในกลุ่มหรือใน Factor หนึ่ง ๆ ชัดเจนขึ้น การหมุน 2 วิธีใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ

2.1 การหมุนแบบฉาก (Orthogonal Rotation) มีวิธีการหมุนแกนอยู่ 2 วิธีย่อย

2.1.1 แบบ Varimax เป็นแบบที่เน้นการแปลความหมายขององค์ประกอบ โดยการลดจำนวนตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบให้เหลือน้อยที่สุด จะทำให้ได้เฉพาะตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ในการรวมตัวแบบเชิงเส้นสูง วิธีนี้เป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุด

2.1.2 แบบ Equamax เป็นแบบผสมผสานทั้งวิธีของ Varimax และ Equamax ที่ต้องการแปลความหมายของทั้ง องค์ประกอบและตัวแปร โดยการลดจำนวน ทั้งจำนวนตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบและลดจำนวนองค์ประกอบที่ใช้อธิบายความหมายของตัวแปร

2.2 การหมุนแบบมุมแหลม (Oblique Rotation) เป็นวิธีการหมุนแกนแบบที่ใช้แกนของ Factor หมุนจากตำแหน่งเดิมในลักษณะเป็นมุมแหลมและไม่ตั้งฉากกันตลอดเวลาที่มีการหมุน

โดยการหมุนแกนแบบนี้สามารถที่ระบุระดับความสัมพันธ์ระหว่าง Factor โดยการกำหนดจำนวน องศาของมุมแหลม ตั้งแต่ 0 ถึง 90 องศา

3. ให้ความหมายขององค์ประกอบที่ได้ (Factor Meaning) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยต้อง กำหนดชื่อหรือให้ความหมายแก่องค์ประกอบที่ได้ขึ้นตอนการพิจารณาเพื่อให้ความหมายแก่ปัจจัย มีขั้นตอนโดยสรุปดังต่อไปนี้

3.1 จัดตัวแปรเข้าเป็นสมาชิกของ Factor เดียว เป็นขั้นตอนที่แยกตัวแปร โดยนำค่าน้ำหนักองค์ประกอบหรือสัมประสิทธิ์ของแต่ละ Factor ที่ได้จากการหมุนแล้วเลือกเฉพาะค่าที่มีค่า Eigen Value สูงทั้งหมดที่เลือกมาน้ำหนักองค์ประกอบใดมีค่ามากที่สุด

3.2 เลือกตัวแปรที่มีผลต่อ Factor

3.3 ให้ความหมายแต่ละ Factor หรือกำหนดชื่อแก่แต่ละองค์ประกอบ ทำได้โดย พิจารณาลักษณะของตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบนั้น ๆ

4. หาคะแนนขององค์ประกอบที่ได้ (Factor Score) เป็นขั้นตอนที่จะคำนวณค่าของ Factor หรือเรียกกันว่าคะแนนของปัจจัย (Factor Score) วิธีการคำนวณหาคะแนนองค์ประกอบ มีหลายวิธีที่นิยมใช้มีอยู่ 3 วิธีคือ

4.1 วิธีของการถดถอย (Regression) เป็นวิธีที่ใช้หลักให้คะแนนองค์ประกอบ ที่จะคำนวณได้มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบสูงที่สุดมากที่สุดซึ่งทำได้โดยการวิเคราะห์การถดถอย วิธีนี้นิยมเป็นวิธีที่ใช้มากที่สุด

4.2 วิธี Bartlett เป็นวิธีที่นำเอาค่ามาพิจารณาปรับน้ำหนักของตัวแปรคะแนน องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบที่ได้โดยวิธีนี้อาจจะมีความสัมพันธ์กันได้

4.3 วิธีของ Ander-Rubin เป็นวิธีที่ใช้หลักตรงกันข้ามกับ 2 วิธีแรก โดยใช้หลักที่ให้ คะแนนองค์ประกอบที่จะคำนวณได้ไม่มีความสัมพันธ์กัน วิธีนี้ไม่นิยมใช้ในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ ที่คิดว่าองค์ประกอบต่าง ๆ อาจจะมีสัมพันธ์กันบ้าง

การแปลผลข้อมูล การวิเคราะห์องค์ประกอบแม้จะมีวิธีการทางสถิติในแต่ละขั้นตอนชัดเจน ก็ตาม แต่ขั้นสุดท้ายก็เป็นการแปลความหมาย ซึ่งการแปลความหมายและการตั้งชื่อ องค์ประกอบ ขึ้นอยู่กับกลุ่มตัวแปรที่จับกลุ่มกันและมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันสูง ประกอบจะมีความหมายดี เพียงไร การแปลความหมายองค์ประกอบจะง่ายขึ้น ถ้าตัวแปร ภายในองค์ประกอบหนึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง แต่มีความสัมพันธ์กันต่างกับตัวแปรของอีก องค์ประกอบหนึ่งชนิดของการ วิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์องค์ประกอบอาจแบ่งเป็น 2 ชนิดใหญ่ ๆ คือ การวิเคราะห์ องค์ประกอบแบบสำรวจกับการวิเคราะห์องค์ประกอบแบบยืนยัน การวิเคราะห์องค์ประกอบแบบ สำรวจเป็นวิธีการค้นหา เพื่ออธิบายและสรุปข้อมูลโดยพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กัน นำมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน การวิเคราะห์แบบนี้มักจะทำในการวิจัยขั้นต้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือ



ในการจัดกลุ่มตัวแปรให้ลดจำนวนลง และใช้เป็นการสร้างสมมติฐานสำหรับกระบวนการวิเคราะห์นั้น การวิเคราะห์องค์ประกอบแบบยืนยันเป็นเทคนิคทางสถิติที่มีความสลับซับซ้อนกว่า ซึ่งนำมาใช้ในการวิจัยขั้นต่อไป เพื่อทำการทดสอบทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการของตัวแปรแฝง หรือเป็นการตรวจสอบสมมติฐานว่าโครงสร้างแฝงระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม มีความแตกต่างกันหรือไม่

ส.วาสนา ประवालพฤษ์ (ม.ป.ป., น.8-12) ขั้นตอนในการวิเคราะห์องค์ประกอบ

1. การเตรียมข้อมูล
2. การสร้างเมตริกซ์สหสัมพันธ์หรือเมตริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วม
3. การสกัดตัวประกอบ
4. การหมุนแกน
5. การสร้างมาตราองค์ประกอบ

คมกฤษ พรหมฉิน (2560, น.56) กล่าวถึงขั้นตอนการวิเคราะห์องค์ประกอบ มีดังนี้

1. การสกัดองค์ประกอบขั้นต้น (Factor Extraction) วิธีสกัดองค์ประกอบที่นิยมใช้ มี 2 วิธี คือ

1.1 วิธี Component Analysis ซึ่งเรียกกันทั่วไปว่า Principal Component Analysis เหมาะสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบจำนวนน้อย ๆ ที่จะอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้มากที่สุด และผู้วิจัยทราบว่า ความแปรปรวนเฉพาะ ( $u=p+e$ ) มีค่าน้อยเมื่อเทียบกับตัวแปรปรวนทั้งหมดในขั้นแรกของการคำนวณจะกำหนดให้ค่าความร่วมกันเท่ากับ 1

1.2 วิธี Common Factor เหมาะสำหรับการวิเคราะห์ระบุมิติแฝง (Latent Dimension) หรือโครงสร้างที่เป็นตัวแปรของชุดของตัวแปรสังเกต โดยผู้วิจัยมีความรู้ เรื่องความแปรปรวนเฉพาะ น้อยมาก และต้องการจัดความแปรปรวนส่วนนี้ออกไป แต่วิธีนี้มีความยุ่งยากมากกว่า Component Analysis จึงได้รับความนิยมน้อยกว่า เกณฑ์การกำหนดจำนวนองค์ประกอบพิจารณาจาก

- 1.2.1 ค่าไอเกน (Eigenvalues) มากกว่า 1
- 1.2.2 กำหนดจำนวนตัวประกอบล่วงหน้า
- 1.2.3 ร้อยละของความแปรปรวนสะสม 60% ขึ้นไป
- 1.2.4 Scree Plot ถ้าเส้นกราฟเริ่มที่จะเป็นเส้นตรงขนานกับแกนนอนถือว่าเป็นจำนวนองค์ประกอบสูงสุด

2. การหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) เพื่อให้ได้องค์ประกอบร่วมที่ชัดเจน การหมุนแกนทำได้ 2 วิธี คือ

2.1 Orthogonal เป็นการหมุนแกนที่ยังคงให้แกนองค์ประกอบตั้งฉากกันหมายความว่าองค์ประกอบที่ได้เป็นอิสระต่อกันวิธีที่นิยม คือวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax)

2.2 Oblique เป็นการหมุนแกนที่องค์ประกอบไม่ต้องตั้งฉากกัน ซึ่งหมายถึง องค์ประกอบที่สกัดได้จะมีความสัมพันธ์กัน

3. การสร้างคะแนนองค์ประกอบ (Factor Score) เพื่อสร้างตัวแปรแฝงจากตัวแปรสังเกตได้

4. การตั้งชื่อองค์ประกอบ ผู้วิจัยต้องตั้งชื่อองค์ประกอบให้สื่อความหมายถึงตัวแปรทั้งหมดในองค์ประกอบ

ดังนั้นการวิเคราะห์องค์ประกอบคือ วิธีการทางสถิติที่จะช่วยค้นหาลักษณะของ ตัวแปรหลาย ๆ ตัว ที่มีสหสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นการลดจำนวนตัวแปรให้น้อยลง เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจ ทำให้สามารถมองเห็นโครงสร้างและแบบแผน และตัวแปรในลักษณะของความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร ทำให้สามารถให้คำจำกัดความของตัวแปรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ช่วยตัดสินใจว่าจะศึกษาตัวแปรด้านใดบ้าง และตัวแปรใดเกี่ยวข้องกับตัวแปรใด

#### ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์องค์ประกอบ

นางลักษณ์ วิรัชชัย (2542, น.123-124) กล่าวว่า ในการวิเคราะห์องค์ประกอบมีข้อตกลงเบื้องต้น ซึ่งจำแนกได้ 3 ประการ คือ ข้อตกลงเบื้องต้นว่าด้วยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบ ข้อตกลงเบื้องต้นว่าด้วยความเป็นอิสระระหว่างองค์ประกอบ และข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณสมบัติด้านการบวกของความแปรปรวนขององค์ประกอบดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อตกลงเบื้องต้นว่าด้วยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบ ตามข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีความแปรผันเนื่องจากองค์ประกอบร่วม (Common Factor = F) และองค์ประกอบเฉพาะ (Unique Factor = U) กล่าวอีกอย่างหนึ่ง คือ ความแปรปรวนในตัวแปรสังเกตได้นั้นเป็นผลมาจากตัวแปรสาเหตุ คือ องค์ประกอบร่วม และองค์ประกอบเฉพาะการที่ตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันนั้น เนื่องจากตัวแปรเหล่านี้มีองค์ประกอบร่วมเป็นตัวเดียวกัน เมื่อพิจารณาค่าของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวที่สกัดในรูปคะแนนมาตรฐาน

(Standard Score ) จะได้โมเดลสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบในรูปแบบสมการ ดังนี้

$$Z = (a_1)(F_1) + (a_2)(F_2)+\dots+U = \sum af + U$$

2. ข้อตกลงเบื้องต้นว่าด้วยความเป็นอิสระระหว่างองค์ประกอบ ตามข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้ องค์ประกอบร่วมและองค์ประกอบเฉพาะของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวเป็นอิสระต่อกัน หรือความแปรปรวนร่วมระหว่างองค์ประกอบร่วมและองค์ประกอบเฉพาะมีค่าเป็นศูนย์

3. ข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณสมบัติด้านการบวกของความแปรปรวนขององค์ประกอบ ตามข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้จะวิเคราะห์ความแปรปรวนในตัวแปรสังเกตได้ออกเป็นผลบวกของความแปรปรวนขององค์ประกอบร่วมและความแปรปรวนขององค์ประกอบเฉพาะ นั่นคือ เมื่อมีตัวแปรสังเกตได้ในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์และความแปรปรวนเป็นหนึ่ง จากโมเดลสำหรับ

การวิเคราะห์องค์ประกอบนำสมการมายกกำลังสองและหาความแปรปรวนจะได้ความแปรปรวนของตัวแปร  $Z$  ซึ่งมีค่าเท่ากับหนึ่ง มีค่าเท่ากับผลบวกของความแปรปรวนจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้ (เทอมความแปรปรวนร่วมทุกเทอมเป็นศูนย์ ตามข้อ 2)

$$V(Z) = 1 = (a_1)^2 V(F_1) + (a_2)^2 V(F_2) + \dots + V(U)$$

คมกฤษ พรหมฉิน (2560, น.56) ข้อตกลงเบื้องต้นสำคัญของการวิเคราะห์องค์ประกอบคือ ตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อรวมกลุ่มของตัวแปรที่สัมพันธ์กัน

การตรวจสอบเบื้องต้นว่าข้อมูลชุดนั้น จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้หรือไม่ คือการพิจารณาเมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรชุดนั้น ตัวแปรที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบจะต้องมีความสัมพันธ์กันไม่น้อยกว่า .03 การตรวจสอบว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันหรือไม่สามารถตรวจสอบได้โดยการคำนวณค่าสหสัมพันธ์บางส่วน (Partial Correlation) คือการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งควรจะมีค่าต่ำสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยโปรแกรม SPSS ค่าสถิติทดสอบเพื่อพิจารณาว่าข้อมูลชุดนี้ เหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ คือ ค่า KMO and Bartlett's Test เมื่อเลือกสถิติทดสอบตัวนี้จะได้ค่าสถิติทดสอบ 2 ค่า สถิติทดสอบตัวแรก คือ ค่า Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) ตัวนี้ตัวนี้มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ค่าจะเท่ากับ 1 เมื่อตัวแปรแต่ละตัวสามารถทำนายได้ด้วยตัวแปรอื่น โดยปราศจากความคลาดเคลื่อน ส่วนค่าในช่วงอื่น ๆ แปลความหมายดังนี้

0.80 เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดีมาก

0.70 - 0.79 เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดี

0.60 - 0.69 เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบปานกลาง

0.50 - 0.59 เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบน้อย

น้อยกว่า .50 ไม่เหมาะสมที่จะนำข้อมูลชุดนั้นมาวิเคราะห์องค์ประกอบ

สถิติทดสอบตัวที่สอง คือ Bartlett's Test of Sphericity ใช้ทดสอบว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ถ้าค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญ แสดงว่า ตัวแปรต่างมีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

### ประโยชน์ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ

บุญเจิต ภิญโญนนท์พงษ์ (2541) กล่าวว่า ประโยชน์ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์องค์ประกอบมีประโยชน์ ในแง่ของการลดจำนวนตัวแปรให้น้อยลงเหลือเป็นจำนวนองค์ประกอบไม่กี่องค์ประกอบ และสามารถสร้างคะแนนองค์ประกอบซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ เป็นกลุ่ม เนื่องจากองค์ประกอบเป็นการสรุปกระสวนของสหสัมพันธ์จากเมตริกซ์สหสัมพันธ์ คะแนนที่วัดได้ แต่องค์ประกอบมีจำนวนน้อยกว่าตัวแปรมาก ดังนั้นการใช้องค์ประกอบ จึงทำให้เกิด

การประหยัดกว่าการใช้ตัวแปรทุกตัว นอกจากนั้นการใช้คะแนนองค์ ประกอบยังให้ค่าความเชื่อมั่น สูงกว่าการใช้คะแนนจาก ตัวแปรแต่ละตัว

คมกฤษ พรหมฉิน (2560, น.55) กล่าวถึงประโยชน์ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ ดังนี้

1. ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นเครื่องมือตัวแปรแฝง นำผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ มาสร้างตัวแปรแฝง แล้วนำตัวแปรแฝงนี้ไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

2. ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นเครื่องมือตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของตัวแปรว่ามีโครงสร้างตามนิยามทางทฤษฎีหรือไม่ และสอดคล้องกับสภาพ ที่เป็นจริง อย่างไร

3. ใช้ในการแก้ปัญหาที่ตัวแปรอิสระของการวิเคราะห์ถดถอยพหุมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) โดยการนำตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกัน โดยการสร้างตัวแปรใหม่ จากคะแนนองค์ประกอบ แล้วนำองค์ประกอบนั้นไปเป็นตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ถดถอยต่อไป

## บริบทโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

### ประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

#### วิสัยทัศน์

การศึกษาขั้นพื้นฐานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 มีคุณภาพ และมาตรฐานระดับสากล บนพื้นฐานของความเป็นไทย

#### พันธกิจ

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชากรวัยเรียนทุกคน ได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง และมีคุณภาพ
2. ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณธรรมจริยธรรม ตามค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ และมี คุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามหลักสูตร
3. พัฒนาระบบบริหารจัดการที่เน้นการมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบ ต่อคุณภาพการศึกษา

### เป้าประสงค์

เพื่อให้การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทย มีคุณภาพและมาตรฐานสากล บนพื้นฐานของความเป็นไทย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 จึงกำหนดเป้าประสงค์ดังนี้

1. นักเรียนระดับก่อนประถมศึกษา มีพัฒนาการที่เหมาะสมตามช่วงวัย และได้สมดุล และนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานทุกคน มีพัฒนาการที่เหมาะสมตามช่วงวัยและมีคุณภาพ มีคุณธรรมจริยธรรมตามค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามหลักสูตร
2. ประชากรวัยเรียนทุกคนได้รับโอกาสในการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างทั่วถึง มีคุณภาพและเสมอภาค
3. ครู ผู้บริหารสถานศึกษา และบุคลากรทางการศึกษาอื่น มีทักษะที่เหมาะสม และมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์
4. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษามีประสิทธิภาพและเป็นกลไกขับเคลื่อนการศึกษาขั้นพื้นฐานสู่คุณภาพระดับมาตรฐานสากล
5. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2 บูรณาการการทำงาน เน้นการบริหารแบบมีส่วนร่วม กระจายอำนาจและความรับผิดชอบสู่สถานศึกษา
6. พื้นที่พิเศษได้รับการพัฒนาคุณภาพการศึกษาเป็นพิเศษ

ตารางที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2

ลำดับ	โรงเรียน	ประเภท	ผู้บริหาร	จำนวน บุคลากร
1	บ้านแม่เหิน	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสมศักดิ์ คำแสน	22
2	บ้านปากกล้วย	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายภูฤทธิ อิ่มเทศ	18
3	บ้านสุเม่น	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	น.ส.สิตฉันทซ์ โพธิขำ	19
4	บ้านผาเวียง	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสุชานนท์ ดนตรี	16
5	บ้านห้วยไผ่	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสมเกียรติ สุวรรณ ประสิทธิ์	20
6	บ้านหนองแหน	อนุบาลมัธยมศึกษาตอนต้น	นางศุภมาลี มากมี	23
7	บ้านปากคะยาง	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายมานพ หาญณรงค์	22

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	โรงเรียน	ประเภท	ผู้บริหาร	จำนวน บุคลากร
8	บ้านสารจิตร	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นางเมตตา แสงวลาภ	24
9	บ้านวังพิบูล	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายประพล คำทอง	17
10	บ้านชาน	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายมานิตย์ นวรัตนารมย์	23
11	บ้านท่ามังกะสัง	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสาโรจน์ พูลสวัสดิ์	18
12	บ้านโชคม่วง	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายณรงค์ วันทา	18
13	บ้านหนองบัว	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสุภาพ ต่วนเดิน	17
14	บ้านท่าโพธิ์	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสำราญ จงอยู่เย็น	15
15	บ้านสันหีบ	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายยศรพี เนตรดี	19
16	บ้านเตวีदनอก (สร้อยสนประชา สรรค์)	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายพร้อมศักดิ์ แผลม หลัก	11
17	บ้านแม่ท่าแพ	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายเสนาะ ฉลวย	22
18	บ้านธารชะอม	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายนันท์วัฒน์ เข้มทอง	18
19	ชุมชนบ้านคลอง ยาง	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นายธนาตล อินทรสุตร	8
20	บ้านป่ากุ่มเกาะ	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นางอรุณี วงศ์เครือ	18
21	บ้านวังแร่	อนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น	นางวารีย์ โมทะกิจ	18
22	บ้านดงไทยวิทยา	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายนิรุจน์ อรุณวิง	18
23	บ้านขอนแก่น	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสยาม รัตนเพชร	18
24	วัดปากน้ำ	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นางพิทยา พุ่มอิม	21
25	บ้านวัดโบสถ์	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายณัฐวุฒิ ทาบัว	10
26	บ้านดงคู	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายวิลาศ อินดี	20
27	บ้านห้วยไคร้	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายผดุง บุญยศิวาพงศ์	19
28	ไชยะวิทยา	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายเมธี จุมพลศรี	24
29	บ้านท่าชัย	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายยุธยา คงพรหม	13
30	บ้านกลางดง	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสุวิทย์ อภิโล	21
31	บ้านบึงบอน	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นางสาวยุพิน จงแจ่มฟ้า	22

