



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

รับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ

Image of students of the Faculty of Liberal Arts Rajamangala
University of Technology Thanyaburi that affects the decision
to accept students to practice cooperative education in
the Organization

สายฝน บุษบา

วริสรา สุกุมลจันทร์

ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัย คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ประจำปี พ.ศ. 2564

บทคัดย่อภาษาไทย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษา ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน รวมทั้งศึกษาปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา ประชากรที่ใช้คือ สถานประกอบการ จำนวน 84 แห่ง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสหสัมพันธ์เชิงถดถอย

ผลการวิจัย พบว่า

1. โดยรวมและรายด้านภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเข้าฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน พบว่า โดยรวมด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์และด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์อยู่ในระดับมาก ในขณะที่โดยรวมด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา และด้านความสะอาดของทำเลที่ตั้งสภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด อยู่ในระดับมากที่สุด
3. โดยรวมปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา อยู่ในระดับมาก
4. จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุขั้นตอนเพื่อหาตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ พบว่า ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ เท่ากับ 0.305 และด้านความสะอาดของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัดมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการการทำนายได้ ดังนี้

$$\text{สมการที่ได้ } Y_{\text{Decision}} = 0.104 + 0.305_{\text{Activities}} + 0.474_{\text{Place}}$$

5. แนวทางในการปรับปรุงภาพลักษณ์ของนักศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ คือ คณะศิลปศาสตร์ต้องเร่งปรับปรุงการจัดการเรียน การสอน เพื่อพัฒนาทักษะความรู้วิชาชีพและวิชาการ ให้แก่นักศึกษาอย่างเต็มที่ ส่งเสริมและพัฒนาคณาจารย์ประจำสาขาวิชาให้มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพเฉพาะและเป็นที่ยอมรับสำหรับสถานประกอบการในการสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์ต่อไป



Abstract

This research was funded by the Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT). The objectives of this survey research were 1) to study student image affecting establishment's decision making for selection of cooperative education students, and 2) to study factors affecting establishment's decision making for selection of cooperative education students. The university image was based on the Faculty of Liberal Arts, and the data were collected from 84 establishments participating in cooperative education of the Faculty of Liberal Arts by using a questionnaire ($\alpha = 0.95$) and were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression. The research results revealed that the level of student image affecting the establishment's decision making for selection of cooperative education students was at a highest level ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.64). The factors affecting the establishment's decision making for selection of cooperative education students indicated that the factors of reputation ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.57) and public relations ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.83) were at a high level; moreover, the factors of curriculum ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.58), activities ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.63), and location and environment ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.69) were at a highest level. The level of establishment's decision making for selection of cooperative education students was high ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.61). The results from multiple regression analysis for predictive power showed that the factors of university image affecting the establishment's decision making for selection of cooperative education students were activities, and location and environment at .05 statistically significant level. The predictive model was: $Y (\text{Decision}) = 0.104 + 0.305 (\text{Activities}) + 0.474 (\text{Location})$.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ” นี้ สำเร็จลงด้วยดีด้วยความร่วมมือจากผู้มีพระคุณหลายฝ่ายหลายท่านที่ให้ความกรุณากับผู้วิจัย ในการนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านผู้มีพระคุณ ดังต่อไปนี้

ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีและคณะศิลปศาสตร์ ที่กรุณาให้ทุนอุดหนุนการวิจัยในการจัดทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณท่านคณบดีคณะศิลปศาสตร์ ผศ.ดร.นิศากร สิงห์เสนี ที่ก่อให้เกิดหัวข้อโครงการวิจัยและเป็นกำลังใจคอยสนับสนุนให้ผู้วิจัยในทุกเรื่องเสมอมา ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์นพรัตน์ พิเภก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรชิตา อุปถัมภ์และอาจารย์พนัส สืบยุบล ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย พร้อมเสนอแนะข้อที่ควรปรับปรุงแก้ไข เพื่อนำมาพัฒนาแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้ ให้สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขอขอบคุณคณาจารย์ที่ประสานงานสหกิจศึกษาทุกท่านที่ช่วยส่งแบบสอบถามให้กับสถานประกอบการ ขอขอบคุณอาจารย์มนต์ชาติรี เกตุมุณี ที่ช่วยเรียบเรียงบทคัดย่อภาษาอังกฤษให้อย่างสมบูรณ์แบบขอขอบคุณอาจารย์ปิยนุช สวัสดิ์โยธิน นางสาววรรณยา เฉลยปราชญ์ นางสาวสุวิจิ คันธมาศ และ นางสาวนุจนาฏ คันธมาศ ที่คอยเป็นกำลังใจและช่วยเหลือในเรื่องของเอกสารต่างๆ อีกทั้งขอขอบคุณผู้บริหาร ทุกระดับของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้กรุณาให้การสนับสนุนโครงการวิจัยนี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และบูรพาจารย์ ที่ได้มีส่วนในการประสิทธิ์ประสาทแสงสว่างแห่งชีวิตและปัญญาแก่ผู้วิจัย รวมทั้งผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานที่คอยให้กำลังใจตลอดเวลา จนทำให้งานวิจัยประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการทำวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านที่จะได้ทราบข้อมูลและสารสนเทศจากผลการวิจัยเพื่อเป็นความรู้นำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานต่อไป

สายฝน บุษบา
วาริสรา สุกุลมัจฉินทร์
พฤษภาคม 2564
ผู้วิจัย

สารบัญ

| | หน้า |
|-------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ก |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | ค |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ง |
| สารบัญตาราง..... | ช |
| บทที่ | |
| 1 บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 4 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 5 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย..... | 6 |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 7 |
| 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 8 |
| แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์..... | 8 |
| แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจ..... | 29 |
| ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกิจศึกษา..... | 44 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 54 |
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย..... | 60 |
| ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย..... | 60 |
| แบบแผนการวิจัย..... | 60 |
| ประเภทของข้อมูล..... | 60 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 61 |
| การตรวจสอบเครื่องมือ..... | 62 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 63 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 63 |
| การแปลผลข้อมูล..... | 63 |
| 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 65 |
| 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... | 84 |
| สรุปผลการวิจัย..... | 84 |
| อภิปรายผลการวิจัย..... | 90 |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่ | หน้า |
|------------------------------------|------|
| 5 ข้อเสนอแนะ..... | 98 |
| บรรณานุกรม..... | 100 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถามในการวิจัย..... | 105 |
| ประวัติผู้วิจัย..... | 115 |



สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ..... | 55 |
| 2 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ..... | 55 |
| 3 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ..... | 56 |
| 4 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา..... | 56 |
| 5 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับข่าวสารจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี..... | 57 |
| 6 | ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลป ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถาน ประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา..... | 58 |
| 7 | ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ ในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ ของคณะศิลปศาสตร์..... | 60 |
| 8 | ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถาน ประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน ของคณะศิลปศาสตร์..... | 61 |
| 9 | ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถาน ประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มี ให้กับนักศึกษา..... | 63 |
| 10 | ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถาน ประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ของคณะศิลปศาสตร์..... | 64 |
| 11 | ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถาน ประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด..... | 65 |
| 12 | ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัญหาในการตัดสินใจของสถาน ประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา..... | 67 |
| 13 | ค่าความความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ในสถานประกอบการ..... | 68 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 14 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนระหว่าง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนักศึกษา สหกิจ ศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีผลต่อการ ตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ..... | 69 |



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สหกิจศึกษา (Cooperative Education) เป็นระบบการศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างมีระบบ โดยจัดให้มีการเรียนในสถานศึกษาร่วมกับการจัดให้นักศึกษาไปปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการ งานที่นักศึกษาปฏิบัติจะตรงกับสาขาวิชาของนักศึกษา โดยเน้นการเรียนรู้โดยใช้ประสบการณ์จากการทำงานจริงเป็นหลัก หรือ Work-based Learning มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เน้นให้นักศึกษาได้ทำโครงการพิเศษ (Project) ที่มีประโยชน์ต่อสถานประกอบการ เช่น การปรับปรุง หรือการเพิ่มประสิทธิภาพ หรือการแก้ปัญหาของกระบวนการทำงาน ซึ่งนักศึกษาสามารถปฏิบัติงานให้สำเร็จได้ภายใน 4 เดือน ทำให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ประสบการณ์จากการทำงาน และมีคุณภาพตรงตามที่สถานประกอบการต้องการมากที่สุด สหกิจศึกษาเป็นกลไกในการส่งเสริมให้มีความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการและมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องตลอดไป โดยวิธีการของสหกิจศึกษาจะเน้นที่ความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันสูงสุด (มหาวิทยาลัยสุรนารี ศูนย์สหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ, 2012: ออนไลน์)

นักศึกษาสหกิจศึกษาจะเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการในลักษณะพนักงานชั่วคราว ได้ลงมือปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ เป็นประสบการณ์ที่นักศึกษาไม่สามารถเรียนรู้ได้ในห้องเรียน นักศึกษาจะได้รับการพัฒนาตนเอง ทางด้านความคิด การสังเกต การตัดสินใจ การวิเคราะห์ และประเมินผลอย่างเป็นระบบมีการจัดเตรียมและนำเสนอรายงานวิชาการจากประสบการณ์การทำงานจริงของตนเองที่สะท้อนการผสมผสานระหว่างภาคทฤษฎีและปฏิบัติเข้าด้วยกัน รวมทั้งการค้นพบตนเอง ทางด้านงานอาชีพที่ชัดเจนขึ้น ด้วยระบบการเรียนการสอนที่ผสมผสานภาคทฤษฎีเข้ากับภาคปฏิบัติได้อย่างลงตัวเช่นนี้ จึงส่งผลให้นักศึกษาเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพสูงเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานมากขึ้น กระบวนการสหกิจศึกษายังทำให้เกิดการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับสถานประกอบการทำให้สถานศึกษาสามารถพัฒนาหลักสูตรได้ตลอดเวลา ส่วนสถานประกอบการจะได้แรงงานนักศึกษาร่วมงานตลอดทั้งปี ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นคณะหนึ่งจัดการศึกษาในลักษณะผสมผสานภาคทฤษฎีกับภาคปฏิบัติ หรือการผสมผสานการเรียนในห้องเรียนกับการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ (Cooperative Education) ให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการตามหลักการของมหาวิทยาลัย โดยเข้าปฏิบัติงานจริง

ในฐานะพนักงานเต็มเวลาของสถานประกอบการ คณะมีทิศทางชัดเจนที่จะก้าวสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ การวิจัย และการพัฒนา ในแต่ละหลักสูตรที่เปิดทำการสอน จะมีการผสมผสานสาระของวิทยาการด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ในลักษณะสหวิทยาการ (Multi-disciplinary Approach) ทั้งนี้ คณะได้มีแผนการผลิตและพัฒนาอาจารย์อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนคณาจารย์กับมหาวิทยาลัยอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังมุ่งความเป็นเลิศในการเรียนการสอนรวมถึงการบริหารและการจัดการ โดยเฉพาะจะเน้นการใช้เทคโนโลยีและระบบข้อมูลที่ทันสมัย รวมไปถึงการประยุกต์เทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารและการจัดการของคณะอย่างเต็มที่ด้วย รวมทั้งคณะศิลปศาสตร์ เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มุ่งมั่นจัดการศึกษาทั่วไปที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมให้แก่คณะวิชาชีพอย่างทั่วถึง และมุ่งหวังที่จะผลิตทรัพยากรบุคคลให้เป็นบัณฑิตนักปฏิบัติทางการท่องเที่ยว การโรงแรม และภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรมและมีความรับผิดชอบสามารถนำความรู้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง สังคม และประเทศชาติ เปิดหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต 3 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาการท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2539 สาขาวิชาการโรงแรม ในปี พ.ศ.2540 สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล ส่วนวิชาศึกษาทั่วไปคณะฯ ยังคงจัดการเรียนการสอนใน 5 สาขา คือ รายวิชาสังคมศาสตร์ รายวิชาสาขามนุษยศาสตร์ รายวิชาสาขาภาษาตะวันตก รายวิชาสาขาภาษาตะวันออก รายวิชาสาขาพลศึกษาและนันทนาการ และรายวิชาบูรณาการ (คณะศิลปศาสตรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2019: ออนไลน์)

ในส่วนงานสหกิจศึกษา คณะศิลปศาสตร์ได้เตรียมความพร้อมของนักศึกษาในแต่ละด้าน ดังนี้

- 1) ด้านการพัฒนาอาชีพ (Career Development) พร้อมเสริมทักษะและประสบการณ์ให้พร้อมที่จะเข้าสู่ระบบการทำงาน
- 2) เพิ่มเติมประสบการณ์ทางด้านวิชาการวิชาชีพ และการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษาในรูปแบบที่มีคุณค่า เหนือกว่าการฝึกงาน
- 3) เปิดโอกาสให้สถานประกอบการทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต
- 4) ให้เกิดการพัฒนหลักสูตรและการเรียนการสอนที่ทันสมัยได้มาตรฐานและตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานมากยิ่งขึ้น และ
- 5) สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการและสถาบันอุดมศึกษาผ่านนักศึกษาสหกิจศึกษาและคณาจารย์นิเทศ อันจะนำไปสู่ความร่วมมือที่กว้างขวางยิ่งขึ้น และการที่นักศึกษามีภาพลักษณ์ที่ดีและชัดเจน ไม่ใช่เพียงสถานประกอบการเท่านั้นที่จะตัดสินใจรับให้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา ยังเป็นผลดีต่อนักศึกษาในการที่จะเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจกับผู้ใช้บริการต่าง ๆ และยังเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจ ดังนั้น นักศึกษาควรพัฒนาภาพลักษณ์ตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานต่าง ๆ ต่อไป เพราะภาพลักษณ์ที่ดีมีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรไม่

ว่าองค์การนั้นจะเป็นธุรกิจหรือองค์การไม่แสวงหากำไรก็ตาม ทุกวันนี้การแข่งขันที่มีในตลาดมิใช่การแข่งขันที่สินค้า ราคา การเข้าถึงตัวสินค้าอีกต่อไป แต่เป็นการแข่งขันกันที่ภาพลักษณ์หรือการรับรู้ของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสินค้าหรือองค์การผู้ผลิตตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ที่มีส่วนสร้างมูลค่าเพิ่มให้องค์การ ธุรกิจเสนอบริการที่แทบไม่แตกต่างกัน เช่น ธนาคาร บริษัทผลิตกระแสไฟฟ้า บริษัทผู้จำหน่ายน้ำมัน ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล มูลนิธิสาธารณกุศลต่าง ๆ ทั้งหมดแทบไม่ได้เสนอตัวสินค้าหรือบริการหรือแนวคิดที่แตกต่าง แต่สิ่งที่แตกต่างคือความเชื่อถือที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อองค์การเหล่านั้น ความเชื่อถือและการรับรู้ดังกล่าวถูกนำเสนอด้วยกระบวนการสื่อสารซ้ำ ๆ ตอกย้ำด้วยวิธีการด้านการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ภาพลักษณ์ขององค์การนั้นโดดเด่นและจับจ้องพื้นที่ในหัวใจของกลุ่มเป้าหมาย เราจึงมีภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำมันบางบริษัทที่ให้ความใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม บางบริษัทให้ความใส่ใจกับเรื่องการพัฒนาการศึกษาของเยาวชน เรามีภาพบริษัทปูนซีเมนต์ไทยที่ให้ความใส่ใจกับการสร้างนวัตกรรมทั้งด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมในการบริหารจัดการ เรามีภาพบริษัทประกันภัยบางบริษัทที่วางตำแหน่งในใจของผู้บริโภคเป็นบริษัทของคนไทย เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่องค์การใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์และทำให้องค์การดูมีคุณค่าในสังคมทั้งสิ้น นอกจากนี้ในเรื่องการทำให้มีคุณค่าในสังคมแล้ว การมีภาพลักษณ์ที่ดียังทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจจากทั้งคนในและนอกองค์การ องค์การที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่นิยม จูงใจให้ผู้มีความรู้ความสามารถอยากเข้ามาร่วมงาน ทำให้ผู้ทำงานอยู่แล้วภาคภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์การแห่งนั้น และพร้อมจะทุ่มเทเพื่อรักษาความเป็นองค์การที่เป็นเลิศนั้นๆ สำหรับบุคคลภายนอกกลุ่มต่าง ๆ ที่ต้องมีความสัมพันธ์กับองค์การนั้น ๆ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกไว้นับถือเชื่อใจวางใจและให้ความร่วมมือเมื่อองค์การต้องการความร่วมมือไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใด องค์การสาธารณกุศลที่ต้องการความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชน ที่มีภาพลักษณ์ที่ดีก็มักได้รับความร่วมมืออย่างดีในยามที่ต้องการดำเนินโครงการต่าง ๆ แม้ในภาวะวิกฤติขององค์การภาพลักษณ์ที่ดี ทั้งในส่วนของผู้บริหาร พนักงาน ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาจะเป็นส่วนสร้างความเชื่อถือ สร้างแนวร่วมที่เป็นเกราะป้องกันไม่ให้อาวุธหรือสถานการณ์ที่เลวร้ายขยายตัวลุกลามแต่จะเป็นบุคคลที่สามที่ออกมาแสดงความความเห็น ตอบโต้และให้ข้อเท็จจริงที่เป็นธรรมสู่สังคม ตัวอย่างของหนังสือพิมพ์มติชนเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัด แตกต่างจากองค์การที่มีภาพลักษณ์ที่มีปัญหามวลชนพร้อมที่จะเชื่อข่าวลือ ต่าง ๆ และการแก้ไขต้องใช้เวลาแก้ไข (ความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร, 2016: ออนไลน์)

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นอาจารย์นิเทศศึกษาศาสตร์และเป็นผู้สอนที่ปรึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นอาจารย์สอนวิชาเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องของภาพลักษณ์ของนักศึกษา จึงจัดทำหัวข้อวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ

นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในหน่วยงานของตนเอง วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา และเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ฝึกสหกิจศึกษา รวมทั้งเพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางหรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ ให้กับนักศึกษาปรับปรุงตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ ถ้าภาพลักษณ์ของนักศึกษาดีและชัดเจน จะทำให้มีแนวโน้มการใช้บริการซ้ำและการบอกต่อมากยิ่งขึ้นจนนำไปสู่บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยกระดับคุณภาพภาพลักษณ์โดยมีของนักศึกษาสู่ความเป็นเลิศในด้านต่าง ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์และด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด
3. เพื่อศึกษาปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา
4. เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางให้กับนักศึกษาปรับปรุงภาพลักษณ์ของตนเอง ให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการได้อย่างเหมาะสมกับสาขาวิชาชีพของตนเองต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

สหกิจศึกษา (Cooperative Education) คือ การศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานในหน่วยงาน ซึ่งเรียกว่า สถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตอย่างเป็นทางการเป็นระบบก่อนสำเร็จการศึกษา ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการระหว่างการเรียนการสอนกับการทำงานอย่างเป็นทางการ (Work Integrated Learning : WIL) โดยนักศึกษามีการปฏิบัติงานจริงในองค์กรผู้ใช้บัณฑิต จำนวนไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ ซึ่งองค์กรผู้ใช้บัณฑิตจะเข้ามาร่วมจัดการเรียนการสอนอย่างเต็มรูปแบบ ให้ความร่วมมือแบบเต็มเวลา ทั้งนี้ นักศึกษาจะเป็นเสมือนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานปฏิบัติงานชั่วคราวในองค์กรผู้ใช้บัณฑิต (มิใช่ นักศึกษาฝึกงาน) นักศึกษาสหกิจศึกษาอาจจะได้รับเงินเดือน ค่าจ้าง สวัสดิการ หรือค่าตอบแทนอื่นตามความเหมาะสมจากองค์กรผู้ใช้บัณฑิต

นักศึกษาสหกิจศึกษา หมายถึง นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว นักศึกษาสาขาการโรงแรม นักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และนักศึกษาดูแลสุขภาพการบริการการบินที่เข้ารับการฝึกสหกิจในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตอย่างเป็นทางการเป็นระบบก่อนสำเร็จการศึกษา ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการระหว่างการเรียนการสอนกับการทำงานอย่างเป็นทางการ (Work Integrated Learning : WIL) โดยนักศึกษามีการปฏิบัติงานจริงในองค์กรผู้ใช้บัณฑิตจำนวนไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ ซึ่งองค์กรผู้ใช้บัณฑิตจะเข้ามาร่วมจัดการเรียนการสอนอย่างเต็มรูปแบบ ให้ความร่วมมือแบบเต็มเวลา ทั้งนี้ นักศึกษาจะเป็นเสมือนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานปฏิบัติงานชั่วคราวในองค์กรผู้ใช้บัณฑิต (มิใช่ นักศึกษาฝึกงาน) นักศึกษาสหกิจศึกษาอาจจะได้รับเงินเดือน ค่าจ้าง สวัสดิการหรือค่าตอบแทนอื่นตามความเหมาะสมจากองค์กรผู้ใช้บัณฑิต

ภาพลักษณ์ หมายถึง ความคิดรวบยอดที่ก่อตัวเกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลแต่ละคนอันเป็นผลจากการได้รับประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์อ้อมที่ได้รับรู้มาเกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ ซึ่งจะมีผลต่อทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่บุคคลจะมีต่อไป

ภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษา หมายถึง นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว นักศึกษาสาขาการโรงแรม นักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและนักศึกษาดูแลสุขภาพการบริการการบินที่เข้ารับการฝึกสหกิจในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิต ต้องมีภาพลักษณ์ในด้านคุณธรรมและจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี ด้านบุคลิกภาพและด้านมนุษยสัมพันธ์

สถานประกอบการ หมายถึง สถานประกอบที่รับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ สาขาการท่องเที่ยว สาขาการจัดการโรงแรม และสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เข้าฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563

การตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ หมายถึง การที่สถานประกอบการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว นักศึกษาสาขาการจัดการโรงแรม นักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและนักศึกษาสาขาอุตสาหกรรมบริการการบิน เข้าฝึกสหกิจในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิต โดยนักศึกษาต้องมีภาพลักษณ์ในด้านคุณธรรมและจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี ด้านบุคลิกภาพและด้านมนุษยสัมพันธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

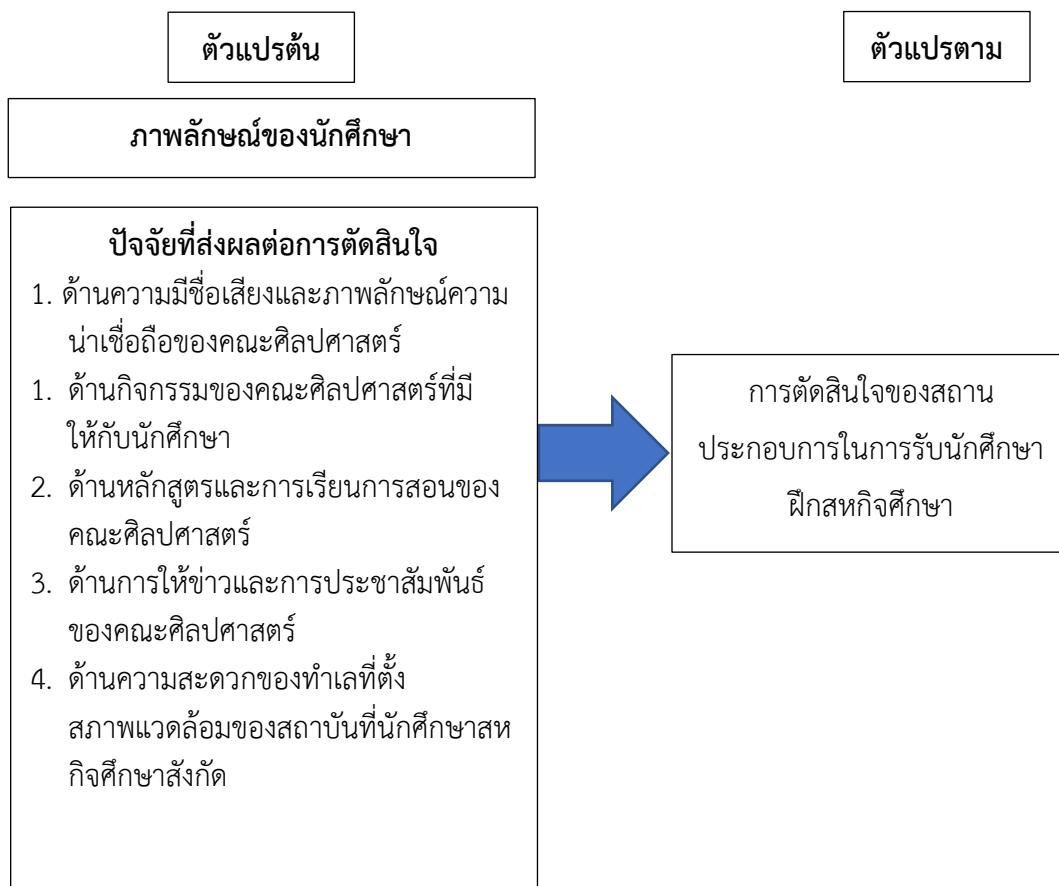
1. ได้ภาพลักษณ์ของนักศึกษาที่เหมาะสมเพื่อให้สถานประกอบการใช้ประกอบในการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาต่อไป
2. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์และด้านความสะอาดของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด
3. ทราบปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา
4. ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางในการปรับปรุงการสร้างภาพลักษณ์ของนักศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและทำให้สถานประกอบการสามารถตัดสินใจหรือจูงใจรับนักศึกษาฝึกปฏิบัติสหกิจได้ทันที

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา โดยได้มีการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อศึกษาเครื่องมือในการ ดำเนินการวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบ แนวคิดในการวิจัย ตามแผนภาพดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ ภาพลักษณ์ของนักศึกษา และปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์และด้านความสะอาดของทำเลที่ตั้งสภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด

2. ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกสถานประกอบการเพื่อปฏิบัติสหกิจศึกษา



บทที่ 2

ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ได้รวบรวมทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียด ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความหมายของภาพลักษณ์

“ภาพลักษณ์” มาจากภาษาอังกฤษคำว่า “Image” แต่เดิมใช้คำว่า “ภาพพจน์” เป็นคำที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Figure of Speech” หมายถึง การพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้นักภาพ อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน “ภาพพจน์” และ “จิตนภาพ” ได้ถูกนำมาใช้ให้มีความหมายตรงกับ ภาษาอังกฤษว่า “Image” นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการในวงการสื่อสารมวลชนท่านอื่น ได้ให้คำจำกัดความในหลายทัศนะ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์” ไว้ดังนี้ แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins, 1977: 14 อ้างถึงใน สุภาณี ปีสสา, 2558: 18) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษได้ อธิบายภาพลักษณ์ต่อองค์กรธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ต่อบริษัท หรือภาพลักษณ์ต่อองค์กรธุรกิจ (Corporate Image) คือ ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จักเข้าใจและ ได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ต่อองค์กรนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้ โดยอาศัยการนำเสนอ อัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

แอนเดอร์สัน และ รูบิน (Anderson and Rubin, 1986: 53 อ้างใน สุภาณี ปีสสา, 2558: 18) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรก็เปรียบเทียบกับเสมือนคน ซึ่งย่อมจะมีบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

ฟิลลิป คอแลอร์ (Philip Kotler, 1987: 64 อ้างใน สุภาณี ปีสสา, 2558: 18) ปรมาจารย์ด้านการตลาด อธิบายถึง คำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิดและความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ คือ ความรู้สึกนึกคิดที่อยู่ในจิตใจของ แต่ละบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจหมายถึง บุคคล องค์กรหรือสถาบัน โดยภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นนั้น

เกิดจากประสบการณ์การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคล ซึ่งการตีความหมายที่แตกต่างกันไปและการให้คุณค่าต่อสิ่งนั้นๆ จนเกิดเป็นภาพลักษณ์ โดยภาพลักษณ์จะเป็นภาพลักษณ์ทางบวกหรือลบก็ได้ และภาพลักษณ์ สามารถเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

บอร์ลดิ้ง (Boulding, 1975: 91 อ้างใน สุภาณี ปีสสา, 2558: 21) อธิบายว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์สามารถแยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริงองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนั้น มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไม่อาจแบ่งแยกได้ คือ

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) ซึ่งเกิดจากการสังเกตโดยตรงของบุคคลแล้วนำสิ่งนั้นไปสู่การรับรู้ การรับรู้อาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ความคิดหรือสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้โดยผ่านการรับรู้เป็นอย่างแรก

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับ ลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกต และรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Conative Component) เป็นแนวทางในการปฏิบัติต่อการตอบโต้ต่อสิ่งเร้า โดยเป็นผลจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก องค์ประกอบเชิงการรับรู้เชิงความรู้ เชิงความรู้สึกและเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกัน เป็นภาพที่บุคคลได้มีประสบการณ์ต่าง ๆ ในโลก

ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจจึงสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งกว่าผู้บริโภคเป้าหมาย (Target Consumer) แต่ละรายจะเปลี่ยนฐานะมาเป็นลูกค้า (Customer) นั้น จะผ่านการรับรู้ (Perception) จนเกิดความรู้ (Knowledge) และความรู้สึก (Affection) ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และองค์การธุรกิจจนกระทั่งเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Buying) มาบริโภคในที่สุด

บอร์ลดิ้ง (Boulding, 1975: 92) กล่าวไว้ว่า การกำหนดภาพลักษณ์ตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ทั้ง 4 ส่วน รวมไปถึงด้านการบริการ และด้านองค์กร จำแนกได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย เช่น สินค้ามีคุณภาพดี น่าเชื่อถือ สินค้ามีความทันสมัย สินค้ามีเอกลักษณ์โดดเด่น สินค้ามีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

2. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านราคาโดยทั่วไป ผู้บริโภคจะเริ่มต้นจากจุดแรก คือ คำนึงถึงราคาสินค้า หรือค่าบริการที่มีความเหมาะสมและยุติธรรม แต่ในภาวะการณ์ที่มีการแข่งขันที่รุนแรงสำหรับตลาดสินค้าบางประเภทนั้น เป้าหมายของภาพลักษณ์ด้านราคาอาจต้องมีการปรับตัว นั่นคือราคาที่ยอมเยาะ

3. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านช่องทางการกระจายสินค้า ซึ่งมักจะมุ่งในประเด็นเรื่องสถานที่จำหน่าย และระยะเวลาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก เช่น ตัวแทนจำหน่าย ครอบคลุมพื้นที่กว้างขวาง และทั่วถึง เป็นต้น

4. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านการส่งเสริมการตลาดอาจจำแนกเป็นส่วนย่อย ๆ คือ

4.1 ภาพลักษณ์ต่อกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด เช่น สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ที่ใช้มีความทันสมัย มีรสนิยมที่ตื่นอกจากนี้ในแง่ข่าวสารก็ต้องมีความเป็นเอกภาพ จริงใจไม่อ้อวอด