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	โรงเรียน	ประเภท	ผู้บริหาร	จำนวน บุคลากร
32	บ้านสามหลัง (ประชารังสรรค์)	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายรัชกาล คุ้มครอง	21
33	บ้านหนองรังสิต	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายปิยวุฒิ ล่องชุมพล	19
34	อนุบาลสุวรรณคโลก (คังวารวิทยา)	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสุวิทยา พรหมอ่อน	18
35	บ้านเกาะตาเลี้ยง (ทองดีประชานุกูล)	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นางมาลี การะเกษ	12
36	บ้านวังลึก (ยุ วนาภูชนูทิศ)	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายอัศวীর กระจ่าง	15
37	เทวัญอำนวยการวิทย์	อนุบาล -มัธยมศึกษาตอนต้น	นายสุรพล มั่นเหมาะ	12
รวม				669

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตราจิตต์ เมืองคล้าย (2556) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักเรียนมีทัศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ในระดับดีทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความศรัทธารองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือ และด้านการยอมรับ นักเรียนมีความคิดเห็นด้านความเชื่อถือในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยบูรพามีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน ด้านการยอมรับในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ด้านความศรัทธาในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่ชุมชนมีความภาคภูมิใจ เมื่อเปรียบเทียบทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีต่อ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ ภูมิภาค และชั้นปี และคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

สิริญา โภชะ (2558) ศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่จัดการศึกษาปฐมวัย ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ในโรงเรียนสังกัดเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่จัดการศึกษาปฐมวัย อยู่ในระดับสูง โดยมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในด้านจรรยาบรรณวิชาชีพครูเป็นลำดับสูงสุด รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านการจัดประสบการณ์ และระดับมาตรฐานของโรงเรียน ด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียน ด้านอาคารสถานที่ ด้านการปฏิบัติตนตามมาตรฐานวิชาชีพ ด้านภาวะผู้นำ ด้านผู้บริหารมืออาชีพ และด้านการพัฒนาสื่อแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา ตามลำดับ ผู้ปกครองที่มีกลุ่มอายุแตกต่างกันมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่จัดการศึกษาปฐมวัยทุกด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่จัดการศึกษาปฐมวัยทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ปกครองที่สำเร็จการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่จัดการศึกษาปฐมวัยทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พัชรี สุนทรเพียร (2559) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภัทรวิทยา อำเภอแม่สอด จังหวัดตากตามการรับรู้ของผู้ปกครอง ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภัทรวิทยา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ทั้งในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สำหรับภาพลักษณ์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเชื่อถือรองลงมาคือ ด้านความศรัทธา และด้านการยอมรับ และผลการผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียน จำแนกตามระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ พบว่าผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในด้านความเชื่อ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธาไม่ต่างกัน

ปัทมา พนารักษ์ (2559) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง : กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเมืองจันทบุรี 2 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง : กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเมืองจันทบุรี 2 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับดี เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความศรัทธา ด้านการยอมรับ และด้านความเชื่อถือ และการเปรียบเทียบภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง : กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเมืองจันทบุรี 2 จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียนในปกครองด้านการยอมรับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ



พรมิภา พรหมลิก (2559) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนาเพชรบูรณ์ และการตัดสินใจ เข้าศึกษาต่อของนักเรียนโรงเรียนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนาเพชรบูรณ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผ่านโทรศัพท์อย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านระดับชั้น ที่กำลังศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์ โรงเรียน และสื่อบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผ่านโทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต โรงเรียน สื่อบุคคล และวารสารวิทยาลัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญ และการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนาเพชรบูรณ์

ศุภาพิชญ์ ปังกระโทก (2559) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพลูตาหลวงวิทยา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพลูตาหลวงวิทยา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี โดยรวมและรายได้ทุกด้านอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการยอมรับ ด้านความศรัทธา และด้านความเชื่อถือ และเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนพลูตาหลวงวิทยา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำแนกตามวุฒิทางการศึกษาของผู้ปกครอง โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามระดับชั้น ของนักเรียนโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการยอมรับ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ปกครองนักเรียนที่มีนักเรียนในปกครอง ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสูงกว่าผู้ปกครองที่มีนักเรียน ในปกครองระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามสถานภาพการเป็นศิษย์เก่า โดยรวมและรายด้าน ทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ประภารัตน์ อู่อรุณ (2561) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับ จากมากไปน้อย 3 อันดับแรก คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความศรัทธา และด้านการยอมรับ การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนจำแนกตามระดับชั้นของนักเรียนโดยรวมมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา

ควรมีการพัฒนาโรงเรียนใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้เรียน ด้านผู้สอน ด้านหลักสูตร ด้านการบริหารจัดการ และการประชาสัมพันธ์

วิศรุต เหล่ามาลา (2561) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกบินทร์บุรี อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียน กบินทร์บุรี อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ตามการรับรู้ ของผู้ปกครองนักเรียน โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านความศรัทธามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านความเชื่อถือ และด้านการยอมรับ ตามลำดับ และผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนกบินทร์บุรี อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกตามระดับชั้น ของนักเรียน และเพศของผู้ปกครอง โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนก ตามอาชีพ และระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



### บทที่ 3

## ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 โดยผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 จำนวน 37 โรงเรียน เป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 37 คน และครู จำนวน 632 คน รวม 669 คน

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 37 คน และครู จำนวน 263 คน รวมทั้งหมดจำนวน 300 คน โดยพิจารณาอัตราส่วนของตัวแปรต่อขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Hair (2006, p.112) ไม่ควรน้อยกว่า 1:10 โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากขนาดของประชากร

ตารางที่ 3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารและครูโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา  
ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

ลำดับ	โรงเรียน	ประชากร (คน)		กลุ่มตัวอย่าง (คน)	
		ผู้บริหาร (คน)	ครู (คน)	ผู้บริหาร (คน)	ครู (คน)
1	บ้านแม่เทิน	1	21	1	9
2	บ้านปากกล้วย	1	17	1	7
3	บ้านสุเม่น	1	18	1	7
4	บ้านผาเวียง	1	15	1	6
5	บ้านห้วยไผ่	1	19	1	8
6	บ้านหนองแหน	1	22	1	9
7	บ้านปากค่าง	1	21	1	9
8	บ้านสารจิตร	1	23	1	10
9	บ้านวังพิกุล	1	16	1	7
10	บ้านชาน	1	22	1	9
11	บ้านท่ามกกะสัง	1	17	1	7
12	บ้านโชคม่วง	1	17	1	7
13	บ้านหนองบัว	1	16	1	7
14	บ้านท่าโพธิ์	1	14	1	6
15	บ้านสันหีบ	1	18	1	7
16	บ้านเตวี้นอก (สร้อยสนประชาสรรค์)	1	10	1	4
17	บ้านแม่ท่าแพ	1	21	1	9
18	บ้านธารชะอม	1	17	1	7
19	ชุมชนบ้านคลองยาง	1	7	1	3
20	บ้านปากกุมเกาะ	1	17	1	7

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลำดับ	โรงเรียน	ประชากร (คน)		กลุ่มตัวอย่าง (คน)	
		ผู้บริหาร (คน)	ครู (คน)	ผู้บริหาร (คน)	ครู (คน)
21	บ้านวังแร่	1	17	1	7
22	บ้านดงไทยวิทยา	1	17	1	7
23	บ้านขอนแก่น	1	17	1	7
24	วัดปากน้ำ	1	20	1	8
25	บ้านวัดโบสถ์	1	9	1	4
26	บ้านดงคู	1	19	1	8
27	บ้านห้วยไคร้	1	18	1	7
28	ไชยะวิทยา	1	23	1	10
29	บ้านท่าชัย	1	12	1	5
30	บ้านกลางดง	1	20	1	8
31	บ้านบึงบอน	1	21	1	9
32	บ้านสามหลัง (ประชารังสรรค์)	1	20	1	8
33	บ้านหนองรังสิต	1	18	1	7
34	อนุบาลสวรรคโลก (คิ่งวารีวิทยา)	1	17	1	7
35	บ้านเกาะตาเลี้ยง (ทองดีประชานุกูล)	1	11	1	5
36	บ้านวังลึก (ยุวนาฏชนูทิศ)	1	14	1	6
37	เทวัญอำนาจวิทย	1	11	1	5
	รวม	37	632	37	263
	รวมทั้งหมด		669		300

## ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ศึกษา หลักการ แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร ตำรา บทความและฐานข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการวิเคราะห์องค์ประกอบ บริบทโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศุโขทัยเขต 2 ศึกษาแผนกลยุทธ์ทางการศึกษา แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาประจำปี เพื่อสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย
2. สัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศุโขทัย เขต 2 เป็นผู้บริหารดีเด่นหรือได้รับรางวัลที่มีผลโอเน็ตสูง จำนวน 3 คน ครูที่ได้รับรางวัล 4 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากขั้นตอนที่ 1 โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์ผู้บริหารและครูมาสังเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศุโขทัย เขต 2
3. สร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศุโขทัย เขต 2
4. ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.6-1.0 (ภาคผนวก จ)
5. ปรับปรุงประเด็นในแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) ในระหว่างวันที่ 11 ธันวาคม 2562 ถึง 10 มกราคม 2563 กับผู้บริหารและครูโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศุโขทัย เขต 1 จำนวน 30 คน มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.96
7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ประกอบด้วย ผู้บริหารและครูในสังกัดโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศุโขทัย เขต 2 มีกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 300 คน ในระหว่างวันที่ 15 มกราคม ถึง 28 มีนาคม 2563 ได้แบบสอบถามกลับมาร้อยละ 100
8. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ของตัวแปร จำแนกตามองค์ประกอบ โดยที่น้ำหนักมากกว่าหรือเท่ากับ 0.30 และมีน้ำหนักโดดเด่นเพียงองค์ประกอบเดียว (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548, น.164)

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) เกี่ยวกับเพศ อายุ ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน และวุฒิทางการศึกษา

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมขององค์ประกอบภาพลักษณ์ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น.74)

- 5 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามปลายเปิดเพื่อให้ข้อเสนอแนะและให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

## วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ หลักการ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ หลักการ แนวคิด หลักการ แนวคิดการวิเคราะห์องค์ประกอบ บริบทของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2 เอกสารจากโรงเรียน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมจากการสังเคราะห์ เช่น แผนกลยุทธ์โรงเรียน แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา รายงานการพัฒนาคุณภาพการศึกษา (SAR) แล้วนำมากำหนดขอบเขตของข้อคำถาม และสร้างคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหาที่จะศึกษา
3. นำร่างแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำและตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ภาษาและสำนวนแล้วนำไปปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขและผ่านการตรวจแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (ภาคผนวก ก) พิจารณาตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

- +1 แทน เมื่อแน่ใจว่าข้อความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 แทน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 1 แทน เมื่อแน่ใจว่าข้อความไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

5. นำแบบสอบถาม ที่ผ่านการพิจารณา ตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปหาค่า IOC (Index of Congruence) ของแต่ละข้อโดยใช้เกณฑ์  $IOC \geq 0.5$  (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น. 61-67) และเลือกข้อที่ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.5-1.00 มาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม

6. นำแบบสอบถามไปปรับปรุงและแก้ไขเพิ่มเติมอีกครั้งตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ ให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้องและสมบูรณ์

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ถึงผู้อำนวยการสำนักงานพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสถานศึกษาและครูโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

2. ทำบันทึกข้อความขอความอนุเคราะห์แนบไปพร้อมกับหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามส่งมายังผู้วิจัย โดยใส่ซองที่ผู้วิจัยได้ให้ไว้พร้อมติดแสตมป์และที่อยู่ส่งกลับ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 15 มกราคม ถึง 28 มีนาคม 2563 ได้แบบสอบถามกลับมาร้อยละ 100

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาจากแต่ละโรงเรียนมาดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนและนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป



### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอค่าสถิติต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน โดยการคำนวณร้อยละ
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา  
ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2 ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล  
ดังนี้

#### ผลการการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (n=300)	ร้อยละ
ชาย	98	32.70
หญิง	202	67.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุพบว่า  
ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 เพศหญิง จำนวน 202 คน  
คิดเป็นร้อยละ 67.30

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (n=300)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	40	13.30
มากกว่า 30-40 ปี	173	57.70
มากกว่า 40 -50 ปี	62	20.70
50 ปี ขึ้นไป	25	8.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 มีอายุมากกว่า 30-40 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.70 มีอายุมากกว่า 40-50 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	จำนวน (n=300)	ร้อยละ
ผู้บริหารสถานศึกษา	37	12.00
ครู	263	88.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันเป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และครู จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 88.00

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวุฒิทางการศึกษา

ประสบการณ์ทำงาน	จำนวน (n=300)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ปี	57	19.00
ประสบการณ์ 5-10 ปี	74	24.70
ประสบการณ์ 10-15 ปี	82	27.30
ประสบการณ์ 15-20 ปี	38	12.70
ประสบการณ์ 20 ปีขึ้นไป	49	16.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ทำงานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ทำงานไม่เกิน 5 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 มีประสบการณ์มากกว่า 5-10 ปี จำนวน 74.00 คิดเป็นร้อยละ 24.70 มีประสบการณ์ 10-15 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 มีประสบการณ์ 15-20 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 มีประสบการณ์ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30

การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความเหมาะสมเบื้องต้นในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Kaiser-Meyer-Olkin; KMO และค่า Bartlett's Test) ดังนี้

1. ผู้วิจัยตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) และ Bartlett's Test of Sphericity เพื่อใช้ในการวัดความเหมาะสมของข้อมูล ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO หรือ MSA) และ Bartlett's Test of Sphericity ของการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

Kaiser-Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy	0.724
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi - Square	2706.491
df	6
Sig.	0.000

จากตารางที่ 8 พบว่าค่า KMO มีค่า 0.724 ซึ่งมากกว่า 0.5 และค่า Bartlett's Test มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square = 2706.491 ได้ค่า Significance = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ในแบบสอบถาม จำนวน 30 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้

การพิจารณาตัดสินว่าจะเป็นองค์ประกอบได้หรือไม่ดูจากค่า Eigenvalue ซึ่งเป็นตัวที่บอกถึงความสามารถขององค์ประกอบว่าอธิบายความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรได้มากหรือน้อยเพียงไร ดังนั้นค่า Eigenvalue ต้องมากกว่า 1.00 จึงจะรับว่าเป็นองค์ประกอบได้

การพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบว่าตัวแปรแต่ละตัวควรอยู่ในองค์ประกอบใดใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าน้ำหนักค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.30 ขึ้นไป แล้วพิจารณาองค์ประกอบคัดเลือกเฉพาะตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุดบนองค์ประกอบนั้น พิจารณาถึงจำนวนตัวแปรที่ร่วมกันชี้วัดค่าความแปรปรวนของแต่ละองค์ประกอบ ได้ทั้งหมด 4 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบ การได้รับความเชื่อถือ มีจำนวน 10 ตัวแปร องค์ประกอบ การได้รับความศรัทธา มีจำนวน 7 ตัวแปร องค์ประกอบ การได้รับการยอมรับ มีจำนวน 7 ตัวแปร และองค์ประกอบ ความเข้าใจและการรับรู้ มีจำนวน 6 ตัวแปร รวมตัวแปรทั้งสิ้น 30 ตัวแปร

เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ ผู้วิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษาใช้หลักเหตุผล พิจารณาบททวนจากได้การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วร่วมกันกำหนดชื่อองค์ประกอบ หรือตั้งชื่อองค์ประกอบเพื่อสื่อความหมายที่สอดคล้องกับตัวแปรของแต่ละองค์ประกอบ เพื่อให้ มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ต่อไปโดยนำเสนอองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบ ดังแสดง ในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 จำนวน 4 องค์ประกอบ

ที่	ชื่อองค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ร้อยละของความแปรปรวน	ลำดับที่
1	องค์ประกอบการได้รับความเชื่อถือ	12.29	40.95	1
2	องค์ประกอบการได้รับความศรัทธา	7.57	25.22	2
3	องค์ประกอบการได้รับการยอมรับ	4.05	13.49	3
4	องค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้	2.63	8.76	4
ร้อยละของความแปรปรวนทั้งหมด			88.42	

จากตารางที่ 9 พบว่าองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบการได้รับความเชื่อถือ มีค่าไอเกนเท่ากับ 12.286 ร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 40.952 องค์ประกอบการได้รับความศรัทธา มีค่าไอเกนเท่ากับ 7.567 ร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 25.224 องค์ประกอบการได้รับการยอมรับ มีค่าไอเกนเท่ากับ 4.046 ร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 13.485 และองค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้ มีค่าไอเกนเท่ากับ 2.628 ร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 8.761 และร้อยละของความแปรปรวนสะสมเท่ากับ 88.42

ผลการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เป็นค่าที่ชี้ถึงระดับหรือปริมาณ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัวกับองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบโดยพิจารณาค่าน้ำหนัก องค์ประกอบที่มีค่า 0.6 ขึ้นไปโดยเรียงลำดับค่าน้ำหนักองค์ประกอบในแต่ละองค์ประกอบ จากมากไปหาน้อย ดังแสดงตามตารางที่ 10-13 ตามลำดับดังนี้

ตารางที่ 10 องค์ประกอบการได้รับความเชื่อถือ

ตัวแปร (ข้อที่)	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ที่
20	นักเรียนมีความมุ่งมั่นในการทำงาน	0.954	1
29	โรงเรียนมีแหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกที่นำมาใช้ ในการจัดการศึกษา	0.954	2
22	นักเรียนมีจิตอาสา ระเบียบวินัย คิด วิเคราะห์ แยกแยะ แก้ปัญหาอย่างรอบคอบ	0.954	3
28	โรงเรียนมีอาคารเรียนและอาคารประกอบที่เพียงพอและ ปลอดภัย	0.954	4
14	ครูมีความสามารถในการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning	0.947	5
21	นักเรียนไม่เสเพลสิ่งเสพติด	0.930	6
27	โรงเรียนมีบริเวณภายนอกโดยรอบที่ปลอดภัยจาก อบายมุข	0.895	7
30	โรงเรียนมีระบบสาธารณสุขที่เพียงพอและทันสมัย	0.795	8
26	โรงเรียนมีบรรยากาศภายในโรงเรียนที่สะอาด ร่มรื่น สวยงาม	0.694	9
16	ครูมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐาน	0.659	10
ค่าไอเกน		12.286	
ร้อยละของความแปรปรวน		40.952	

จากตารางที่ 10 พบว่าองค์ประกอบการได้รับความเชื่อถือสามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปร  
จำนวน 10 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปร 20, 29, 22, 28, 14, 21, 27, 30, 26 และ 16  
รวม 10 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.659 ถึง 0.954 มีค่าไอเกน เท่ากับ 12.286  
มีค่าร้อยละของความแปรปรวนที่อธิบายองค์ประกอบได้เท่ากับ 40.952 และตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า  
“การได้รับความเชื่อถือ”

ตารางที่ 11 องค์ประกอบการได้รับความศรัทธา

ตัวแปร (ข้อที่)	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับที่
23	นักเรียนมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	0.944	1
25	นักเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันกิจกรรมทางวิชาการ เช่น งานศิลปหัตถกรรม การแข่งขันกีฬา เป็นต้น	0.944	2
15	ครูมีการพัฒนาตนเองด้วยวิธีการที่หลากหลาย เป็นประจำทุกปีและต่อเนื่อง	0.937	3
17	ครูมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน	0.935	4
24	นักเรียนมีทักษะวิชาชีพ	0.891	5
18	ครูมีผลงานที่ได้รับการยกย่อง เชิดชูเกียรติ จากหน่วยงานต้นสังกัด และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	0.888	6
19	นักเรียนมีกิจกรรมรยาท พุดจาสุภาพเรียบร้อย มีสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ดี	0.656	7
ค่าไอเกน		7.567	
ร้อยละของความแปรปรวน		25.224	