4.2 ภาพลักษณ์ต่อกิจกรรมส่งเสริมการขาย ในแง่รูปแบบการขายและประโยชน์ต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ยังรวมไปถึงกิจกรรม และอุปกรณ์การส่งเสริมการขายว่ามีความทันสมัย และมีความเหมาะสมกับสินค้า เช่น การจัดแสดงสินค้า 프리เซ็นเตอร์ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามความประทับใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น บางครั้งไม่ได้เกิดจากจุดแข็งด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เพียงส่วนเดียว แต่ขึ้นอยู่กับส่วนที่เรียกว่าความมีคุณค่าเพิ่มอีกด้วย

5. ภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์ด้านการบริการ ประสิทธิภาพของการบริการเกิดขึ้นจากองค์ประกอบสองส่วนคือ พนักงานบริการและระบบบริการธุรกิจ จึงต้องพัฒนาทั้งระบบการบริการ เพื่อให้มีภาพของความทันสมัย ก้าวหน้า รวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ พร้อม ๆ กับพนักงานบริการที่มีความเชี่ยวชาญ คล่องแคล่ว สุภาพ มีบุคลิกภาพและอัธยาศัยดี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างภาพลักษณ์ด้านบริการได้อย่างเต็มที่

6. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านองค์การ ถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรืออัตลักษณ์ (Identity) ของแต่ละธุรกิจ โดยยึดแนวคิดในการเป็น “องค์การที่ดีของสังคม” (Good Corporate Citizen) เช่น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถและคุณธรรมของเจ้าของธุรกิจและ ผู้บริหาร ความมั่นคง ก้าวหน้าของกิจการ ความทันสมัยและก้าวหน้าทางวิทยาการของธุรกิจ ความรู้ ความสามารถ รวมถึงประสิทธิภาพการทำงานและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ความมีความจริงใจและรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการทำประโยชน์ให้แก่สังคม (เช่น ในด้านศิลปวัฒนธรรม การศึกษา เยาวชน สิ่งแวดล้อม ฯลฯ) เกณฑ์ในการวัดภาพลักษณ์ตามแนวคิดของ Philip Kotler (2001) โดยจำแนกไว้ เป็น 2 ระดับ คือ

ระดับแรก สำนวความคุ้นเคยของผู้บริโภคที่มีต่อองค์การสินค้าและบริการ ทำโดยการวัดระดับความคุ้นเคย (Familiarity Scale) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน (Never Heard of)
2. เคยได้ยินชื่อ (Heard of Only)
3. รู้จักบ้างเล็กน้อย (Know a Little Bit)
4. รู้จักพอสมควร (Know a Fair Amount)
5. รู้จักเป็นอย่างดี (Know Very Well) หากพบคำตอบของผู้บริโภคส่วนใหญ่จำกัดอยู่เพียงระดับ 1 และ 2 ก็แสดงว่าธุรกิจ จะต้องเร่งสร้างการรับรู้ (Awareness) ให้เกิดขึ้นโดยเร็ว

ระดับที่สอง สำนวความชอบของผู้ที่รู้จักองค์กร สินค้า และบริการแล้วทำการวัดระดับความชอบ (Favorability Scale) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

1. ไม่ชอบเลย (Unfavorable)
2. ไม่ค่อยชอบ (Somewhat unfavorable)
3. รู้สึกเฉยๆ (Indifference)
4. ค่อนข้างชอบ (Somewhat Favorable)
5. ชอบมาก (Very favorable) หากพบว่าคำตอบของผู้บริโภค เป้าหมายอยู่ใน 2 ระดับแรก หมายถึงว่าธุรกิจ จะต้องแก้ไขปัญหาด้านภาพลักษณ์อย่างจริงจัง จากองค์ประกอบดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนำมาซึ่งการเรียนรู้ข้อมูล และส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กรนั้น ๆ และทำให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรตามมา โดยภาพลักษณ์ดังกล่าว เป็นไปได้ทั้งในทางบวกและทางลบ ในส่วนของภาพที่เป็นบวกก็จะเกิดการกระทำสนับสนุน หรือในส่วนของภาพที่เป็นลบก็จะเกิดการกระทำในทางตรงกันข้าม

การเกิดภาพลักษณ์ในปัจเจกบุคคล

พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร (2537: 122-126) อธิบายไว้ว่า เมื่อปัจเจกบุคคลได้รับเหตุการณ์ภายนอกมายังตัวเอง เหตุการณ์นั้นยังไม่สามารถจะสร้างให้เป็นภาพได้ทันที แต่กลับต้องมีขั้นตอนซึ่งพอจัดแบ่งได้ดังนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Events and Environment) คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมนี้ก็จะจะมีเหตุการณ์ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษาและอื่น ๆ อีกมากมาย แต่มีบางส่วนของเหตุการณ์หรือบางเหตุการณ์เท่านั้นที่คนเราจะรับเข้ามาอย่างตัวเองได้และในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดีหรือเลวจะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร

คงไม่เกิดขึ้นจากตัวเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับสถานการณ์และอยู่โดยรอบเรากลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้นทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือหดหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายจะสามารถเข้ามาสู่เราได้โดยช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ การได้ยิน เห็น สัมผัส ลิ้มรสและกลิ่น ซึ่งในแต่ละช่องทางยังมีประสิทธิภาพในด้านการรับเหตุการณ์แตกต่างกัน นอกจากนี้ตัวเนื้อหา สารระ วิธีการจัดการ ข่าวสารและโครงสร้างของเหตุการณ์ก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุป คือ ช่องทางการสื่อสารจะเป็นช่องทางแรกของการรับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งมีประสิทธิภาพในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของข่าวสารและตัวสื่อย่อมมีความสำคัญที่สุด

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal Elements) มีความหมายว่า คุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะในด้านการรับรู้ของผู้รับสารนั้น

Berlo (อ้างใน พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร, 2537: 126) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคลคือ ทักษะของการ สื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ระบบสังคมและวัฒนธรรมต่างมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร อาจหมายถึง การมองภาพในรูปแบบใด ซึ่งอาจจะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนคนอื่น หรือมีความชอบหรือไม่สนใจขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้เป็นสำคัญ ดังนั้น ถึงแม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางการ สื่อสารเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตาม องค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นคำตอบที่ดีมากกว่าอย่างอื่น

4. การรับรู้และความประทับใจ (Perception) ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นเมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อนโดยการรับรู้ (Perception) ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เห็นไปใน “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” ส่วนความประทับใจ (Impression) ความหมายจะหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพและปริมาณของความทรงจำว่ามีความสนใจมากน้อยเพียงใด หากสร้างภาพลักษณ์เด่นชัด ความทรงจำมาก ความประทับใจก็มาก หากสร้างภาพลักษณ์ที่เจือจางได้ช้ากว่า หรือมีความประทับใจน้อยหรือไม่มี ความประทับใจเลย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการดังกล่าว จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องมาจากการได้ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เกี่ยวกับองค์กรนั้น ๆ หรืออาจไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย นอกจากนี้ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้ ความประทับใจและสภาวะสิ่งแวดล้อม เป็นตัวแปรที่สำคัญของการปรับเปลี่ยน และปรับแต่งภาพลักษณ์ ในอนาคตต่อไป

การประเมินภาพลักษณ์

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2550: 17-18) กล่าวว่า ในการประเมินภาพลักษณ์นั้น สิ่งที่ต้องพิจารณาเป็นพิเศษ คือ ความรู้ ความเข้าใจคำว่า “ภาพลักษณ์” ซึ่งต้องเข้าใจภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ต้องการประเมินให้ดีก่อน โดยผู้ที่ประเมินจะต้องรู้ว่าหน่วยงานนี้มีอะไรบ้าง ซึ่งจะทำให้เกิดภาพในใจที่มองหน่วยงานนั้น ๆ ไปในทางบวกหรือลบก็ได้ ปกติมักจะเป็นตัวสินค้าหรือบริการ (คุณภาพ ราคาที่หือ การวางขาย เป็นต้น) ความทันสมัย ความมั่นคงของบริษัทเป็นที่รู้จัก

เสรี วงษ์มณฑา (2540) ได้กล่าวไว้ว่า “ภาพลักษณ์” เป็นผลรวมระหว่างข้อเท็จจริง (Objective Facts) กับการประเมินส่วนตัว (Personal Judgment) ซึ่งมีผลมาจากการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นต่อมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งจะขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนั้น คือ สถานที่ตั้ง คณะที่เปิดสอน อาจารย์ นักศึกษา ชื่อเสียงเกียรติคุณที่ปรากฏ เป็นต้น ส่วนการประเมินส่วนตัวของแต่ละบุคคลนั้น เช่น ถ้าถามถึงสถานที่ตั้งกับคนที่อาศัยอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย ก็จะได้รับคำตอบเป็นไปในทางบวก เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม คำว่า “ภาพลักษณ์” (Image) นั้น มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย แต่มีความหมายหนึ่งที่น่าสนใจนั้นมีที่มาจากความสำคัญของคำต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

I = Institution คือ สถาบัน องค์กร หมายถึง ภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อสถาบันหรือองค์กร เช่น ต้องมีตึกอาคารใหญ่ มีโครงสร้างการจัดการที่มีความเป็นปึกแผ่น มีโลโก้ (Logo) ขององค์กรที่สามารถ สร้างความจดจำและศรัทธาได้ในระยะยาว

M = Management คือ ผู้บริหาร หรือฝ่ายบริหาร หมายถึง ผู้บริหารขององค์กรซึ่งเปรียบเสมือนสื่อบุคคลที่ต้องมีความฉลาด มีความดีความงาม มีผลงานและมีประสบการณ์ที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป

A = Action คือ การกระทำต่อประชาชนหรือผู้บริโภค หมายถึง มุ่งเน้นการให้บริการที่ดี ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค

G = Goodness คือ ความดี ความงาม หมายถึง การที่องค์กรแสดงความเป็นสมาชิกที่ดีหรือเป็นคนดี ของสังคม กล่าวคือ เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) เช่น มีความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ ตรงไปตรงมา โปร่งใส หรือทำประโยชน์ให้แก่สังคมในด้านต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้ในระยะยาว

E = Employee คือ บุคลากรขององค์กร ซึ่งเปรียบเสมือนทูตขององค์กรหรือสื่อบุคคลอีกส่วนหนึ่งที่จะสามารถเสริมความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในองค์กรได้ โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

กลุ่มเป้าหมายและกับสังคม บุคลากรขององค์กรนี้เปรียบเหมือนกระบอกเสียงที่สำคัญในการกระจายชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าขาดการสื่อสารที่ดีกับบุคลากร ขาดความเข้าใจที่ตรงกัน การสื่อสาร ภาพลักษณ์โดยผ่านสื่อบุคคลประเภทนี้ก็จะกลับกลายเป็นภาพลบและถ้าภาพลบถูกเผยแพร่โดยบุคลากรของ องค์กรเองแล้วก็มักจะเป็นสิ่งที่ทุกคนเชื่อมากที่สุด โดยทั่วไปแล้ว ภาพลักษณ์มักจะเกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ กล่าวคือ

1. ภาพลักษณ์ที่เกิดโดยธรรมชาติ เป็นภาพลักษณ์ที่องค์กรไม่สามารถจะควบคุมได้ เช่น เกิดจากลักษณะของธุรกิจเองที่เสี่ยงต่อการถูกโจมตีอยู่แล้ว โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการสาธารณะ หรือ อาจเกิดขึ้นจากสิ่งบังเอิญทั้งหลาย เช่น การกระทำผิดพลาดโดยฝ่ายจัดการ หรือโดยพนักงานหรือเกิดอุบัติเหตุ และที่พบบ่อยครั้งคือ การเข้าใจผิดคลาดเคลื่อนหรือข่าวลือ เป็นต้น

2. ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการปรุงแต่ง โดยมีการกำหนดเอาไว้ล่วงหน้าว่า องค์กรต้องการมีภาพลักษณ์เช่นไรบ้าง เช่น ต้องการให้มีภาพลักษณ์ของความมั่นคงทางธุรกิจ ต้องการให้มีภาพลักษณ์ของความก้าวหน้าทันสมัย หรือต้องการให้มีภาพลักษณ์ของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และอยู่ภายใต้กฎหมายบ้านเมือง ฯลฯ

พัชราภรณ์ เกษะประกร (2550: 35) ได้ให้คำนิยามว่า “ภาพลักษณ์” ขององค์กรเป็นการรับรู้ที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรโดยประชาชนจะรับรู้จากการสร้างเอกลักษณ์ (Identity) หรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่องค์กรสร้างขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ

Kotler (2000, 296 อ้างถึงใน ปภาวี บุญกลาง, 2560: 24) ได้กล่าวถึง ภาพลักษณ์องค์กรไว้ว่าเป็นวิธีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กร สามารถเกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการ โดยจำแนกได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตัวธุรกิจ ซึ่งบริษัทหนึ่งอาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดหรือหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตรายี่ห้อ ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2. ภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อตรา สินค้าใดตราสินค้าหนึ่งหรือเครื่องหมายทางการค้าใดเครื่องหมายทางการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณา และการส่งเสริมการขาย เพื่อบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหลายยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกัน แต่ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจาก

ภาพลักษณ์ของตราสินค้าถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับข้อกำหนดตำแหน่งครองใจของตราสินค้า ตราสินค้าหนึ่งของบริษัทต้องการให้เกิดความแตกต่าง

3. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึง การบริหารและการดำเนินงานขององค์กรทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการบุคลากร ความรับผิดชอบ ต่อสังคมและการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

Harrison (1995: 71-75 อ้างถึงใน ปภาวี บุญกลาง, 2560: 24) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กร เกิดจากองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน ดังนี้

1. บุคลิกภาพขององค์กร (Personality) หมายถึง บุคลิกภาพหรือผลรวมของคุณสมบัติหรือ ลักษณะในเรื่องต่าง ๆ โดยการรับรู้ข้อมูลของบุคคลภายนอกองค์กร ซึ่งบ่งบอกวาองค์กรเป็นอย่างไร มีลักษณะอย่างไร ทศนคติหรือความคิดเห็นของบุคคลในการมองบุคลิกภาพขององค์กร เป็นหลักการหนึ่ง ซึ่งได้นำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน

2. ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) คือ ชื่อเสียงหรือกิตติศัพท์ขององค์กรที่ประชาชนหรือ บุคคลมีความเชื่อถือให้ความไว้วางใจ มั่นใจในเรื่องคุณภาพ ความมีมาตรฐานของผลผลิตและบริการ ชื่อเสียงขององค์กรเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือและทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

3. เอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) หมายถึง ความโดดเด่นขององค์กร เครื่องบ่งชี้ ทางกายภาพขององค์กร องค์กรสามารถใช้เอกลักษณ์ในการสะท้อนบุคลิกภาพและแสดงโครงสร้างของ องค์กรได้อย่างชัดเจนและมีคุณค่า

4. คุณค่าหรือจรรยาบรรณขององค์กร (Value/Ethics) หมายถึง ความดีหรือจรรยาบรรณของ องค์กร ซึ่งได้รับการยอมรับ ประเมินคุณค่าและยกย่องจากบุคคลภายนอก ความมีคุณค่าและจรรยาบรรณ ขององค์กรที่เป็นมาตรฐานในการประพฤติดีของบุคคลในองค์กร จะไม่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ในทางลบหรือ มีผลกระทบต่อองค์กรในทางที่ไม่ดี

Leblanc and Nguyen (1996: 91 อ้างถึงใน ปภาวี บุญกลาง, 2560: 24) สามารถแยก ภาพลักษณ์องค์กรในธุรกิจให้บริการออกเป็นองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. เอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) หมายถึง ความเกี่ยวข้องกับรูปลักษณ์ต่างๆ ของบริษัท เช่น ชื่อเสียงของบริษัท โลโก้ ราคา การบริการ ระดับคุณภาพของการโฆษณา สามารถสังเกต