จากตารางที่ 11 พบว่าองค์ประกอบที่ 2 ด้านการได้รับความศรัทธา สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปร จำนวน 7 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปร 23, 25, 15, 17, 24, 18 และ 19 รวม 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.656 ถึง 0.944 มีค่าไอเกน เท่ากับ 7.567 มีค่าร้อยละของความแปรปรวนที่อธิบายองค์ประกอบได้เท่ากับ 25.224 และตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การได้รับความศรัทธา”



ตารางที่ 12 องค์ประกอบการยอมรับ

ตัวแปร (ข้อที่)	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับที่
2	โรงเรียนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัด และหน่วยงานจากภายนอก	0.965	1
4	โรงเรียนส่งเสริม สนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดการศึกษา	0.918	2
1	โรงเรียนมีความพร้อมในการจัดการเรียนรู้แก่นักเรียน ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง	0.761	3
3	โรงเรียนสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ปกครองและชุมชน ว่าสามารถพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพ	0.754	4
6	โรงเรียนนำข้อมูลสารสนเทศจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และจุดที่ควรพัฒนา มาปรับปรุงพัฒนา อย่างต่อเนื่อง	0.686	5
5	โรงเรียนส่งเสริม สนับสนุนให้มีกิจกรรมทางวิชาการ และวิชาชีพที่เหมาะสมแก่นักเรียน	0.682	6
10	ผู้บริหารส่งเสริม สนับสนุน ครูและบุคลากรในโรงเรียน ให้พัฒนาตนเองอย่างหลากหลาย เพื่อให้เกิด ความก้าวหน้าในวิชาชีพ	0.668	7
ค่าไอเกน		4.046	
ร้อยละของความแปรปรวน		13.485	

จากตารางที่ 12 พบว่าองค์ประกอบการยอมรับ สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปร  
จำนวน 7 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปร 2, 4, 1, 3, 6, 5 และ 10 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ  
ระหว่าง 0.668 ถึง 0.965 มีค่าไอเกน เท่ากับ 4.046 มีค่าร้อยละของความแปรปรวนที่อธิบาย  
องค์ประกอบได้เท่ากับ 13.485 และตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การได้รับการยอมรับ”

ตารางที่ 13 องค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้

ตัวแปร (ข้อที่)	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับที่
13	ผู้บริหารกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการศึกษา	0.921	1
7	ผู้บริหารมีพฤติกรรมยิ้มแย้ม แจ่มใส กระตือรือร้น อ่อนน้อมถ่อมตน และแสดงถึงความมีไมตรีจิต	0.916	2
9	ผู้บริหารพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ	0.699	3
12	ผู้บริหาร มีการสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และชุมชน อย่างสม่ำเสมอ	0.683	4
11	ผู้บริหารประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร ของโรงเรียน ให้แก่ชุมชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ	0.657	5
8	ผู้บริหารสามารถโน้มน้าวให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วน ร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน	0.620	6
ค่าไอเกน		2.628	
ร้อยละของความแปรปรวน		8.761	

จากตารางที่ 13 พบว่าองค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้ สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปร  
จำนวน 6 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปร 13, 7, 9, 12, 11 และ 8 มีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ  
ระหว่าง 0.620 ถึง 0.921 มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.628 มีค่าร้อยละของความแปรปรวนที่อธิบาย  
องค์ประกอบได้เท่ากับ 8.761 และตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การเข้าใจและรับรู้”

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูโรงเรียนขยายโอกาส ทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ปีการศึกษา 2561 จาก 37 โรงเรียน เป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 37 คน และครู จำนวน 632 คน รวมทั้งหมด จำนวน 669 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 37 คน และครู จำนวน 263 คน รวมทั้งหมดจำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากขนาดของประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ และการวิเคราะห์องค์ประกอบ เชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

#### สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษากการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ทั้งหมดมี 4 องค์ประกอบ 30 ตัวแปร ได้แก่ องค์ประกอบการได้รับความเชื่อถือ มี 10 ตัวแปร มีค่าร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 40.95 องค์ประกอบการได้รับความศรัทธา มี 7 ตัวแปร มีค่าร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 25.22 องค์ประกอบการได้รับการยอมรับ มี 7 ตัวแปร มีค่าร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 13.49 และองค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้ มี 6 ตัวแปร มีค่าร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 8.76 โดยมีร้อยละของความแปรปรวนสะสมเท่ากับ 88.42

#### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 โดยใช้ตัวแปรองค์ประกอบ ภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

สุโขทัย เขต 2 จำนวน 30 ตัวแปร ซึ่งตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กัน โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.30 ขึ้นไป โดยใช้สถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) และ Bartlett's Test of Sphericity เพื่อวัดความเหมาะสมของข้อมูล แล้วจึงพิจารณาองค์ประกอบคัดเลือกเฉพาะตัวแปรที่ร่วมกันชี้วัดค่าความแปรปรวนของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งได้องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ทั้งหมด 4 องค์ประกอบ 30 ตัวแปร ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 การได้รับความเชื่อถือ มี 10 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 2 การได้รับความศรัทธา มี 7 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 3 การได้รับการยอมรับ มี 7 ตัวแปร และองค์ประกอบที่ 4 ความเข้าใจ และการรับรู้ มี 6 ตัวแปร

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจในแต่ละองค์ประกอบแล้วมีความสอดคล้องและสัมพันธ์กันดังนี้

1. องค์ประกอบที่ 1 การได้รับความเชื่อถือ เมื่อพิจารณาตามลักษณะของตัวแปรที่ได้จากผลการวิเคราะห์ สามารถอธิบายองค์ประกอบนี้ได้ คือ โรงเรียนมีอาคารเรียนและอาคารประกอบที่เพียงพอและปลอดภัย มีระบบสาธารณูปโภคที่เพียงพอและทันสมัย มีบริเวณภายนอกโดยรอบที่ปลอดภัยจากอบายมุข มีบรรยากาศภายในโรงเรียนที่สะอาด ร่มรื่น สวยงาม และมีการจัดแหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกที่นำมาใช้ในการจัดการศึกษา ครูมีความสามารถในการจัดการเรียนรู้แบบ Active learning มุ่งมั่นในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน นักเรียนความมุ่งมั่นในการทำงาน มีจิตอาสา ระเบียบวินัย สามารถคิด วิเคราะห์ แยกแยะ แก้ปัญหาอย่างรอบคอบ และไม่เสพสิ่งเสพติด ทั้งนี้เป็นเพราะด้านการได้รับความเชื่อถือ ครูต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการถ่ายทอดความรู้ โรงเรียนมีอาคารเรียน อาคารประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอและปลอดภัย และผู้บริหาร และอันดับสุดท้าย คือ โรงเรียนมีสื่อเทคโนโลยี อุปกรณ์การเรียนการสอนที่เหมาะสมกับผู้เรียนจึงได้รับความเชื่อถือจากชุมชน (ปัทมา พนารักษ์, 2559, น.40) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริธัญญา โกษะ (2558, น.13) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่จัดการศึกษาปฐมวัยตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนสังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 2 พบว่าผู้ปกครองมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่มีสภาพแวดล้อมที่ความสะอาดร่มรื่น เนื่องมาจากผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องเดินทางรับ-ส่ง นักเรียนเป็นประจำทำให้ผู้ปกครองเกิดการรับรู้โดยตรง ในการจัดอาคารสถานที่ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน โดยผู้ปกครองจะมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์การจัดห้องเรียน บรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ตัวอาคาร แข็งแรง มั่นคง เหมาะสม มุ่งเน้นเน้นความปลอดภัยของเด็ก ซึ่งการจัดสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมเอื้อต่อการเรียนรู้ เพราะการจัดอาคารสถานที่สภาพแวดล้อมเป็นสถานที่ที่เด็กได้แสดงออกซึ่งความสนใจ ความรู้สึก ความคิดสร้างสรรค์

และช่วยสร้างเสริมพัฒนาการของเด็ก ด้วยเหตุนี้การจัดสภาพแวดล้อมที่ทรงคุณค่าจะช่วยให้เด็กได้รับประสบการณ์ตรง

2. องค์ประกอบการได้รับความศรัทธา เมื่อพิจารณาตามลักษณะของตัวแปรที่ได้ผลจากการวิเคราะห์ สามารถอธิบายองค์ประกอบนี้ได้ คือ โรงเรียนนำข้อมูลสารสนเทศจากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และจุดที่ควรพัฒนา มาปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริม สนับสนุนให้มีกิจกรรมทางวิชาการและวิชาชีพที่เหมาะสมแก่นักเรียน มีความพร้อมในการจัดการเรียนรู้แก่นักเรียนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริม สนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ปกครองและชุมชนว่า สามารถพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพ ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานจากภายนอก ทั้งนี้เป็นเพราะโรงเรียนสามารถจัดการศึกษาในระดับการศึกษาพื้นฐานได้อย่างมีคุณภาพ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง เป็นแหล่งเรียนรู้ และให้บริการแก่ชุมชนและสังคม ได้เป็นอย่างดี ส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่พัฒนานักเรียน (ประภารัตน์ อู่อรุณ, 2561, น.55) และสอดคล้องกับวิศรุต เหล่ามาลา (2561, น.43) พบว่าการที่โรงเรียนได้รับความศรัทธานั้นเกิดจากโรงเรียนได้รับการสนับสนุนการจัดการศึกษาทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ชุมชน มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งเป็นแหล่งรวมความรู้และให้บริการแก่ชุมชนและบุคคลทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภาพิชญ์ ปังกระโทก (2559, น.88) ที่ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของโรงเรียนพลุดาหลวงวิทยา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีพบว่า ผู้บริหาร ครู และบุคลากรของโรงเรียนปฏิบัติหน้าที่ตามระเบียบ ประพฤติตนตามขนบธรรมเนียม ประเพณีที่ดีงาม มีจรรยาบรรณในวิชาชีพครู เป็นแบบอย่างที่ดีให้นักเรียนและสังคม มีบทบาทและหน้าที่ครอบคลุมหลายด้าน มีทั้งกิจกรรมด้านวิชาการ การบริการ และการพัฒนาตัวอย่างที่เห็นเชิงประจักษ์ก็คือได้รับรางวัลเกียรติยศต่าง ๆ สำหรับส่วนของนักเรียนโรงเรียนได้จัดกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ที่ส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมให้กับนักเรียนหลายด้าน เช่น แบ่งเขตพื้นที่รับผิดชอบ จัดกิจกรรมสภานักเรียน ส่งเสริมประชาธิปไตย กิจกรรมทูปีนัมเบอร์วัน กิจกรรมถนนโครงการ กิจกรรมเสริมทัศนคติชีวิตงาม เป็นต้น กิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นที่ยอมรับและสนับสนุนให้โรงเรียนจัดเป็นประจำทุกปีเพราะเห็นว่ามีประโยชน์กับนักเรียนซึ่งสามารถส่งเสริมวินัย คุณธรรมและจริยธรรม ทำให้ผู้ปกครองมีความภูมิใจและประทับใจที่จะส่งบุตรหลาน เข้ามาศึกษาในโรงเรียนแห่งนี้ ทั้งผู้บริหาร คณะครู และนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน ทำให้โรงเรียนได้รับการชื่นชมและยกย่องจากผู้ปกครองนักเรียนและชุมชน

3. องค์ประกอบการได้รับการยอมรับ เมื่อพิจารณาตามลักษณะของตัวแปรที่ได้ผลจากการวิเคราะห์ สามารถอธิบายองค์ประกอบนี้ได้คือ ครูมีการพัฒนาตนเองด้วยวิธีการที่หลากหลายเป็นประจำทุกปีและต่อเนื่อง และมีผลงานที่ได้รับการยกย่อง เชิดชูเกียรติ จากหน่วยงานต้นสังกัด

และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน นักเรียนมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีกิจกรรมนันทนาการ พุดจาสุภาพเรียบร้อย มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี รวมทั้งการได้รับรางวัล จากการแข่งขันกิจกรรมทางวิชาการ เช่น งานศิลปหัตถกรรม การแข่งขันกีฬา ทั้งนี้เป็นเพราะนักเรียน มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ได้รับรางวัลจากการแข่งขันและการประกวดในระดับต่าง ๆ และมีความสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับโรงเรียนครูมีความรู้ความเข้าใจให้บริการอย่างมืออาชีพ จึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนด้านการยอมรับ (ประภารัตน์ อุ่อรุณ, 2561, น.53-54) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมา พนารักษ์ (2559, น.40) ที่ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์โรงเรียนตาม การรับรู้ของผู้ปกครอง : กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเมืองจันทบุรี 2 พบว่าการได้รับการยอมรับนั้น ครูต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการถ่ายทอดความรู้โรงเรียนมีอาคารเรียน อาคารประกอบ และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอและปลอดภัย และผู้บริหารได้รับการยอมรับนับถือ จากผู้ปกครองและชุมชน และอันดับสุดท้ายคือ โรงเรียนมีสื่อเทคโนโลยี อุปกรณ์การเรียนการสอน ที่เหมาะสมกับผู้เรียน

4. องค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้ เมื่อพิจารณาตามลักษณะของตัวแปรที่ได้ผลจากการ วิเคราะห์ สามารถอธิบายองค์ประกอบนี้ได้ คือ ผู้บริหารกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการศึกษา มีพฤติกรรมยิ้มแย้ม แจ่มใส กระตือรือร้น อ่อนน้อมถ่อมตน และแสดงถึงความมีเมตตาจิต พัฒนาดตนเองอย่างสม่ำเสมอ มีการสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้องและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนให้แก่ชุมชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ และผู้บริหารสามารถโน้มน้าว ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน ทั้งนี้เป็นเพราะพฤติกรรมในองค์ประกอบนี้ เป็นพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนซึ่งเป็นภาพลักษณ์ของบุคคล ที่เกิดขึ้นในใจของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ โรงเรียนอันนำไปสู่เจตคติ ค่านิยม ความรู้สึก ความเข้าใจและการรับรู้ (พรรั้งภา พรณลิก, 2558, น.42) สอดคล้องกับ พัชรี สุนทรเพียร (2559, น.57-59) ที่กล่าวว่าผู้บริหารที่มีความประพฤติดี มีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีความทุ่มเท อุทิศตนในการทำงาน มีทัศนคติเชิงบวก มีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่น เห็นคุณค่าและยอมรับผลงาน ในการปฏิบัติการสอนของครูและการทำงานของเจ้าหน้าที่เป็นผู้นำทางวิชาการและเป็นผู้นำ ในการดำเนินงานต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย พฤติกรรมดังกล่าวมาแล้ว จะไปสู่ความเข้าใจและการรับรู้ของผู้ร่วมงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิสรุต เหล่ามาลา (2561, น.40-43) ที่ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของโรงเรียนกบินทร์บุรี อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน พบว่า ผู้บริหารที่บริหารสถานศึกษาแล้วทำให้เกิดประสิทธิผล และประสิทธิภาพในการจัดการศึกษานั้น จะต้องจัดมีระบบการบริหารงานที่โปร่งใส สามารถ ตรวจสอบได้ มีการให้บริการด้านการศึกษาของโรงเรียนทำให้นักเรียนและชุมชนเกิดความประทับใจ สามารถเป็นสถานที่ศึกษาดูงานของหน่วยงานอื่น มีการสนับสนุนการพัฒนาโครงการและกิจกรรม

ทางวิชาการที่มีเนื้อหาสาระทันสมัย สอดคล้องกับภาวะเหตุการณ์ในปัจจุบัน มีการจัดทำหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน มีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง มีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนเป็นอย่างดี จนทำให้นักเรียนที่จบจากโรงเรียนเป็นนักเรียนที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของสังคม และสถาบันการศึกษาอื่น

### **ข้อเสนอแนะ**

#### **ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย**

จากการวิจัยพบว่าการเกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียนเกิดจากพฤติกรรมที่แสดงออกของผู้บริหาร ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน ดังนั้นเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง ผู้ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวต้องแสดงพฤติกรรมที่ดีและเหมาะสม อันนำไปสู่ความร่วมมือกันที่จะสร้างภาพลักษณ์

#### **ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

ควรศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ว่ามีภาพลักษณ์อยู่ในระดับใด เพื่อจะได้วางแผนในการสร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสมต่อไป



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กรอุณาภรณ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2538). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ สัมพันธภาพของคู่สมรสกับการปรับตัวของสตรีวัยหมดประจำเดือน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2551). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ. (2537). *"การสร้างและรักษาภาพพจน์" ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกษศิริรินทร์ มั่งมี. (2556). *การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คมกฤช พรหมฉิน. (2560). *การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- จรัสลักษณ์ ผลบริบูรณ์เจริญ. (2542). *ภาพลักษณ์ของบริษัทจัดหางานกับการใช้บริการของผู้หางาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัฐธยาน์ พิชรชัยวัฒน์. (2551). *ภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครองโรงเรียนเทศบาล 2 (วัดใน) เทศบาลนครสมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). *การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล*. สืบค้น 9 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.watponn.com/spss>.
- ชลรัตน์ ชลมารค. (2548). *ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร คำบุญรัตน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: อินโหม้เทรต.
- ตราจิตต์ เมืองคล้าย. (2556). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต "พิบูลบำเพ็ญ"*. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *การวิเคราะห์อภิमान*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- นภัสสร พวงเกษ. (2558). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนอนุบาลตำบลนิคมพัฒนา อำเภอนิคมพัฒนาจังหวัดระยอง ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- นัยนา สังฆะเกตตุ. (2551). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนศรีวัฒนาบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีนานาชาติตาม การรับรู้ของผู้ปกครอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บัญญัติ คำณวนวัฒน์. (2532). *งานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพพจน์ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทยจำกัด : ศึกษากรณีโรงงานปูนซีเมนต์แก่งคอย จังหวัดสระบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บัวไข ใจงาม. (2549). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนบ้านหนองแอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 2*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). มหาสารคาม: สุวีริยาสาสน์.
- บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. (2543). *การวัดและประเมินผลการศึกษาทฤษฎีและประยุกต์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- ปรัง ธาระวานิช และทวีวัฒน์ ปิตยานนท์. (2559). *การวิเคราะห์ปัจจัยพหุระดับที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 6, น. 152.
- ประจวบ อินอ้อด. (2532). *เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประภาร์ตน์ อุ่อรุณ. (2561). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง นักเรียน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปัญญา วันตา. (2555). *ภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนตราษตระการคุณ จังหวัดตราด สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปัทมา พนารักษ์. (2559). *ภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง : กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเมืองจันทบุรี 2*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญยวีร์ เลิศพรนฤพงศ์. (2553). *อิทธิพลของการชมโฆษณาที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์กระดาษไอเดียกรีน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. (2533). *ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์. ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. (2537). *ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พจน์ ใจหาญสุขกิจ. (2552). *IMAGE IS POWER พลังแห่งภาพลักษณ์*. กรุงเทพฯ: ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2540). *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ขงพลเทรตติ้ง.
- พรรัสมิภา พรรณลิก. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ*

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา เพชรบูรณ์และการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของ  
นักเรียนโรงเรียนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ

- พัชราภรณ์ เกษะประกร. (2550). การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรี สุนทรเพียร. (2559). ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภัทรวิทยา อำเภอแม่สอด จังหวัดตากตามการรับรู้  
ของผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พิมชนก ไทยทองอ่อน. (2558). แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์โรงเรียนอนุบาลร้อยเอ็ด อำเภอร้อยเอ็ด  
จังหวัดนราธิวาส. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. (2546). การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2530). พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ 2530. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- วิจิตร อาวะกุล. (2534). เทคนิคการประชาสัมพันธ์. โอเอสพรีนติ้ง เฮาส์.
- วิมลพรรณ อาภาเวท. (2546). การวางแผนการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: บุ๊คพอยท์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงใหม่). (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช อภีรัตนกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- วิรัชต์ แสงดาวฉาย. (2531). ภาพพจน์ของ พล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ในหนังสือพิมพ์ไทย. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิศรุต เหล่ามาลา. (2561). ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกบินทร์บุรี อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ตาม  
การรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. (2545). การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิรินทร์ โพธิ์รุชา. (2556). ภาพลักษณ์ของโรงเรียนขนาดเล็กเครือข่ายคุณภาพการศึกษาวัดหลวงนาง  
ขาว ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง สังกัดสำนักงานพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2544). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- ศุภาพิชญ์ ปังกระโทก. (2559). ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพลุดาหลวงวิทยา สังกัดองค์การบริหาร  
ส่วนจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ส.วาสนา ประवालพฤกษ์. (2535). คำบรรยายวิชาการวิเคราะห์องค์ประกอบ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