ได้อย่างง่ายดาย โดยที่สามารถนำมาเป็นสิ่งเปรียบเทียบในแต่ละบริษัทและยังเป็นดัชนีของพฤติกรรมที่เป็นตัวบ่งชี้ว่านั่นคือสิ่งควบคุมโดยบริษัท เพราะว่าภาพลักษณ์องค์กรคือ ความประทับใจที่เกิดขึ้นจากใจของลูกค้าซึ่งเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ควบคุมโดยบริษัท

2. ชื่อเสียง (Reputation) การให้บริการจนกระทั่งได้รับชื่อเสียง มีกิตติศัพท์ที่สามารถรับประกันได้ ซึ่งได้หรือมีการกระทำที่คงที่ตลอดเวลา เช่น ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่จะประเมินคุณภาพในการบริการได้ ชื่อเสียงในการให้บริการขององค์กรจะสร้างขึ้นจนเกิดความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจแก้ไขปัญหาอันอาจจะเกิดขึ้นให้กับลูกค้าได้ ซึ่งหมายถึง ระบบการจัดการภายในประกอบด้วย ภาวะผู้นำในการบริหารองค์กร บุคลิกภาพ พร้อมทั้งบรรยากาศ และการให้บริการตามความต้องการของลูกค้า

3. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ คือ เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อระหว่างจุดประสงค์ของบริษัท เป็นภาพลักษณ์สู่ลูกค้ายิ่งไปกว่านั้น บรรยากาศยังเป็นสิ่งกระตุ้นให้พนักงานได้มีแรงจูงใจที่จะบริการอย่างมีคุณภาพ

4. การให้บริการ (Service Offering) การให้บริการประกอบด้วยสิ่งที่ถือว่าเป็นทั้งแกนหลักและส่งเสริม การบริการหลักจะเกี่ยวกับหลักการและเหตุผลที่ว่าทำไมลูกค้าเลือกใช้บริการของบริษัท ในขณะที่การบริการเสริมคือ การบริการที่เพิ่มมูลค่าให้กับการบริการอย่างหลากหลาย คือ มีความพยายามที่จะให้บริการแบบผสม พร้อมให้บริการโดยไม่ต้องให้ลูกค้ารอ ซึ่งการรอจะทำให้เกิดผลเชิงลบ และมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่ต้องควบคุมอารมณ์

5. การติดต่อระหว่างบุคคล (Contact Personnel) ต้องรู้ธรรมชาติของลูกค้าและให้บริการได้ตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลโดยผ่านพฤติกรรมและทัศนคติเป็นตัวบ่งชี้ของระดับคุณภาพของการบริการของบริษัทที่จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

พัชราภรณ์ เกษะประกร (2550: 12-15) ได้เสนอองค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร ดังนี้

1. ผู้บริหาร (Executive) องค์กรจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถมีวิสัยทัศน์ มีนโยบายธุรกิจที่ดี ซื่อสัตย์สุจริต

2. พนักงาน (Employees) องค์กรจะดีควรมีพนักงานที่มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีวิญญานของการบริการ มีบุคลิกภาพที่ดีและมีความรับผิดชอบต่องาน

3. สินค้า (Product) ควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีประโยชน์ตรงกับข้อความโฆษณาเผยแพร่

4. การดำเนินงาน (Business Practice) ควรมีการคืนกำไรสู่สังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับบริษัท

5. กิจกรรมสังคม (Social Activities) คือ การดูแลเอาใจใส่สังคม ร่วมกิจกรรมการกุศลหรือสร้างประโยชน์ให้กับสังคม

6. เครื่องมือ เครื่องใช้หรืออุปกรณ์สำนักงาน (Equipments and Stationeries) องค์กรต้องมีสิ่ง que แสดงสัญลักษณ์ของบริษัท เช่น เครื่องแบบพนักงาน อุปกรณ์สำนักงาน วัสดุเครื่องใช้ สำนักงาน วัสดุสิ้นเปลือง ฯลฯ

นันทมน ไชยโคตร (2557: 11) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว โดยภาพรวมที่เกิดขึ้นในใจนั้น อาจเกิดจากการรับรู้ร่วมกับการประเมินส่วนตัวที่ได้รับมาจากประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อมของบุคคลต่อสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ อีกทั้งภาพลักษณ์ยังสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาเมื่อได้รับประสบการณ์ใหม่ที่มีอิทธิพลต่อจิตใจและความรู้สึกของบุคคลนั้น

จากความหมายของภาพลักษณ์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความเป็นจริง เพราะใช้การรับรู้ความรู้สึก เข้าไปปะปนในข้อเท็จจริงจนเกิดเป็นภาพลักษณ์ของตนเองและแสดงออกในรูปของพฤติกรรม

ประเภทของภาพลักษณ์

ในเชิงการประชาสัมพันธ์นั้น ภาพลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) ซึ่งวีริช ลภีรัตนกุล (2540) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ขององค์กร คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรแห่งใดแห่งหนึ่ง รวมไปถึงด้านการบริหาร การจัดการสินค้าและบริการที่องค์กรหรือบริษัทนั้นจำหน่าย

2. ภาพลักษณ์ของสถาบัน (Institution Image) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน โดยมากจะเน้นไปที่ตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในแง่ระบบการ บริหารจัดการ บุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ เป็นต้น

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/ Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการขององค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท ซึ่งองค์กรหรือ บริษัทหนึ่ง ๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้น ภาพลักษณ์

ประเภทนี้ จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตราที่ยี่ห้อที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อตราสินค้า (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้า ยี่ห้อใด ยี่ห้อหนึ่ง ทำให้สินค้าหรือบริการนั้นอยู่เหนือบริษัทคู่แข่งอื่น ๆ และสามารถดำรงอยู่ในความทรงจำและจิตใจของประชาชนผู้บริโภคได้ แม้สินค้าหลายยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราที่ยี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว ขึ้นอยู่กับการกำหนดตำแหน่งครองใจ (Product Positioning) ของสินค้านั้นโดยยี่ห้อหนึ่งที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ

รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2546: 153-154) ได้นำแนวคิดการแบ่งประเภทของภาพลักษณ์ที่มาผสมผสานกันและสามารถครอบคลุมประเภทของภาพลักษณ์ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์การหรือหน่วยงานในสายตาของคนทั่ว ๆ ไป ซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไป อันเนื่องมาจากคนในสังคมนั้นมาจากแหล่งต่าง ๆ กัน มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีระดับการศึกษาและอื่น ๆ ที่ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์การต่างกัน ดังนั้น เป็นไปไม่ได้ที่สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์การหนึ่งเหมือนกัน นอกจากนั้นในตัวบุคคลหนึ่งอาจมีภาพลักษณ์ต่อองค์การเชิงบวกต่อเรื่องหนึ่งและมีภาพเชิงลบในอีกเรื่องหนึ่งก็ได้เช่นกัน

2. ภาพลักษณ์เชิงปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบันซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมาเองโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนาก็ตาม นับว่าเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญที่องค์การจะต้องค้นหาเพื่อทราบให้ได้และเมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหรือภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่องค์กรต้องการจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้เป็นสิ่งสะท้อนถึงจุดยืนขององค์การในสายตาของประชาชนในขณะนั้นได้เป็นอย่างดี

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารเชื่อเอาเองหรือมองเห็นว่าองค์การเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป ซึ่งเปรียบเสมือนการส่องกระจกจะเห็นภาพของตัวเอง ในภาพนั้นเขาอาจจะมองว่าสวย สง่างาม หรือดี หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของเรา ซึ่งก็เช่นเดียวกับที่ผู้บริหารมององค์การดังกล่าวข้างต้น โดยผู้บริหารอาจมองว่าองค์การได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดีมากแล้ว ดังนั้น ภาพลักษณ์ขององค์การจึงน่าจะเป็นภาพที่ดี ซึ่งโดยแท้จริงแล้วอาจเป็นการปักใจเชื่อที่ผิดก็ได้ ทั้งนี้ประชาชนเป้าหมายอาจมองอะไรที่ต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการจะให้เกิดขึ้นกับองค์กร สินค้าหรือบริการขององค์กร เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสินค้าที่มีคุณภาพผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นองค์การที่ให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมแก่พนักงาน ฯลฯ ดังนั้น องค์กรจึงพยายามทำทุกอย่างเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาขึ้นซึ่งถือว่าเป็นการกำหนดเป้าหมายที่องค์กรต้องการสร้างภาพลักษณ์อย่างชัดเจน

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (The Optimum Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจ การรับรู้ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตนและตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ได้ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงส่งจนเกินความจริง

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง เพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น ข่าวลือ อุบัติเหตุ หรือเกิดจากกระบวนการสื่อสาร หรือรับรู้ของผู้รับสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องก็ต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบันแต่แตกต่างกันที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่งโดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรนับตั้งแต่ระบบการบริหารองค์กร สินค้าหรือบริการ ราคาสินค้าหรือบริการ ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ มีการผลิตที่ทันสมัย มีความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ ขององค์กร มักจะเป็นภาพที่ประชาชนมีต่อองค์กรธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่งหรือบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

8. ภาพลักษณ์ของสถาบัน (Institution Image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์องค์กร แต่จะมุ่งมองเฉพาะตัวองค์กรหรือ ตัวสถาบันเพียงอย่างเดียวไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย

อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ซึ่งอาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรือเปลี่ยนจากไม่ดีกลายเป็นดีก็ได้ เพราะฉะนั้น การสร้างภาพลักษณ์จำเป็นต้องอาศัยระยะเวลา การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่สามารถทำได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วหรือใช้เวลาเพียงช่วงสั้น ๆ เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทีละน้อย และสะสมเพิ่มพูนมากขึ้นจนสามารถฝังรากฐานมั่นคงแน่นอนหา อยู่ในจิตใจและทัศนคติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ซึ่งผลที่ได้รับตามมาก็คือ ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือ ศรัทธา ดังนั้น ภาพลักษณ์

จึงเป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นได้ ซึ่งวิธีการประชาสัมพันธ์ก็ มีบทบาทอย่างมากในการเสริมสร้างและเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ขององค์กร

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2548: 33-38) ได้แสดงทรรศนะไว้ว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กรประกอบด้วย

1. ภาพลักษณ์ของผู้บริหาร (CEO/management) ต้องเป็นที่ยอมรับของสาธารณชนว่าเป็นคนเก่งคนดีมีจริยธรรมในการบริหารเป็นคนทันสมัย ริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ สามารถทำให้อุรกิจมีความเจริญก้าวหน้า ด้วยความสามารถ มีวิสัยทัศน์รู้จักการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร

2. ภาพลักษณ์ของพนักงาน (Staff) ต้องเป็นที่ประจักษ์ต่อบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรว่ามีความรู้ความสามารถทำงานที่รับผิดชอบได้ด้วยความเป็นมืออาชีพ เป็นคนดีที่มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความจริงใจในการติดต่อธุรกิจ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รู้จักใช้วาจาที่สุภาพและพูดจาให้เกียรติมีความหวังดีกับผู้ที่เข้ามาติดต่อกับงานด้วย มีวิถึยงานแห่งการบริการ พร้อมทั้งจะให้ความช่วยเหลือพร้อมจะทำงานที่เกินกว่าภาระหน้าที่มีกริยาวาจาที่แสดงความเต็มใจ พร้อมทั้งจะอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อใช้สินค้า/บริการและต้องเป็นคนที่มีความสุภาพมีมารยาทดีมีมนุษยสัมพันธ์ที่เหมาะสม มีความพร้อมอยู่เสมอไม่ว่าจะมีสถานการณ์หรือเหตุการณ์ใดเกิดขึ้นก็ตาม

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ (Product/service) เป็นสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตรงตามการประชาสัมพันธ์มีคุณภาพคุ้มกับราคาที่ถูกค่าหรือผู้ที่มาใช้บริการจ่ายไปเป็นสินค้าและบริการที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้กับสาธารณชน ต้องมีความน่าเชื่อถือทั้งในด้านคุณภาพ ราคา ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดความประทับใจทั้งก่อนและหลังการได้สัมผัสกับสินค้า/บริการนั้นโดยตรง

4. ภาพลักษณ์ของวิธีการดำเนินงาน (Management/style) มีการดำเนินการโดยอาศัยหลักธรรมาภิบาลคือโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ซื่อสัตย์สุจริต เคารพกฎหมาย เป็นการเสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศเป็นงานที่เกิดจากเจตนาที่ดีของผู้ประกอบการ เน้นเรื่องของความมีคุณธรรม เป็นการสร้างประโยชน์ให้กับผู้ลงทุน ผู้บริโภค ผู้ถือหุ้น พนักงาน รวมทั้งสังคมโดยรวมเพื่อให้ผลตอบแทนที่คุ้มทุนและคุ้มค่ากับบุคคลผู้มารับบริการด้วย

5. ภาพลักษณ์ของบรรยากาศขององค์กร (Atmosphere) หมายถึง ทุกส่วนขององค์กรเมื่อรวมกันเป็นสิ่งแวดล้อมและสิ่งทีประกอบขึ้นกับองค์กรได้อย่างมีความกลมกลืน เช่น อาคาร สถานที่ การต้อนรับผู้คนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยจะต้องดูดีและมีความเป็นมิตรตั้งแต่การสร้าง ความประทับใจครั้งแรกจนถึงความประทับใจครั้งสุดท้ายก่อนจากไป

6. ภาพลักษณ์ของเครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน (material) ไม่ว่าจะเป็นการ ตกแต่งสำนักงาน โต๊ะ เก้าอี้เครื่องเขียน ดอกไม้ประดับ แก้วน้ำ เป็นต้น ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ผู้คนทั้งหลายใช้ในการประเมินภาพลักษณ์ขององค์กรทั้งสิ้น การจัดซื้อจะต้องพยายามสร้างสมดุลให้ดีระหว่างการประหยัดกับการรักษาภาพลักษณ์เพราะถ้าเอียงไปทางข้างประหยัดมากเกินไปก็จะเสียภาพลักษณ์ และหากเอียงทางด้านภาพลักษณ์มากเกินไปก็จะสิ้นเปลืองเกินกว่าเหตุได้

7. ภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมองค์กร (Culture) หมายถึง วิธีการทำงาน ค่านิยมของ CEO และบุคลากรระดับต่าง ๆ รูปแบบในการดำเนินงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ แนวทางและนโยบายของการทำงานในการประสานกับผู้อื่น การรู้จักปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดี มีปรัชญาที่มีความชัดเจน สามารถนำมาใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นมีมาอย่างยาวนานแต่หากเป็นสิ่งที่ตีควรวีตถือและปฏิบัติต่อไปเพียงแต่จะอย่างไรให้ภาพลักษณ์ที่ดีนั้นคงอยู่ต่อไปในอนาคต

8. ภาพลักษณ์ทางด้านสังคม (Social) คือการทำกิจกรรมพิเศษที่นอกเหนือจากภาระหน้าที่ในงานที่ทำอยู่ในองค์กร โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจสะท้อนให้เห็นความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการคืนกำไรให้กับสังคม ให้โอกาสแก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคม มีส่วนเข้าไปช่วยงานของประเทศชาติ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต้องใส่ใจทุกองค์ประกอบ การสื่อสารที่สร้างขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้นต้องครอบคลุมการสร้างภาพลักษณ์องค์ประกอบทุกส่วน จึงจะทำให้องค์กรได้รับความชื่นชม มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือเสียงที่ดีสามารถทำงานอยู่ภายใต้บรรยากาศอันเป็นบวกที่เอื้ออำนวยต่อความเจริญรุ่งเรืองขององค์กรได้

การสร้างภาพลักษณ์องค์กร

การสร้างภาพลักษณ์องค์กร Gregory และ Wiechmann ได้กล่าวไว้ (ครูบ้านนอกดอทคอม, 2020: ออนไลน์) ดังนี้