- สมชาย ศรีวิรัตน์. (2557). งานประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร. สืบค้น 10 กันยายน 2560, จาก [gotoknow.org/posts/548401](http://gotoknow.org/posts/548401)
- สมิต สัจฉกร. (2548). ศิลปะการให้บริการ. กรุงเทพฯ: วิทยุชน.
- สัมพันธ์ วิทยุธีระนันท์. (2532). ภาพลักษณ์ (Body image). กรุงเทพฯ: คณะพยาบาลศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สายชน สัจฉานิตย์. (2546). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากรตามการรับรู้ของนักศึกษาที่ลาออกจาก การเป็นนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2. (2560). บริษัทโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2557). คู่มือการคุ้มครองและการช่วยเหลือเด็กนักเรียน. กรุงเทพฯ :ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579. กรุงเทพฯ: พรินทวาทกราฟฟิค.
- สิทธิกร บุตรสนม. (2556). ภาพลักษณ์โรงเรียนเกาะโพธิ์อ่าวงามวิทยา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ มัธยมศึกษา เขต 18 ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สิริญา โภชะ. (2558). การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่จัดการศึกษาปฐมวัยตามการรับรู้ของ ผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา พระนครศรีอยุธยา เขต 2. วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเก่า, ปีที่ 2, หน้า 9-16.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และลัดดาวัลย์ รอดมณี. (2537). การวิเคราะห์องค์ประกอบของประสิทธิภาพ ของครูคณิตศาสตร์ตามการประเมินตนเองและนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสามัญ ศึกษาจังหวัดนครสวรรค์.
- สุนิษา ขอบชัย. (2559). กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ในงานบริการ. สืบค้น 2 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.entaining.net/>
- สุดถนอม ตันเจริญ. (2557). การสื่อสารเอกลักษณ์และชื่อตราเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย. 19 (1), น. 97-105.
- สุภาส อังสุชาติ. (2551). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ : เทคนิค การใช้โปรแกรม LISREL. กรุงเทพฯ: วิรัตน์ เอ็ดดุกะเซ็น.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. A.N.การพิมพ์.
- อรุณ งามดี. (2540). ภาพพจน์ที่สังคมยอมรับ. ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อติศรา เจริญวานิช. (2534). *การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*  
*แผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรม*  
*ประชาสัมพันธ์.*
- อัมพรเพชร ชาญวิจิตร. (2551). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสังกัดเทศบาลนครราชสีมา ตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนและชุมชนในเขตเทศบาลนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.*
- อุทุมพร ทองอุไทย. (2523). *แนวคิดเกี่ยวกับความรู้. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.*
- Anderson P. M. & Leonard G. R. (1989). *Marketing communications.* New Jersey: Prentice-Hall.
- Anderson P. M. & Robin L. G. (1986). *Marketing Communications.* New Jersey: Prentice - haif.
- Boulding. (1975). *The Image: Knowledge in Life and Society.* Michigan: The University of Michigan Press.
- Fishbein M. (1967). *Readings in attitude theory and measurement.* New York: John Wiley & Sons.
- Gregory James R. & Wiechmann Jack G. (1991). *Marketing Corporate Image.* Chicago: NTC Publishing Grop.
- Hair , J. F. B., W. C., Babin, B, J.Anderson, R. E. and Tatham, R. L.,. (2006). *Multivariate data analysis.* New Jersey: Prentice Hall.
- Hershey P. & Berchard K. H. (1977). *Leadership and the one minute manager.* New Jersey: Prentice Hall.
- Stuart G. B. & Sundeen S. J. (1983). *Principle and practice of psychiatric nursing.* St. Louise: C. V. Mosby.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

ผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

### รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วจี ปัญญาใส อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา รุจิเมธภาส อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
3. อาจารย์ ดร.ชลายุทธ์ คุรุทเมือง อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์







ที่ อว ๐๖๑๔.๑๐/ว๒๕๕

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๒๔ กันยายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิ ปัญญาใส

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. เนื้อหาบทที่ ๑ - ๓	จำนวน ๑ ชุด
	๒. ร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	จำนวน ๑ ชุด
	๓. แบบประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม	จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาถา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์กา ธรรมสิทธิ์ เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์เชิงวิชาการของวิทยานิพนธ์ดังกล่าว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๔

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาถา ๐ ๘๙๒๓ ๕๕๕๑ ๕

ที่ อว ๐๖๑๔.๑๐/ว๒๕๕



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์  
อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๒๔ กันยายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา รุจิเมธาภาส

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. เนื้อหาบทที่ ๑ - ๓	จำนวน ๑ ชุด
	๒. ร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	จำนวน ๑ ชุด
	๓. แบบประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม	จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาถา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพกา ธรรมสิทธิ์ เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์เชิงวิชาการของวิทยานิพนธ์ดังกล่าว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจิ้น)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาถา ๐ ๘๙๒๓ ๕๕๙๑ ๕



ที่ อว ๐๖๑๔.๑๐/๖๒๕๕

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์  
อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๒๔ กันยายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์ ดร.ชลายุทธ์ ครูทเมือง

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. เนื้อหาบทที่ ๑ - ๓	จำนวน ๑ ชุด
	๒. ร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	จำนวน ๑ ชุด
	๓. แบบประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม	จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาทา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพกา ธรรมสิทธิ์ เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์เชิงวิชาการของวิทยานิพนธ์ดังกล่าว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจิ้น)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาทา ๐ ๘๘๒๓ ๕๕๔๑ ๕



ภาคผนวก ข  
ผู้ให้การสัมภาษณ์

## รายนามผู้ให้การสัมภาษณ์

- |                              |                                       |
|------------------------------|---------------------------------------|
| 1. นายภู่อุทธิ์ อิ่มเทศ      | ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านปากกล้วย       |
| 2. นางเมตตา แสงลาภ           | ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านสารจิต         |
| 3. นายสุรพล มั่นเหมาะ        | ผู้อำนวยการโรงเรียนเทวัญอำนวยการวิทย์ |
| 4. นางสาวสร้อยสุดา อินทนนท์  | ครูโรงเรียนบ้านสูงเม่น                |
| 5. นางรัชต์ตะวัน อุดมวัฒนกุล | ครูโรงเรียนบ้านห้วยโป้                |
| 6. นายสุขุม เทียนสุข         | ครูโรงเรียนบ้านปากกล้วย               |





ที่ ศธ ๐๕๓๕.๑๐/ว๐๒๓

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน นายภูฤทธิ อิ่มเทศ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านปากกล้วย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาถา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมผกา ธรรมสิทธิ์ เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน อนุญาตให้ นางสาวนฤมล คาถา เข้าดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยการสัมภาษณ์ท่าน โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานนัดหมายวันเวลาและสถานที่ที่ท่านสะดวกต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาในชั้นต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ชาวฤทธิ์ จันจिन)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาถา ๐ ๘๙๒๓ ๕๕๕๑ ๕



ที่ ศธ ๐๕๓๕.๑๐/ว๐๒๓

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์  
อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน นางเมตตา แสงวงลาม ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านสารจิตร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาคา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์กา ธรรมสิทธิ์ เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ไคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน อนุญาตให้ นางสาวนฤมล คาคา เข้าดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยการสัมภาษณ์ท่าน โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานนัดหมายวันเวลาและสถานที่ที่ท่านสะดวกต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาในชั้นต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอทูลทวงพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๓ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๓ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาคา ๐ ๘๙๒๓ ๕๕๙๑ ๕



ที่ ศธ ๐๕๓๕.๑๐/ว๐๒๓

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน นายสุรพล มั่นเหมาะ ผู้อำนวยการโรงเรียนเทวัญอำนวยการวิทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาคา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมผกา ธรรมสิทธิ์ เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน อนุญาตให้ นางสาวนฤมล คาคา เข้าดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยการสัมภาษณ์ท่าน โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานนัดหมายวันเวลาและสถานที่ที่ท่านสะดวกต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาในชั้นต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจิ้น)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาคา ๐ ๙๙๒๓ ๕๕๙๑ ๕





ที่ ศธ ๐๕๓๕.๑๐/ว๐๒๓

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์  
อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน นางสาวสร้อยสุดา อินทนนท์ ครูโรงเรียนบ้านสูงเม่น

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาคา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมผกา ธรรมสิทธิ์ เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน อนุญาตให้ นางสาวนฤมล คาคา เข้าดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยการสัมภาษณ์ท่าน โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานนัดหมายวันเวลาและสถานที่ที่ท่านสะดวกต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาในชั้นต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ชาวกุทธิ์ จันจัน)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาคา ๐ ๘๙๒๓ ๕๕๔๑ ๕



ที่ ศธ ๐๕๓๕.๑๐/ว๐๒๓

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์  
อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน นางรัชต์ตะวัน อุดมวัฒน์กุล ครูโรงเรียนบ้านห้วยไผ่

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาคา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมผกา ธรรมสิทธิ์ เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ขอความอนุเคราะห์จากท่าน อนุญาตให้ นางสาวนฤมล คาคา เข้าดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยการสัมภาษณ์ท่าน โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานนัดหมายวันเวลาและสถานที่ที่ท่านสะดวกต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาในชั้นต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจิ้น)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาคา ๐ ๘๙๒๓ ๕๕๙๑ ๕



ที่ ศธ ๐๕๓๕.๑๐/ว๐๒๓

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน นายสุขุม เทียนสุข ครูโรงเรียนบ้านปากกล้วย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาคา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์กา ธรรมสิทธิ์ เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน อนุญาตให้ นางสาวนฤมล คาคา เข้าดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยการสัมภาษณ์ท่าน โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานนัดหมายวันเวลาและสถานที่ที่ท่านสะดวกต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาในชั้นต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาคา ๐ ๘๙๒๓ ๕๕๔๑ ๕



ภาคผนวก ค

ตัวอย่างหนังสือราชการขอเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

ที่ อว ๐๖๑๔.๑๐/ว๐๖๒



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์  
อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุมัติขอความเห็นชอบเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลสวรรณโลก (คิงวารีวิทยา)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามวิจัย จำนวน ๘ ชุด

ด้วย นางสาวนฤมล คาธา นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต ๒” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ภา ธรรมสิทธิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักในการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ใคร่ขออนุมัติขอความเห็นชอบจากท่าน อนุญาตให้ นางสาวนฤมล คาธา เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารโรงเรียน จำนวน ๑ คน ครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน ๗ คน ในสถานศึกษาของท่าน ตามแบบสอบถามวิจัยที่แนบมาพร้อมหนังสือนี้ ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ของนักศึกษาในชั้นต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง  
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๕๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๕๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวนฤมล คาธา ๐ ๘๙๒๓ ๕๕๕๑ ๕



ภาคผนวก ง  
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 ผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและการพัฒนาสถานศึกษาให้ได้รับความเชื่อถือ การยอมรับและความศรัทธาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับระดับความเหมาะสมของตัวบ่งชี้ภาพลักษณ์

โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวบ่งชี้ภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลจากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาวนฤมล คาทา

นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

**แบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์  
ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา  
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุโขทัย เขต 2**

**ตอนที่ 1** สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลงในช่องว่างที่กำหนดให้  
**คำชี้แจง** โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความตามความเป็นจริง หรือเติมข้อความ

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) ไม่เกิน 30 ปี ( ) มากกว่า 30 ปี - 40 ปี

( ) มากกว่า 40 ปี - 50 ปี ( ) 50 ปี ขึ้นไป

3. ตำแหน่ง/หน้าที่

( ) ผู้บริหารสถานศึกษา ( ) ครูผู้สอน

4. วุฒิสูงสุดทางการศึกษา

( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท

( ) ปริญญาเอก ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

( ) ไม่เกิน 5 ปี ( ) มากกว่า 5 ปี - 10 ปี

( ) มากกว่า 10 -15 ปี ( ) มากกว่า 15-20 ปี

( ) มากกว่า 20 ปี



**ตอนที่ 2** สอบถามความเหมาะสมขององค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุโขทัย เขต 2

**คำชี้แจง** ให้ท่านพิจารณา ความเหมาะสมขององค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2 ในประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้

- 5 หมายถึง มีความเห็นว่าคุณภาพมีความเหมาะสม/ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเห็นว่าคุณภาพมีความเหมาะสม/ความสำคัญอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเห็นว่าคุณภาพมีความเหมาะสม/ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเห็นว่าคุณภาพมีความเหมาะสม/ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความเห็นว่าคุณภาพมีความเหมาะสม/ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ช่องว่างตามความเป็นจริง

ข้อที่	ประเด็นคำถาม	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1	โรงเรียนมีความพร้อมในการจัดการเรียนรู้แก่นักเรียนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง					
2	โรงเรียนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานจากภายนอก					
3	โรงเรียนสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ปกครองและชุมชนว่าสามารถพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพ					
4	โรงเรียนส่งเสริม สนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา					
5	โรงเรียนส่งเสริม สนับสนุนให้มีกิจกรรมทางวิชาการและวิชาชีพที่เหมาะสมแก่นักเรียน					
6	โรงเรียนนำข้อมูลสารสนเทศจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และจุดที่ควรพัฒนามาปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง					
7	ผู้บริหารมีพฤติกรรมยิ้มแย้ม แจ่มใส กระตือรือร้น อ่อนน้อมถ่อมตน และแสดงถึงความมีไมตรีจิต					

ข้อที่	ประเด็นคำถาม	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8	ผู้บริหารสามารถโน้มน้าวให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน					
9	ผู้บริหารพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ					
10	ผู้บริหารส่งเสริม สนับสนุน ครูและบุคลากรในโรงเรียนให้พัฒนาตนเองอย่างหลากหลาย เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าในวิชาชีพ					
11	ผู้บริหารประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร ของโรงเรียนให้แก่ชุมชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ					
12	ผู้บริหาร มีการสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้องและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ					
13	ผู้บริหารกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการศึกษา					
14	ครูมีความสามารถในการจัดการเรียนรู้แบบ Active learning					
15	ครูมีการพัฒนาตนเองด้วยวิธีการที่หลากหลายเป็นประจำทุกปีและต่อเนื่อง					
16	ครูมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน					
17	ครูมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน					
18	ครูมีผลงานที่ได้รับการยกย่อง เชิดชูเกียรติจากหน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง					
19	นักเรียนมีกิจกรรมายาท พุดจาสุภาพเรียบร้อย มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี					
20	นักเรียนมีความมุ่งมั่นในการทำงาน					
21	นักเรียนไม่เสพสิ่งเสพติด					
20	นักเรียนมีความมุ่งมั่นในการทำงาน					
21	นักเรียนไม่เสพสิ่งเสพติด					
22	นักเรียนมีจิตอาสา ระเบียบวินัย คิด วิเคราะห์ แยกแยะแก้ปัญหาอย่างรอบคอบ					
23	นักเรียนมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย					
24	นักเรียนมีทักษะวิชาชีพ					



แนวคำถามเพื่อการสัมภาษณ์การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาส  
ทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ประจำปีการศึกษา 2560

เรื่อง การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาส  
ทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

นางสาวนฤมล คาทา ผู้วิจัย

วันที่สัมภาษณ์.....

เวลาสัมภาษณ์.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

ผู้ให้สัมภาษณ์.....

## คำชี้แจง

### 1. วัตถุประสงค์

เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

### 2. แนวคำถาม เพื่อการสัมภาษณ์ฉบับนี้ มี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับองค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเพิ่มเติมอื่น ๆ เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2

3. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2 เป็นผู้บริหารดีเด่นหรือได้รับรางวัลที่มีผลโอเน็ตสูง จำนวน 3 คน ครูที่ได้รับรางวัล 4 คน

## ประเด็นการสัมภาษณ์

## ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ .....ตำแหน่ง..... วิทยฐานะ.....

โรงเรียน.....วุฒิการศึกษา..... ประสบการณ์ดำรงตำแหน่ง.....ปี

โรงเรียนรวมทั้งหมด.....ปี ดำรงตำแหน่งครูโรงเรียนนี้.....ปี

โรงเรียนได้รับการรองรับมาตรฐานการศึกษาระดับ..... ปี พ.ศ.....

ปัจจุบันโรงเรียนมีครู จำนวน.....คน มีนักเรียน จำนวน.....คน

และยังได้รับเป็นโรงเรียน (อื่น ๆ /ระบุประเภท และ ปี พ.ศ.).....

## กรอบคำถามในการสัมภาษณ์

1. ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษามุ่งสู่ความเป็นเลิศ

.....  
.....

2. โรงเรียนมีการเตรียมความพร้อมทางด้านการจัดการเรียนการสอนอย่างไร

.....  
.....3. โรงเรียนมีแนวทางในการสร้างเจตคติต่อการบริหารจัดการที่ดีอย่างไรต่อนักเรียน ครูและ  
ผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนขยายโอกาส.....  
.....

4. โรงเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนอย่างไร

.....  
.....

5. โรงเรียนมีแนวทางในการส่งเสริมทางด้านวิชาการและวิชาชีพให้เหมาะสมแก่ผู้เรียนอย่างไร

.....  
.....6. ผู้บริหารควรมีภาวะผู้นำ หรือวิสัยทัศน์อย่างไรจึงจะได้รับความศรัทธาจาก ครู นักเรียนและ  
ผู้ปกครอง ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง.....  
.....

7. ผู้บริหารควรมีกระบวนการให้ครูและชุมชนมีส่วนร่วมอย่างไร

.....

.....

8. ผู้บริหารมีวิธีการพัฒนาตนเองให้เกิดความน่าเชื่อถือ อย่างไร

.....

.....

9. ผู้บริหารมีการประชาสัมพันธ์ให้โรงเรียนและชุมชนได้รับทราบข่าวสารและร่วมกิจกรรมด้วยวิธีใดบ้าง

.....

.....

10. ปัจจัยใดที่สนับสนุนให้ครูมีส่วนร่วมในการพัฒนาโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษามากขึ้น

.....

.....

11. ครูควรมีบุคลิกภาพอย่างไรที่สะท้อนให้เกิดความน่าเชื่อถือ

.....

.....

12. ครูที่ได้รับการยกย่อง เชิดชูเกียรติควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

13. ครูมีแนวทางในการพัฒนาตนเองอย่างไร

.....

.....

14. ปัจจัยที่ทำให้นักเรียนโรงเรียนขยายโอกาสมีผลสัมฤทธิ์ดีขึ้นและสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

.....

.....

15. นักเรียนที่ดีควรมีบุคลิก ลักษณะอย่างไร

.....

.....

16. นักเรียนในสังกัดโรงเรียนขยายโอกาสควรได้รับการพัฒนาหรือส่งเสริมทางทักษะด้านใดบ้างที่ส่งผลประโยชน์แก่ผู้เรียนให้มีศักยภาพมากขึ้น

.....

.....

17. สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียนควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

18. โรงเรียนมีการพัฒนาสื่อ และเทคโนโลยีให้เหมาะสมแก่นักเรียนในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาอย่างไร

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....ผู้ให้สัมภาษณ์

(.....)

ตำแหน่ง.....

โรงเรียน.....

.....ผู้สัมภาษณ์

(นางสาวนฤมล คาทา)

นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์





ภาคผนวก จ  
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม

ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม		
1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
7	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
8	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
9	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
10	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
11	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
12	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
13	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
14	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
15	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
16	+1	+1	0	2	0.6	ใช้ได้
17	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
18	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
19	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
20	+1	+1	0	2	0.6	ใช้ได้
21	+1	+1	0	2	0.6	ใช้ได้
22	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม

ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม		
23	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
24	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
25	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
26	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
27	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
28	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
29	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
30	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวนฤมล คาทา  
วัน เดือน ปี เกิด 24 เมษายน 2532  
สถานที่เกิด จังหวัดแพร่  
วุฒิการศึกษา พ.ศ. 2556 ครุศาสตรบัณฑิต (ศิลปศึกษา)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่  
ที่อยู่ปัจจุบัน 50 หมู่ที่ 5 ตำบลช่อแฮ อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000