1. รับรู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือนำมากำหนดเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหน่วยงาน
2. ต้องกำหนดทิศทางให้ชัดเจนถึงเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ผู้บริหารจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการกำหนดแนวทาง
3. รู้จักตนเองว่าองค์กรหรือหน่วยงานมีภาพลักษณ์เป็นอย่างไรและภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นคืออะไร
4. จุดเน้นต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไรอยู่คือการเข้าใจงาน บทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน
5. การสร้างสรรค์งานโดยใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด
6. ความคงเส้นคงวา ความสม่ำเสมอในการสร้างภาพลักษณ์

7. การประชาสัมพันธ์ในสิ่งที่ได้กระทำจริงหรือการปรับความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวลือให้ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ

จากการศึกษาแนวคิดของ Gregory และ Wiechmann ดังกล่าว สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา จึงนำแนวความคิดกลยุทธ์และวิธีการสร้างภาพลักษณ์มาปรับประยุกต์เพื่อใช้ในการพัฒนาสถาบัน ให้เป็นที่เชื่อถือศรัทธา ยอมรับ และสร้างความรู้สึที่ดีแก่ผู้บริหารการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อให้ได้รับการปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนาอันเป็นข้อมูลในการวางแผนการกำหนดทิศทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นต่อไป โดยการวิจัย สํารวจ ศึกษาการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาได้แก่ตัวสถาบันวิทยาการ การบริหาร และการให้บริการความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เครื่องมือเพื่อสอบถามเพื่อจะได้ทราบข้อมูล และนำมาพัฒนาหน่วยงานให้มีความเจริญก้าวหน้า (รายละเอียดดูได้จาก “วิทยานิพนธ์เรื่องภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาตามการรับรู้ของผู้บริหารการศึกษาระดับสูง” พ.ศ. 2536) ในส่วนของหน่วยงานอื่น ๆ เช่น โรงเรียน วิทยาลัย สำนักงาน อาจนำแนวคิดภาพลักษณ์องค์การที่ได้นำเสนอไปปรับประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม เช่น การสำรวจความคิดเห็นการจัดประชุมอภิปราย การจัดสัมมนา การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นเสมือนกระจกที่ส่ององค์การให้เราเห็นองค์การในแง่มุมต่าง ๆ ที่หลากหลาย เพื่อที่จะได้รู้จักจุดแข็ง จุดอ่อน สามารถนำมาพัฒนาองค์การให้มีชื่อเสียงได้รับความเชื่อถือศรัทธาต่อหน่วยงานในที่สุด

หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ในการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร มีดังนี้

1. หน้าที่ในการประกาศ (Announcement) เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมใด ๆ ขององค์กรให้บุคคลภายนอกทราบว่าองค์กรมีข่าวสารหรือกิจกรรมอะไรบ้าง เป็นการสร้างการรับรู้ให้เกิดความชื่นชมในความก้าวหน้าขององค์กร
2. หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เพื่อที่ว่าเมื่อคนภายนอกทราบแล้วจะเกิดความเลื่อมใสและน่าเชื่อถือ
3. หน้าที่ในการจูงใจ (Persuasion) เช่น จูงใจให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมัน ประหยัดไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นหน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ที่จะสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้ใส่ใจในทรัพยากรของประเทศชาติให้แก่องค์กร

4. หน้าที่ในการสร้างการยอมรับสิ่งใหม่ (Create receptivity) เพราะมนุษย์เรามักจะกลัวการเปลี่ยนแปลง เพราะสิ่งที่มาเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นแนวความคิดใหม่ จึงต้องจูงใจให้คนยอมรับ เพื่อการสร้างสรรค์และยอมรับสิ่งใหม่

5. หน้าที่ในการสร้างความคาดหวัง (Create expectation) การที่จะสร้างให้คนมีความคาดหวังในสิ่งใด จะต้องทำให้เขามีความพร้อมแห่งสภาวะทางอารมณ์ ที่พร้อมในการปฏิบัติก่อน

6. มีหน้าที่เสริมความน่าเชื่อถือ (Increase credibility) เหมาะกับกิจกรรมของรัฐที่ใช้โฆษณาเป็นตัวสร้างการรับรู้กว้างขวาง แต่ในสื่อโฆษณาไม่อาจทำให้น่าเชื่อถือได้อย่างเต็มที่ จึงต้องใช้การประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยในรูปแบบของบทความ ใช้วิธีการให้สัมภาษณ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ การแจกเอกสารต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นกว่าข้อความในโฆษณา

7. มีหน้าที่ให้การศึกษา (Education) สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในโลกนี้จำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อบอกให้ทราบว่าเป็นอะไร เป็นการศึกษาแก่สาธารณชน

8. สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า (Value added) คือการทำให้สินค้ามีคุณค่าเพิ่มขึ้น ใช้นแล้วเกิดความรู้สึกภูมิใจ

9. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Create image) เป็นการเผยแพร่สิ่งที่ดีงามขององค์กร และเรื่องราวกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นออกไปให้ประชาชนรับรู้และเกิดความรู้สึกที่ดี การประชาสัมพันธ์จะทำให้องค์กรทราบว่าองค์กรนั้นมีภาพลักษณ์อย่างไรและคนอื่นคิดว่าองค์กรมีภาพลักษณ์อย่างที่คิดหรือไม่

10. การแก้ไขทัศนคติเชิงลบ (Reverse negative attitudes) เมื่อมีความเข้าใจผิดใด ๆ เกิดขึ้นกับสาธารณชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องเอาใจใส่ดูแลและแก้ไขเรื่องนั้น ๆ โดยทันทีเพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกในเชิงลบฝังใจระยะยาว และจะต้องหาทางสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นทดแทนให้ได้เพื่อให้ผลดีต่อองค์กรในระยะยาว

11. สร้างความปรารถนาดี (Good will) การจะสร้างความปรารถนาดีให้เกิดขึ้นต้องทำให้ประชาชน รับรู้ว่าองค์กรนั้นดำเนินกิจกรรมด้วยความเอาใจใส่ต่อสังคมมาตลอด ไม่เอาเปรียบสังคม

12. สร้างความภักดีในสินค้า (Create loyalty) เมื่อสาธารณชนรักองค์กร ชื่นชมในองค์กร มององค์กรในแง่ดี ก็จะทำให้เกิดความรักและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

13. เปลี่ยนรูปแบบของความคิด (Divert pattern of thoughts) บางครั้งสาธารณชนอาจจะไม่ชื่นชมองค์กรเพราะมีความคิดบางอย่างที่ไม่สอดคล้องกับองค์กร องค์กรจึงต้องมีหน้าที่ในการเปลี่ยนรูปแบบความคิดของผู้บริโภค เปลี่ยนแนวทางการมอง

14. สร้างบรรยากาศในการทำงานให้เป็นเชิงบวก (Create favorable working environment) ถ้าการดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคทั้งภายในและภายนอกที่ก่อให้เกิดความเครียดในหมู่พนักงานจะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานดีขึ้น

15. สร้างความเข้าใจ (Create understanding) บางครั้งสิ่งที่องค์กรดำเนินการลงไป คนภายนอกอาจเกิดความไม่เข้าใจ ความสงสัยหรือไม่แน่ใจ จึงเป็นหน้าที่ขององค์กรที่จะต้องสร้างความเข้าใจให้กับบุคคลภายนอกด้วยการให้ข้อมูล ให้คำอธิบายเบื้องต้น เบื้องหลัง เงื่อนไขต่าง ๆ ที่ทำให้สาธารณชนยอมรับการกระทำต่าง ๆ ขององค์กร

16. รักษาสัมพันธ์ภาพให้มั่นคงและยืนยาว (Build and retain relationship) นอกจากการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีแล้ว องค์กรยังต้องรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสาธารณชนภายนอกและพนักงานภายในไว้ให้มั่นคงและยืนยาวต่อไปด้วย เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น

การเกิดภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ เกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือ เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยที่องค์กรมิได้ดำเนินการใด ๆ และ เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการสร้างภาพที่องค์กรปรารถนาที่จะให้เป็น (ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง 2536 : 83)

ไม่ว่าในกรณีใด ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับหรือผู้บริโภคมีการสรุปความคิดรวบยอดจากการรับรู้ข้อมูล ข้อมูลนั้นต้องชัดเจน มุ่งประเด็นที่เป็นภาพลักษณ์จำนวนมากพอ มาจากหลายช่องทาง มาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอจนทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ คิดและรู้สึกได้ว่าองค์กร สินค้าและบริการนั้นเป็นอย่างไร หากมีการสื่อสารที่ดีภาพนั้นจะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดความมั่นใจและเกิดเป็นภาพลักษณ์ ดังนั้นภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอสำหรับการสื่อสารในลักษณะซ้ำหลายครั้งและผ่านสื่อหลายช่องทาง ภาพลักษณ์จะเปลี่ยนแปลงได้ยากหากภาพลักษณ์นั้นอยู่บนพื้นฐานของความจริง และเป็นภาพที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ นักประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เพียงแต่ยกให้เป็นภาพที่เด่นชัดขึ้นและเผยแพร่ให้เป็นที่รับทราบเท่านั้น องค์กรหนึ่งประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ เจ้าของและผู้บริหารงานล้วนเป็นคนไทย ซึ่งเมื่อผู้ใดได้รับทราบข้อมูลนี้มักเกิดความรู้สึกชื่นชม นักประชาสัมพันธ์สามารถนำลักษณะเด่นนี้ออกเผยแพร่ และด้วยเทคนิคการสื่อสารที่ดีจะทำให้กลายเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรได้ ภาพนี้จะคงทนตราบไต่ที่องค์กรนี้ยังเป็นของคนไทย และบริหารงานด้วยคนไทย การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์บนความไม่จริง จะไม่เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวรโดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมในปัจจุบัน ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก คนสามารถรับข้อมูลจากสื่อได้หลายช่องทาง โอกาสที่จะ

เปรียบเทียบและคัดเลือกข้อมูลมีมาก การปกปิดภาพที่แท้จริงเป็นไปได้ด้วยความลำบาก หากผู้บริโภคราบว่ามีการสร้างภาพบนข้อมูลที่ปรุงแต่งขึ้นจะเกิดความรู้สึกไม่ไว้วางใจ ไม่มั่นใจ ไม่พึงพอใจ และอาจขึ้นเป็นปฏิปักษ์กับองค์กรนั้นได้ ซึ่งทำให้นักประชาสัมพันธ์ต้องทำงานหนักขึ้นเพื่อตามแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบนี้ ขั้นตอนของกระบวนการเกิดภาพลักษณ์มีดังนี้

1. การมีข้อมูลที่จำเป็นโดยสมบูรณ์ ข้อมูลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการทำประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถกำหนดภาพลักษณ์ที่เหมาะสมได้ ต่อเมื่อมีข้อมูลเกี่ยวข้องที่ครอบคลุม ครบถ้วน ถูกต้อง และจำนวนมากพอ ข้อมูลที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการ ได้แก่

1.1 ข้อมูลภายในองค์กร เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เช่น นโยบาย เป้าหมาย การบริหารงานทั้งในเรื่องเงินและคน แผนการผลิตสินค้าและบริการ หรือแผนการตลาด เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้นักประชาสัมพันธ์เข้าใจงานขององค์กร รู้จักสินค้าและบริการของตนว่ามีคุณสมบัติอย่างไร มีการพัฒนาไปจากเดิมอย่างไร ซึ่งจะทำให้นักประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดภาพลักษณ์ได้อย่างสอดคล้องกับลักษณะขององค์กร สินค้าและบริการ นอกจากนี้เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักบุคลากรขององค์กรทุกระดับ บุคลากรภายในองค์กรเป็นกลุ่มประชาชนเป้าหมายกลุ่มหนึ่งของการทำประชาสัมพันธ์ ดังนั้นหากต้องการให้บุคลากรภายในมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องหาวิธีที่จะสื่อสารกับบุคลากรเหล่านี้ให้ได้ โดยให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับองค์กรอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในส่วนที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการให้เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร บุคลากรภายในที่มีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ขององค์กร คือ ผู้บริหารองค์กร ซึ่งองค์กรที่มีภาพลักษณ์ดีคนในสังคมยอมรับ ผู้บริหารมักเข้ามามีบทบาทสร้างภาพลักษณ์นั้นด้วย ส่วนนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริหารหน่วยงานมีความเข้าใจ ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง (อมเรศ ศิลาอ่อน, 2539: 2) เนื่องจากการกำหนดภาพลักษณ์สามารถใช้ลักษณะเด่นของสินค้าและบริการ องค์กร การบริหารงาน รวมทั้งผู้บริหารเป็นภาพลักษณ์ได้ทั้งสิ้น ดังนั้น ข้อมูลภายในองค์กรทุกส่วนงานไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์ การบริหารงานบุคลากร ล้วนเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการพิจารณาดำเนินการเกี่ยวกับการกำหนดภาพลักษณ์

1.2 ข้อมูลภายนอกองค์กร เป็นปัจจัยที่จำเป็นสำหรับนักประชาสัมพันธ์ในการนำมาพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางด้านภาพลักษณ์ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ข้อมูลภายนอกเหล่านี้ประยุกต์จากแนวคิด ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตลาดของรองศาสตราจารย์ธงชัย สันติวงศ์ (2534: 52-56) ดังนี้

1.2.1 สภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ทักษะคน ความเชื่อ และวิถีปฏิบัติของคนส่วนใหญ่ วิถีชีวิตที่สืบทอดและที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป

1.2.2 สภาพเศรษฐกิจของประเทศ ชุมชน และบุคคลเป็นอย่างไรมีความเปลี่ยนแปลงและมีแนวโน้มจะเปลี่ยนไปในทิศทางใด เศรษฐกิจเป็นปัญหาหรือเงื่อนไขของผู้บริโภคหรือไม่

1.2.3 สภาพทรัพยากรธรรมชาติในปัจจุบันและอนาคต ความขาดแคลนทรัพยากรจะนำมาซึ่งปัญหาพลังงานและปัญหาอื่น ๆ หรือไม่อย่างไร ทำให้มองเห็นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่อาจจะกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร

1.2.4 การแข่งขันท้องถิ่น มีผู้ผลิตสินค้าและบริการประเภทเดียวกันมากน้อยเพียงใด เขามีความสามารถในการผลิตและมียอดการจำหน่ายเป็นอย่างไร หากเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการของเขาแล้วเป็นเช่นไร สินค้าและบริการ มีความเหมือนและความแตกต่างกันอย่างไรได้เปรียบหรือเสียเปรียบอย่างไรบ้าง

1.2.5 การแข่งขันกับต่างประเทศ เช่นเดียวกับที่กล่าวมาแล้วในข้อ 4 หากแต่ขยายภาพข้อมูลให้กว้างขึ้นในระดับนานาชาติ ซึ่งมีความสำคัญหากเป็นสินค้าและบริการที่มีการจำหน่ายหรือให้บริการในต่างประเทศด้วย

1.2.6 กฎหมายและการเมือง เป็นข้อมูลภายนอกที่มีผลต่อองค์กรไม่มากนักน้อย องค์กรอาจต้องมีการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย และการเมืองซึ่งส่งผลถึงการกำหนดหรือการวางกลยุทธ์ทางด้านภาพลักษณ์ หรือประชาสัมพันธ์อาจจะต้องปรับให้สอดคล้องด้วย

1.2.7 วิทยาการหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สินค้าและบริการต้องคอยติดตามหากเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีอยู่เสมอและเป็นไปอย่างรวดเร็ว หากองค์กรปล่อยปละละเลยไม่ติดตามอาจนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ล้าสมัย

1.2.8 การเมืองระหว่างประเทศ ข้อมูลส่วนนี้มีความจำเป็นเป็นพิเศษสำหรับสินค้าหรือบริการที่มีเครือข่ายในต่างประเทศ การติดตามความเคลื่อนไหวของสภาพสังคมและการเมืองของต่างประเทศจะทำให้องค์กรมีข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

1.2.9 ลักษณะทางประชากร อายุ อัตราการเกิด หรือการตาย การย้ายถิ่น ล้วนเป็นข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงลักษณะตลาดที่ชัดเจน นำไปสู่การวางแผนการสื่อสารได้แม่นยำขึ้น

1.3 รู้จักผู้บริโภค แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ ผู้บริโภคดูจะเป็นเสมือนหัวใจของการดำเนินงานขององค์กร Peter Drucker (อ้างใน Kotler, 1997: 1) กล่าวไว้ว่า การตลาดเป็นเรื่องพื้น ๆ ที่ไม่สามารถพิจารณาโดยแยกเป็นส่วนได้ ควรพิจารณาเป็นภาพรวม และดูที่ผลสุดท้ายซึ่งเป็นผลที่มาจาก

มุมมองของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ตัดสินความสำเร็จของการตลาดคือ ผู้บริโภค มิใช่ผู้ผลิต Kotler มีความเชื่อว่าผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยผู้ปฏิบัติงานทุกระดับควรมีโอกาสสัมผัสผู้บริโภคซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวคิดใหม่เดิมมีความเชื่อว่าผู้ปฏิบัติงานที่ต้องติดต่อกับผู้บริโภค (Front-line people) เท่านั้นที่ควรรู้จักผู้บริโภค ผู้บริหารไม่ว่าระดับกลาง (Middle man) หรือระดับสูง (Top management) ไม่จำเป็นต้องรู้จักปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์

1.3.1 พฤติกรรม การกระทำ การแสดงออกในทางที่ดีของสถาบัน หน่วยงาน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ พนักงาน ก็จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี

1.3.2 การสร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่คดโกง ไม่ปลอมปน ไม่โกหก หลอกลวง ให้ประชาชนหลงผิด เกิดความเชื่อถือ การหลอกลวงทำให้เสื่อมศรัทธาของประชาชน

1.3.3 การเข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทในการสร้างสรรค์ เสริมสร้าง ปรับปรุง แก้ไข ปัญหาสังคม การเสียสละของหน่วยงานผู้บริหาร หรือพนักงานต่อสังคมส่วนรวม

1.3.4 การพิสูจน์ความจริง ข้อเท็จจริงให้ประจักษ์ต่อสังคม ถึงความถูกต้อง การให้บริการที่ดี

1.3.5 การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่มากเกินไป รวมทั้งขาดรสนิยมที่ดี จะทำให้เสียภาพลักษณ์ ลักษณะภาพลักษณ์

1.3.5.1 ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์การกระทำที่เกิดขึ้น ตามท่าทีความรู้สึก และทัศนคติของประชาชนในขณะนั้นมีต่อหน่วยงาน

1.3.5.2 ภาพลักษณ์ที่เสียไปแล้วมักแก้ไขได้ยาก และจะติดต่อบีบทอดจากผู้รับมอบกิจการ การดำเนินการต่อไปได้ทั้งทางที่ดีและไม่ดี

1.3.5.3 ภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรมเกิดจากการเผยแพร่โฆษณาจะเกิดขึ้นเร็วและสลายได้เร็ว แต่ภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น การกระทำ การบริการแก่สังคม การสร้างสาธารณประโยชน์ที่เป็นวัตถุสิ่งของ จะเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวร

1.3.5.4 ภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยถาวร เช่น ข่าวลือ การให้ร้ายป้ายสี ถ้าพิสูจน์ความจริงชี้แจงข้อเท็จจริง และการประพฤติปฏิบัติดีมาแต่หนหลัง ก็จะช่วยให้ภาพลักษณ์ประเภทนี้สลายไปรวดเร็ว ประชาชนจะยังเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้ทำมา เพียงแต่พิสูจน์และชี้แจงข้อเท็จจริงก็จะหายไปเอง เพราะข่าวลือกลัวข้อเท็จจริง

ส่วนประกอบของภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีอาจเกิดขึ้นจากหลายสิ่งหลายอย่างขององค์กร เช่น

1. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ พนักงาน
2. บทบาทในสังคมขององค์กรและของพนักงาน การพูด การเผยแพร่แนวความคิด
3. อาคารสถานที่ โอ้อ่า สะอาด สกปรก
4. สินค้า ตรา เครื่องหมาย
5. การบริการ สะดวก เร็ว ช้า

6. การมุ่งมั่นทำความดี มีคุณธรรมอย่างต่อเนื่องไม่ทอดทิ้ง ธรรมชาติและบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพพจน์ จุดมุ่งหมายและประโยชน์ที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างให้เกิดการรับรู้ และเกิดทัศนคติที่ดีกับองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ฝักใฝ่ใจผู้บริโภคเป็นภาพพจน์ขององค์กร

ธรรมชาติและบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพพจน์ มี 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การทำวิจัยสาธารณสุข เป็นการทำข้อมูลเพื่อการวางแผน
2. การวางนโยบายว่าจะสร้างภาพพจน์ในแนวทางใดบ้าง เป็นการกำหนดแผนในการทำงาน
3. การวางแผนจัดโปรแกรมต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพพจน์ เป็นการวางกลยุทธ์ในการสร้างภาพพจน์
4. การเผยแพร่สิ่งที่ทำออกไป เป็นการทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ความดีขององค์กร เบื้องหน้า

เบื้องหลังกิจกรรมขององค์กร

5. การติดตามดูปฏิบัติการตอบรับของสาธารณชนว่า ชื่นชม ยินดี พอใจ ไม่พอใจ ไม่แน่ใจในองค์กรอย่างไร ซึ่งถือว่าเป็นการวัดผล

6. นำผลที่สาธารณชนมีปฏิกริยาตอบรับมาประเมิน เพื่อพิจารณาว่าสิ่งที่องค์กรทำไปนั้นถูกต้องเหมาะสมหรือไม่เพียงใด บรรลุเป้าหมายในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กรหรือไม่ สมควรจะมีอะไรปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ การทำงานของผู้บริหารกับเรื่องของการสร้างภาพพจน์จะดำเนินตามขั้นตอนเป็นวงจรต่อไปไม่สิ้นสุดดังแสดงในรูปที่แสดงธรรมชาติและบทบาทของการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์

การตัดสินใจส่วนมากเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ทำให้การตัดสินใจบางเรื่องมีลักษณะเหมือนหนีเสือปะจระเข้และหลายครั้งก็กลายเป็นสิ่งที่บุคคลคุ้นเคย โดยเฉพาะการที่ต้องเลือกตัดสินใจในเรื่องที่ยาก ๆ ระดับความไม่แน่นอนนี้กลายเป็นสิ่งที่เข้ามาบงกชการตัดสินใจของบุคคลได้ เช่นเดียวกับการที่บุคคลมีเป้าหมายและจุดมุ่งหมายที่ขัดแย้งกัน นอกจากนี้สิ่งที่เข้ามาทำให้เกิดความซับซ้อนในการตัดสินใจอีกก็คือ การมีทางเลือกจำนวนมากหรือการมีจำนวนสารสนเทศที่เกี่ยวข้องมากเกินไปก็สามารถทำให้เกิดความวุ่นเรในการตัดสินใจได้มากขึ้น ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ทำการตัดสินใจควรมีการจัดระเบียบสารสนเทศทั้งหมดก่อน ดังนั้น การตัดสินใจที่มักเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนนั้น จึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถคาดหวังผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้แม้ว่าจะได้ใช้การตัดสินใจอย่างรอบคอบไม่มีความ

ลำเอียงก็ตาม การตัดสินใจที่ดีจึงไม่สามารถวัดได้จากผลความสำเร็จของการตัดสินใจของแต่ละบุคคล เพราะบ่อยครั้งเป็นเรื่องของความโชคดีแต่บ่อยครั้งก็เป็นผลจากความเป็นเหตุเป็นผลของการตัดสินใจ ซึ่งมิได้เกิดจากความคิดแวบแรกที่เข้ามาในสมอง แต่มีการพิจารณาเป้าหมายและสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องทั้งหมด

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจ

ฉัตรพร เสมอใจ (2550: 46) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่

สรอยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2550: 387) ได้กล่าวไว้ว่า คำจำกัดความของการตัดสินใจก็คือ การเลือกระหว่างทางเลือกที่penไปได้ทั้งหลาย ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

ณัฐพันธ์ เขจรนนทน (2551: 138) ให้ความหมายว่าการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการของการใช้ความคิดและการกระทำในการรับรู้ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา (Problem) หรือโอกาส (Opportunity) กำหนดและประเมินทางเลือกรวมถึงเลือกทางเลือกที่เหมาะสม เพื่อจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น

นภาพรณ หอมอ่อน (2545: 16) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ ดังนี้

1. การตัดสินใจของบุคคลจะขึ้นอยู่กับคุณลักษณะเฉพาะตัวของผู้ที่ตัดสินใจ ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ ค่านิยม ลักษณะนิสัย อารมณ์ ทักษะ ทักษะการศึกษ คุณลักษณะส่วนบุคคล หรือบุคลิกภาพ ความพร้อมหรือวุฒิภาวะ ความเชื่อ ความรู้หรือความรอบรู้ ความเชื่อมั่นในตนเอง ปรัชญาในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลและการตัวเองเป็นศูนย์กลาง

2. การตัดสินใจของบุคคลจะขึ้นกับสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ ได้แก่ เวลา สถานที่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี

3. การตัดสินใจของบุคคลจะขึ้นอยู่กับอิทธิพลกลุ่มเพื่อนที่ผู้ทำการตัดสินใจได้คบหาสมาคมอยู่ จะเห็นได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจดังกล่าว จะเริ่มจากปัญหาที่จะเกิดขึ้น ทางเลือกของปัญหา การประเมินทางเลือกของปัญหา พร้อมทั้งการแก้ไขปัญหานั้นที่ถูกต้องจากความหายของการตัดสินใจ สรุปว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกดำเนินการจากทางเลือกหลายทางโดยการคิดหาเหตุผลและผลประกอบการเลือกบนทางเลือก ใช้เหตุผล ประกอบการพิจารณา มีจุดมุ่งหมายแน่นอน เป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกจากทรัพยากรที่มีอยู่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

การตัดสินใจขึ้นอยู่กับคุณลักษณะเฉพาะตัวของผู้ที่ตัดสินใจ ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ ค่านิยม ลักษณะนิสัยอารมณ์ ทักษะคิด ระดับการศึกษา คุณลักษณะส่วนบุคคลหรือบุคลิกภาพ ความพร้อมหรือวุฒิภาวะ ความเชื่อ ความรู้หรือความรอบรู้ ความเชื่อมั่นในตนเอง ปรัชญาในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลและการตัวเองเป็นศูนย์กลาง

พืรพงศ์ ดาราไทย (2542: 39) กล่าวว่า “การตัดสินใจ หมายถึง ความคิดและการกระทำต่างๆ ที่นำไปสู่การตกลงใจเลือกทางใดทางหนึ่งจากทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเพื่อใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น”

กริฟฟิธส์ (Griffiths, 1959 อ้างใน สุวิทย์ มูลคำ, 2549: 50) ให้ความหมายว่า “การตัดสินใจ เป็นการศึกษาทางเลือกทางการปฏิบัติโดยการคิดการเลือกทางเลือกที่แตกต่างกัน”

อโณทัย พึ่งทองหล่อ (2543 : 25) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกสิ่งหนึ่งจากหลาย ๆ สิ่งหรือเลือกที่จะปฏิบัติทางใดทางหนึ่งจากหลาย ๆ ทางที่มีอยู่ สิ่งหรือวิธีการที่เลือกนั้นย่อมได้รับการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วว่าถูกต้องเหมาะสมหรือดีที่สุดและตรงกับเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้จาก ความหมายของการตัดสินใจดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกจากตัวเลือกหรือทางออกหลาย ๆ ทาง มีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน โดยผ่านกระบวนการใช้ความคิดประกอบการตัดสินใจ

แสวง รัตนมงคลมาศ (2545: 15) ให้ความหมายของคำว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกบนทางเลือก (Choice of Alternative) ซึ่งทางเลือกนั้นจะต้องประกอบด้วย

1. ทางเลือกหลายทาง หากมีทางเลือกทางเดียวไม่ถือว่าเป็นการตัดสินใจ
2. ต้องใช้เหตุผลประกอบการพิจารณา โดยใช้ข้อมูลตัวเลขต่าง ๆ มาพิจารณาประกอบการตัดสินใจด้วย
3. มีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนว่าการตัดสินใจนั้นทำไปเพื่ออะไร

สรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหาร หรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม การตัดสินใจได้มีการศึกษามานาน

ธรรมชาติของการตัดสินใจ

ธรรมชาติของการตัดสินใจ อาจเป็นคำกล่าวที่มีผู้เข้าใจในธรรมชาติและให้ความสำคัญแตกต่างกันไปตามความแตกต่างในภูมิหลังของแต่ละคน ขณะที่หลายคนเข้าใจว่าการตัดสินใจเป็นเรื่องธรรมดาที่ทุกคนต้องทำเป็นประจำ เช่น ตัดสินใจที่จะอาบน้ำก่อนทานอาหารเช้า แต่หลายคนกลับเข้าใจว่าการตัดสินใจเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและมีความสำคัญในเชิงผลลัพธ์ที่จะเกิดตามมา เช่น การตัดสินใจทางการเมืองของนายกรัฐมนตรีว่าจะยุบสภาหรือจะลาออก การตัดสินใจทางอุตสาหกรรมว่าจะเลือกตั้งโรงงานที่ไหน และการตัดสินใจทางการทหารว่าจะใช้กลยุทธ์รูปแบบใดกับฝ่ายตรงข้าม อย่างไรก็ตาม ถ้าจะอ้างความเป็นธรรมชาติ ซึ่งหมายถึงความเป็นเนื้อแท้หรือแก่นแท้ของการตัดสินใจ น่าจะเป็นที่เข้าใจโดยรวมของคนทั่วไปว่า เป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่แสดงออกมาเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น การตัดสินใจดังกล่าวในทางพฤติกรรมศาสตร์ สามารถพิจารณาได้ 2 ลักษณะ คือ การตัดสินใจตอบสนองทันทีเมื่อได้รับสิ่งเร้าหรือที่เรียกว่าการตอบสนองตามสัญชาตญาณ (Instinctive response) โดยมีประสบการณ์หรือการเรียนรู้เป็นฐานตามแนวคิดของกลุ่มพฤติกรรมนิยม (Behavioralism) และการตัดสินใจตอบสนองต่อสิ่งเร้าโดยผ่านกระบวนการประเมินและไตร่ตรองบนพื้นฐานของประสบการณ์การเรียนรู้ รวมตลอดจนปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละคนตามแนวคิดของกลุ่มเกสตัลต์ (Gestalt) (มนัส สุวรรณ, 2553: 73)

อุบลวรรณ ภวานันท์ (2555 : 324) สรุปว่า ธรรมชาติของการตัดสินใจมีลักษณะดังนี้ คือ

1. ต้องการการจำได้ คือ การจำได้ถึงความแตกต่างระหว่างเหตุการณ์ที่เราสนใจกับสภาวะการณ์ที่เป็นจริงที่ทำให้เรารู้สึกเพียงพอจะทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ
2. ค้นหาข้อมูล คือ วิธีการหาข้อมูลที่เก็บไว้ในส่วนความจำหรือทักษะความรู้ ข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจจากสิ่งแวดล้อม
3. การประเมินทางเลือก คือ การหาทางเลือกในส่วนที่ทำให้เกิดประโยชน์และข้อจำกัดของตัวเอง
4. การเลือก คือ การเลือกทางเลือกหรือยอมรับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
5. ผลลัพธ์ คือ การประเมินสิ่งที่เราเลือกว่าตรงกับความต้องการหรือไม่ ดังนั้น การตัดสินใจเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่ไม่สามารถทำความเข้าใจได้โดยง่าย เพียงสังเกตการแสดงออกของแต่ละบุคคลในกระบวนการตัดสินใจแต่ละคนต่างก็มีเหตุปัจจัยเฉพาะที่แตกต่างกันไป การทำความเข้าใจในธรรมชาติของการตัดสินใจน่าจะเป็นประโยชน์ต่อแบบแผนการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมที่ถูกต้องและเหมาะสมของผู้ที่สนใจต่อไปในอนาคต

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

การตัดสินใจแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลทำให้การตัดสินใจของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการตัดสินใจของบุคคลประกอบด้วย 4 ปัจจัย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552: 130-131) ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้และมีพฤติกรรมอย่างไรรั้น จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและสถาบันต่าง ๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วยมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิและกลุ่มทุติยภูมิ

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิด และค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของครอบครัว

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ฉะนั้นในการตัดสินใจมักจะมีบทบาทหลายบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของตนเองและผู้อื่นด้วย

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factor) การตัดสินใจขึ้นอยู่กับผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่นและรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคล

3.3 รายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstance) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสิ่งที่เขาตัดสินใจ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมสินทรัพย์ และทัศนคติสิ่งเหล่านี้มียุทธพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจทั้งสิ้น

3.4 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มการตัดสินใจที่เหมาะสมมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

3.5 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำเนินชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions)

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) หรือปัจจัยภายใน การตัดสินใจของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยภายนอกได้ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ ถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และยังมีปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 การเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น รส กาย การสัมผัส ซึ่งแต่ละคนมีการรับรู้แตกต่างกันไป

4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทศนคติ (Attitudes) เป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือ ความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

อัษฎายุทธ สุนทรสารทูล (2547 : 34) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมี 4 ด้าน คือ

1. ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น วัฒนธรรม ประเพณีค่านิยม ความเชื่อ หลักธรรมของสังคม ระบบการศึกษาและสิ่งแวดล้อม

2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น อาชีพ การทำมาหากิน รายได้การเพิ่มผลผลิตอาหาร เงินทุน และสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

3. ปัจจัยด้านผู้ตัดสินใจ เช่น ระดับการศึกษา ระดับสติปัญญา ความรอบรู้ในเรื่องต่าง ๆ รวมถึงประสบการณ์เดิม วุฒิภาวะนิสัย อารมณ์และความจำเป็นส่วนตัวของผู้ตัดสินใจ

4. ปัจจัยด้านเวลาสถานที่และข้อเท็จจริง ทั้งนี้ เพราะการตัดสินใจที่กระทำในเวลา สถานที่และข้อเท็จจริงที่ได้รับมีปริมาณและคุณภาพแตกต่างกัน วิธีเลือกใช้อาจจะแตกต่างกันด้วย อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ซึ่งบุคคลที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกัน มีแนวความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ประสบการณ์ บุคลิกภาพ รายได้ รวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมตัดสินใจที่แตกต่างกัน

รีเดอร์ (Reeder. 1996: 123 อ้างใน รัตติกาล สารทอง, 2551 : 39 – 40) ได้รวบรวมทฤษฎีทางสังคมวิทยาเพื่อมาอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ซึ่งเขาเห็นว่า โดยทั่วไปรูปแบบ (Model) ทางด้านจิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวกับการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้น นักสังคมวิทยามักจะมองในแง่ของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกจะมีผลต่อการตัดสินใจ แต่ Reeder เชื่อว่า ปัจจัยภายนอกจริง ๆ แล้วไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจ แต่แต่ละบุคคลจะแปลงสถานภาพทาง

เศรษฐกิจและสังคมเหล่านี้มาสู่ตัวคน ซึ่งจะอยู่ในรูปของความเชื่อและไม่เชื่อที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเลือกกระทำพฤติกรรม ดังนั้น บุคคลอาจจะตัดสินใจกระทำพฤติกรรมอย่างเดียวกันแต่เหตุผลที่ทำให้เกิดการตัดสินใจจะแตกต่างกัน ริเตอร์จึงได้อธิบายเหตุผลในการกระทำสิ่งใดของมนุษย์ว่าเดินจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายหรือจุดประสงค์ (Goals) คือ กิจกรรม วัตถุประสงค์ลักษณะ ความเชื่อ ความรู้กิจวัตรหรือสภาพความเป็นอยู่ที่บุคคลต้องการ ความมุ่งหมายเพื่อให้บรรลุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ซึ่งผู้กระทำจะต้องมีการกำหนดเป้าประสงค์ไว้ก่อนล่วงหน้าและผู้กระทำพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อบรรลุเป้าประสงค์หรือเป้าหมายนั้น ๆ

2. ความเชื่อ (Belief orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจง่ายของแต่ละคนหรือกลุ่มต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความเชื่อนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหรือความรู้ที่ตนเอง ซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลและพฤติกรรมทางสังคม ในกรณีที่ว่าคุณบุคคลและจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ซึ่งความเชื่อนี้ คือ การยอมรับข้อเสนอใดข้อเสนอหนึ่งว่าเป็นความจริงความเชื่อทำให้เกิดภาวะทางจิตใจในแต่ละบุคคล ซึ่งอาจเป็นพื้นฐานสำหรับการกระทำโดยสมัครใจของบุคคลนั้น แต่อย่างไรก็ตามความเชื่อนี้จะส่งผลให้บุคคลกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นก็เป็นที่

3. ค่านิยม (Value standard) คือ สิ่งที่คุณยึดถือ ซึ่งเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตนเอง เป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ผู้กระทำเชื่อว่าวิธีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบที่ยึดถือปฏิบัติค่านิยมของมนุษย์หรือของผู้กระทำทางสังคมจะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบ ดังนั้น ค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคล โดยบุคคลพยายามที่จะกระทำสอดคล้องกับค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่

4. นิสัยและธรรมเนียม (Habits and customs) คือ แบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้วสืบต่อกันมาด้วยประเพณีซึ่งถ้ามีการละเมิดก็จะถูกบังคับด้วยการที่สังคมไม่เห็นชอบด้วยการตัดสินใจที่เลือกกระทำ เช่น ไม่มีการอนุมัติไม่มีการร่วมพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของมนุษย์หรือของผู้กระทำทางสังคมส่วนหนึ่งเนื่องมาจากแบบพฤติกรรมที่สังคมกำหนดให้แล้ว

5. การคาดหวัง (Expectation) เป็นการรับรู้ของผู้กระทำทางสังคมว่าคุณคนอื่นกลุ่มหรือสังคมโดยทั่วไปต้องการให้เชื่อหรือรู้สึก หรือประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะภายใต้สถานการณ์นั้นหรือกล่าวได้ว่าความคาดหวัง คือ ทำที่ของบุคคลอื่นที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง

โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้น ในการตัดสินใจเลือกพฤติกรรมของบุคคล (Social action) ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและท่าทีของบุคคลอื่นด้วย

6. ข้อผูกพัน (Commitments) สิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าเขาผูกพันที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ตนเกี่ยวข้องทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ผู้กระทำจะทำตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่น ดังนั้น ข้อผูกพันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม เพราะผู้กระทำตั้งใจจะกระทำสิ่งนั้น ๆ เนื่องจากเขารู้ว่าข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ

7. การบังคับ (Force) คือ ตัวที่ช่วยกระตุ้นให้กระทำการตัดสินใจได้เร็วขึ้นเพราะขณะที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำการสิ่งต่าง ๆ โดยตนเองรู้สึกว่าจะไม่มีทางเลือกอื่นอีก นอกจากจะต้องประพฤติปฏิบัติตามในสถานการณ์ที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำการสิ่งต่าง ๆ แต่ยังไม่แน่ใจว่าจะกระทำดีหรือไม่นั้นการบังคับจะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจปฏิบัติได้เร็วขึ้น ดังนั้น การบังคับจึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม เนื่องจากบุคคลมักมีแนวโน้มที่จะประพฤติปฏิบัติเมื่อถูกบังคับให้ทำ

8. โอกาส (Opportunity) ความเชื่อของผู้กระทำที่มีต่อสถานการณ์หรือทางเลือกที่มีอยู่ซึ่งเมื่อผู้กระทำพิจารณาแล้วเห็นว่าภายใต้สถานการณ์นั้นมีช่องทางจังหวะเวลาที่เหมาะสมและเปิดโอกาสให้เลือกกระทำได้ ดังนั้น การที่บุคคลจะตัดสินใจและประพฤติปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใดลงไปจึงขึ้นอยู่กับโอกาสที่มีในสถานการณ์นั้น

9. ความสามารถ (Ability) คือ การรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับกำลังหรือพลังของตนเองในการที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจนบรรลุผลสำเร็จภายใต้สถานการณ์นั้น ๆ ผู้กระทำจะตระหนักถึงความสามารถของตนเองก่อนการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม เพราะรู้ว่าถ้าตัดสินใจกระทำไปแล้วก็จะมีความสามารถกระทำได้นั่นเอง ดังนั้น โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะกระทำพฤติกรรมใด ๆ จึงพิจารณาขีดความสามารถของตนเองเสียก่อน

10. การสนับสนุน (Support) คือ สิ่งที่ผู้กระทำรู้ว่าจะได้รับหรือคิดว่าจะได้รับจากคนอื่น ๆ เช่น เมื่อนักเรียนได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครองหรืออาจารย์ก็เป็นปัจจัยให้นักเรียนสามารถเลือกเรียนต่อได้ทำให้มีความก้าวหน้าในอาชีพการงานต่อไป

ประเภทของการตัดสินใจ

วิฑูรย์ ตันศิริคงคล (2542: 25) กล่าวว่า เนื่องจากการตัดสินใจมีผลทางการปฏิบัติเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในอนาคต ดังนั้น จึงใช้ปรากฏการณ์แห่งความไม่แน่นอนเป็นเกณฑ์ในการจัดหมวดหมู่ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1. การตัดสินใจภายใต้ภาวะแน่นอน (Certainty) ผู้ตัดสินใจมีข้อมูลที่สมบูรณ์แน่นอนชัดเจน เกือบร้อยเปอร์เซ็นต์กำหนดได้ว่าสถานการณ์ใดจะเกิดอย่างไร แต่ในความเป็นจริงนั้นการตัดสินใจภายใต้ภาวะความแน่นอนมีโอกาสเป็นไปได้น้อยมากหรือแทบไม่มีเลย จึงได้นำกลวิธีการตัดสินใจทั้งหลาย มาพัฒนาในรูปของการตัดสินใจภายใต้ภาวะที่แน่นอน โดยกำหนดข้อสมมติไว้ว่าสถานการณ์ใดบ้างที่เกิด

2. การตัดสินใจภายใต้สภาวะไม่แน่นอน (Uncertainty) การตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอนจะมีโอกาสเกิดได้มากที่สุด ผู้ตัดสินใจต้องปฏิบัติด้วยความมืดมน เพราะปราศจากข้อมูลหรือแทบไม่มีข้อมูล เพื่อประกอบการพิจารณา เกณฑ์ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยรายบุคคลของผู้ตัดสินใจ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ประเภทดังนี้

2.1 บุคคลประเภทใช้หลักการได้น้อยดีกว่าไม่ได้เลย (Maximin) บุคคลประเภทนี้มักเป็นผู้ที่ระแวงระวังภัยไม่ไว้วางใจความไม่แน่นอนมีประสบการณ์ในการคาดการณ์ด้านร้าย ฉะนั้น จึงต้องตัดสินใจเลือกวิธีการปฏิบัติที่แน่ใจว่าประสบผลสำเร็จต่ำสุดแต่ความแน่นอนสูง

2.2 บุคคลประเภทผู้โชคดีเสมอ (Maximize Minimum Payoff) บุคคลประเภทนี้จัดเป็นผู้มีประสบการณ์ในการคาดการณ์ล่วงหน้าในแง่ดี ไม่คำนึงถึงความไม่แน่นอนเพราะเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญสูงสุดของตน

2.3 บุคคลประเภทใช้หลักประนีประนอม (Middle of Line between the Maximax and Maximin) บุคคลทั้งสองประเภทนี้เหมาะสมเมื่อร่วมในสถานการณ์ที่ประกอบด้วยบุคคลทั้งสองประเภท ดังกล่าวข้างต้น

2.4 บุคคลประเภทยึดความเสมอภาค (Criterion of Rationality) ในกรณีนี้จะแตกต่างจากกรณีประนีประนอม เพราะจะนำทางเลือกมาคิดถ่วงน้ำหนักให้เท่ากันและเหมือนกันหมด ส่วนการตัดสินใจยังคงยึดหลักเดียวกัน คือ พิจารณาจากค่าสูงสุดของปริมาณตามที่คาดหวัง

2.5 บุคคลประเภทแม็กซ์แมกซ์ (Maximax) หรือประเภทใฝ่สูงเกินศักดิ์ คือ พยายามรักษาโอกาสที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดหรือในอีกแง่หนึ่ง คือ ปฏิบัติตามทางเลือกที่มีโอกาสเสียน้อยที่สุดนั่นเอง

3. การตัดสินใจภายใต้ภาวะเสี่ยง (Risk) การตัดสินใจภายใต้สภาวะการเสี่ยงมีโอกาสเป็นไปได้สูง รองจากการตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอน เนื่องจากภาวะนี้อยู่กึ่งกลางระหว่างภาวะความแน่นอนและ ไม่แน่นอน การตัดสินใจจะทำตามข้อมูลที่พอมืออยู่บ้างแต่ไม่สมบูรณ์ ข้อมูลที่ได้รับเพียงช่วยให้คาดเดาว่าตามรูปแบบของความน่าจะเป็นนั้น สถานการณ์ใดมีโอกาสจะเกิดขึ้นได้บ้างโดยข้อมูลจะมีหลายรูปแบบ และหลายตีกี่

สโตนเนอร์ (Stonner, 1978: 98 อ้างใน ณัชชา หมื่นชัยกุล, 2546: 6) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจ แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นขณะทำการตัดสินใจ คือ

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน (Condition of certainty) เป็นการตัดสินใจที่มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างเพียงพอ
2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง (Condition of risk) เป็นการตัดสินใจโดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น เป็นเครื่องมือตรวจสอบหรือคาดการณ์
3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (Condition of uncertainty) เป็นการตัดสินใจที่มีทฤษฎีประสบการณ์คลุมพินิจ และสัญชาตญาณ

สุทัสสา อุปุลกะลิน (2548: 5-6) ได้แบ่งประเภทการตัดสินใจออกเป็น 2 อย่างคือ

1. การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์แน่นอน (Decision making under certainty) เป็นการตัดสินใจที่ทราบสภาวะการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นในอนาคตได้ล่วงหน้าอย่างถูกต้อง การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์แน่นอน จึงมักไม่ค่อยมีโอกาสนำมาใช้ในทางสถิติ
2. การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่ไม่แน่นอน (Decision making under uncertainty) เป็นการตัดสินใจที่ผู้ตัดสินใจไม่ทราบสภาวะการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น ๆ หรือ อาจทราบแต่ไม่แน่ชัดเท่าที่ควร

กล่าวโดยสรุปว่า การตัดสินใจนั้นเกิดขึ้นได้ด้วยเหตุผลสำคัญ คือ มีปัญหาเกิดขึ้นทำให้วัตถุประสงค์บรรลุผลและจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่มีอยู่นั้นผิดพลาดและบกพร่อง หรือ ไม่ทันสมัย จึงจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เหมาะสมและก้าวหน้า

กระบวนการของการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจไม่ว่าการตัดสินใจจะเป็นไปในลักษณะใด สิ่งที่จะทำให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดนั้นควรมีกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งสามารถดำเนินการเป็นขั้นตอน (ชนงกรณ์ กุณชลบุตร, 2547 : 50-52) ดังนี้

1. การหาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ กระบวนการรวบรวมข่าวสารข้อมูลจากสภาพแวดล้อมหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับปัญหา แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ ยิ่งได้ข้อมูลมากเท่าไรยิ่งดีเท่านั้น เพราะจะทำให้การตัดสินใจถูกต้อง ไม่ผิดพลาด หรือผิดพลาดน้อยที่สุด
2. คาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. การพิจารณาแนวทางปฏิบัติที่จะนำไปใช้ รวมทั้งการคิดค้นหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อพิจารณาแก้ปัญหา รวมทั้งวิเคราะห์ประเมินค่าสำหรับแนวทางปฏิบัตินั้น ๆ ควรพิจารณาหาทางเลือกไว้หลาย ๆ ทาง

4. เลือกทางปฏิบัติทางใดทางหนึ่งจากแนวทางปฏิบัติที่อาจจะเป็นไปได้หลายๆ ทาง โดยเลือกแนวทางที่จะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงาน

5. ตัดสินใจสั่งการให้ปฏิบัติ

6. วัดผลการปฏิบัติโดยนำไปเปรียบเทียบกับการคาดคะเนที่ตั้งไว้

ส่วนกระบวนการตัดสินใจของธิดารัตน์ สร้อยจักร (2553 : 39) ประกอบด้วยขั้นตอนของการตัดสินใจ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ประเด็นที่สนใจ เมื่อผู้เรียนได้ซาบซึ้งกับสถานการณ์ที่มากระตุ้น จนทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองต้องมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหรือตอบโจทย์ในประเด็นที่สนใจ สิ่งที่ต้องการหาคำตอบอาจจะไม่ใช่เพียงแค่งานเท่านั้น แต่รวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นประเด็นที่ผู้เรียนสนใจ

2. เสนอแนวทางเลือก เป็นการเสนอแนวทางต่าง ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาหรือตอบโจทย์ในประเด็นที่สนใจ ซึ่งอาจจะมีหลากหลายแนวทาง แต่ละทางเลือกก็จะมีจุดเด่น จุดด้อยแตกต่างกันไป

3. ประเมินทางเลือก เมื่อผู้เรียนได้เสนอแนวทางเลือกมาหลากหลาย ผู้เรียนก็ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่คิดว่าดีที่สุด แล้วนำทางเลือกที่ได้เลือกนั้นไปแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ที่มีความรู้หรือประสบการณ์ในเรื่องนั้นเป็นการทบทวนการตัดสินใจ ถือว่าเป็นการประเมินทางเลือก

4. ตัดสินใจ เป็นการตัดสินใจครั้งสุดท้ายของผู้เรียนหลังจากที่ได้แลกเปลี่ยนความรู้จากผู้ที่มีความรู้หรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ก็นำคำแนะนำที่ได้มาประกอบการตัดสินใจครั้งสุดท้าย จะเห็นได้ว่าขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจจะมองที่ตัวของปัญหาก่อนแล้วมาวิเคราะห์ถึง สาเหตุ หาทางเลือกเพื่อไว้หลาย ๆ ทางเลือกทางที่ดีที่สุดแล้วนำไปแก้ปัญหา แล้วมีการประเมินผลในการแก้ปัญหานั้น

ขั้นตอนในการตัดสินใจ

ซูซีย์ เทพสาร (2546: 16) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจมี 6 ขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดปัญหา โดยทั่วไปปัญหาหมายถึงสภาพที่ไม่เป็นที่พอใจและความไม่พอใจมักจะเกิดความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เป็นอยู่กับสิ่งที่ควรเป็นหรือที่ต้องการของผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจ

2. กำหนดมาตรฐานสำหรับใช้ในการตัดสินใจ อันเป็นการระบุถึงลักษณะและปัจจัยต่างๆ ที่จะต้องใช้พิจารณาในการตัดสินใจ

3. ลำดับความสำคัญของมาตรการหรือปัจจัยที่กำหนดไว้ว่าจะอะไรมีความสำคัญมากที่สุดและเรียงลำดับกันได้

4. กำหนดทางเลือกที่พอจะมีความเป็นไปได้จำนวนหนึ่ง และกำหนดคุณค่าของทางเลือกตามมาตรการแต่ละอย่าง

5. เมื่อมีทางเลือกแล้ว ขั้นต่อไปเป็นการประเมินแต่ละทางเลือกว่ามีจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไร โดยอาศัยมาตรการหรือปัจจัยที่กำหนดไว้และหาค่าของแต่ละทางเลือกอาศัยน้ำหนักของแต่ละมาตรการ คุณกับคุณค่าของทางเลือก แล้วนำมารวมกันเป็นค่าทั้งหมดของแต่ละทางเลือก

6. ขั้นสุดท้าย คือ การเลือกเอาทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งน่าจะเป็นทางเลือกที่มีคะแนนมากที่สุด อาจสรุปได้ว่ากระบวนการตัดสินใจที่จำเป็นจะต้องมีการดำเนินการเกิดขึ้นตั้งแต่เกิดความรู้สึกในตัวปัญหา หาข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ประเมินค่าข่าวสาร กำหนดทางเลือกการเลือกทางเลือกและการปฏิบัติ ตามการตัดสินใจจะถูกต้องหรือเหมาะสมขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจ ดังนั้นในการตัดสินใจเลือกของบุคคลมักเป็นการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ตนพึงพอใจโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ

ศศิมา สุขสว่าง (ม.ป.ป.: ออนไลน์) กล่าวว่า การตัดสินใจที่ดี (Decision Making) มี 5 ขั้นตอน คือ การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลาย ๆ ทางเลือก เพื่อให้องค์กรได้ประโยชน์สูงสุด และไม่มี ความเสียหายผิดพลาดหรือมีน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ การตัดสินใจนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับทุกคนใน องค์กรในการแก้ไขปัญหาต่างๆ และตัดสินใจว่าจะใช้วิธีการหรือเครื่องมือหรือใครมาแก้ไขปัญหา นั้น

ปัญหาที่ทำให้การตัดสินใจของคนในองค์กรไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่

1. ขาดกระบวนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ

2. ไม่มีการให้ความรู้ทักษะและแนวทางในการตัดสินใจกับพนักงานอย่างจริงจัง ในการแก้ปัญหา แบบต่าง ๆ เช่น ถ้าเจอปัญหาเกี่ยวกับระบบ ต้องทำตามกระบวนการ หรือการพิจารณาตาม criteria หรือ ปัจจัยต่าง ๆ ในการแก้ไขปัญหา เป็นต้น

3. ไม่มีการให้อำนาจการตัดสินใจกับพนักงาน ต้องรอหัวหน้าหรือผู้นำเพียงอย่างเดียว เมื่อมีกรณีฉุกเฉินที่ต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าจึงไม่สามารถจัดการได้

4. การกลัวการตัดสินใจ หากองค์กรไหนที่มีบทลงโทษพนักงานอย่างรุนแรงในการทำความ ผิดพลาดโดยไม่มีการกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจนั้น จะทำให้พนักงานกลัวการตัดสินใจ เช่น กลัวถูกตัดเงิน พักงานไล่ออก เป็นต้น เหตุการณ์แบบนี้จะทำให้พนักงานไม่กล้าคิด กล้าทำในสิ่งใหม่ ๆ ที่นอกเหนือไปจากหน้าที่ของตัวเองและเป็นอีกสาเหตุหนึ่งเช่นกันที่ทำให้เวลาผู้บริหารต้องการ เปลี่ยนแปลงองค์กรเป็นไปได้ยาก

5. ขาดการสื่อสารระหว่างคนทำงานหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการตัดสินใจนั้น ทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่รอบด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจที่อาจจะมีผลดีต่อฝ่ายหนึ่ง แต่ส่งผลกระทบต่อฝ่ายอื่น ๆ

6. การตัดสินใจขึ้นอยู่กับคน ๆ เดียว พบในองค์กรเล็ก ๆ หรือในฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในองค์กร ที่การตัดสินใจทุกอย่างต้องรอเจ้าของบริษัทหรือผู้บริหารเพียงคนเดียวเท่านั้น

ดังนั้นทักษะการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจนั้นเป็นอีกทักษะหนึ่งที่สำคัญในการทำงานของพนักงานทุกคนในองค์กรในการแก้ไขปัญหาและตัดสินใจได้อย่างทัน่วงที่ รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงองค์กรอย่างต่อเนื่อง

การตัดสินใจที่ดีนั้น มีขั้นตอนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดขอบเขต/ความสำคัญของการตัดสินใจ (Identity of Decision making) ผู้ที่ต้องตัดสินใจต้องสามารถรู้และระบุได้ว่า อะไรคือเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่อยากได้จากการตัดสินใจครั้งนี้

2. รวบรวมทางเลือกที่มีทั้งหมดออกมา (List the Option) เพื่อหาว่ามีทางเลือกอะไรที่จะเป็นไปได้และเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจให้มีประสิทธิภาพที่สุด

3. ศึกษาและกำหนดขอบเขตของแต่ละทางเลือก (Rating the Option) ศึกษาแต่ละทางเลือกในการตัดสินใจ ว่ามีประโยชน์ (Benefit) ข้อดี ข้อเสีย (Advantage, Disadvantage) ความเสี่ยง (Risk) อะไรบ้าง เป็นต้น

4. ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the Best Solution) ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ณ ตอนนั้นตามทางเลือกที่ได้ศึกษามาที่ทำให้องค์ได้ประโยชน์สูงสุด บางครั้งหากมีทางเลือกที่ดีพอ ๆ กัน ผู้ทำการตัดสินใจอาจจะต้องใช้วิจารณญาณด้วย (intuition) ในการตัดสินใจด้วย

5. ประเมินการตัดสินใจ (Evaluate the Decision) หลังจากการตัดสินใจไปแล้วในแต่ละครั้ง ให้ประเมินผลการตัดสินใจในนั้นด้วย เพื่อเรียนรู้ และนำมาเป็นบทเรียนในการตัดสินใจในครั้งต่อ ๆ ไป

แนวทางในการตัดสินใจ

ขั้นตอนบางขั้นทำให้กิจกรรมบางอย่างต้องมีการทบทวนและทำซ้ำ การตัดสินใจจึงมีการดำเนินงานตามแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นหรือไม่เป็นไปตามลำดับก็ได้การปฏิบัติกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งสามารถทับซ้อนกับการปฏิบัติกิจกรรมอื่นๆ ได้บางกิจกรรมก็สามารถข้ามไปได้และกิจกรรมต่าง ๆ นี้ก็สามารถดำเนินการได้ในลำดับที่แตกต่างกัน กิจกรรมที่สำคัญดังกล่าวสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้ (Galotti, 2013: 295-296)

1. การกำหนดเป้าหมาย (Setting goals) เมื่อเราพยายามทำความเข้าใจว่า ทำไมบุคคลคนหนึ่งทำการตัดสินใจได้ดีกว่าการตัดสินใจของบุคคลอื่น ก็พบได้บ่อยว่าการที่บุคคลมีเหตุผลเป็นสิ่งที่ทำให้

บุคคลไปสู่เป้าหมายได้ดีกว่านั่นเอง ตัวอย่าง เช่น นักศึกษาวางแผนเลือกวิชาเอกชีววิทยาเพราะมีเป้าหมายจะไปศึกษาด้านแพทยศาสตร์ ส่วนนักศึกษาบางคนคาดว่าจะเรียนวิชาเศรษฐศาสตร์เพราะต้องการไปทำงานด้านธุรกิจของบริษัท ดังนั้น แนวคิดในการ กำหนดเป้าหมายก็คือ ผู้ทำการตัดสินใจต้องทำแผนสำหรับอนาคตของตนที่แสดงให้เห็นหลักเกณฑ์และคุณค่าและมีการลำดับก่อนหลัง นั่นคือ ผู้ทำการตัดสินใจต้องพัฒนาคำตอบของปัญหาว่า “ตนกำลังพยายามไปสู่ความสำเร็จในเรื่องใด” คำตอบเหล่านี้เป็นเป้าหมายของนักตัดสินใจ และเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในแนวทางต่าง ๆ

2. การรวบรวมสารสนเทศ (Gathering information) ก่อนทำการตัดสินใจ ผู้ทำการตัดสินใจจำเป็นต้องมีสารสนเทศและจำเป็นต้องทราบว่ามีทางเลือกต่าง ๆ อะไรบ้าง ผลที่จะเกิดขึ้นของแต่ละทางเลือกมีอะไรบ้างทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ใครบ้างที่จะได้รับผลจากแต่ละทางเลือก ผลนั้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร สารสนเทศที่รวบรวมมา ควรตรวจสอบว่า ถ้านำมาปฏิบัติหรือไม่นำมาปฏิบัติ จะส่งผลต่อการตัดสินใจอื่นหรือการวางแผนงานต่าง ๆ หรือไม่การตัดสินใจในบางเรื่องมีความซับซ้อนสูง เช่น การพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น จะพิจารณาได้ว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมามีรูปแบบคอมพิวเตอร์มากมายหลายลักษณะให้เลือกซื้อ ถ้าบุคคลนั้นพิจารณาสารสนเทศเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในทุกรูปแบบที่แตกต่างกัน การเลือกซื้อคอมพิวเตอร์นั้นก็สามารเป็นไปตามความประสงค์ได้โดยมีทางเลือกต่าง ๆ ได้อย่างมากมาย ดังนั้น ไม่ว่าจะเลือกด้วยเหตุทางเลือกใดก็ตาม ผู้ตัดสินใจก็จำเป็นต้องทำการรวบรวมสารสนเทศเกี่ยวกับทางเลือกนั้น นอกเหนือจากสารสนเทศในแต่ละทางเลือกแล้ว ผู้ตัดสินใจอาจจำเป็นต้องรวบรวมสารสนเทศเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินใจที่มีความเป็นไปได้ในการเลือกทางเลือกที่มีอยู่ในกรณีที่ผู้ตัดสินใจไม่เคยซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์อาจต้องปรึกษากับผู้ที่มีความรู้เพื่อให้ได้สารสนเทศเกี่ยวกับคุณลักษณะสำคัญที่ต้องใช้ในการพิจารณาหรืออาจใช้การศึกษาคุณลักษณะเครื่องที่ตนปรารถนาตามเป้าหมายแล้วจัดทำรายการออกมา

3. การทำโครงสร้างการตัดสินใจ (Structuring the decision) หลังการรวบรวมสารสนเทศและมีการตรวจสอบกับการวางแผนงานต่าง ๆ แล้ว ในกรณีที่มีความซับซ้อนของการตัดสินใจ ผู้ตัดสินใจจำเป็นต้องมีแนวทางในการจัดโครงสร้างของสารสนเทศทั้งหมดที่มีอยู่ไม่ว่าจะมีจำนวนทางเลือกมากมายเพียงใดให้พิจารณาจากตัวอย่างกรณีในการตัดสินใจเลือกวิชาเอกในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษานั้น เมื่อได้ทำการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักศึกษาปีหนึ่ง พบว่า นักศึกษามีการกำหนดเกณฑ์การเลือกวิชาเอกอย่างหลากหลาย เกณฑ์การเลือกที่มี ได้แก่ “เรียนแล้วสนุก” “เรียนแล้วสามารถนำไปใช้ในอาชีพที่ตนสนใจ” “ชอบคณะที่เข้าศึกษา” จึงได้มีการกำหนดรายการเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกวิชาเอกต่าง ๆ ที่สนใจ ซึ่งปรากฏว่ามีสารสนเทศจำนวนมากทำให้ผู้ตัดสินใจต้อง

พิจารณาหรือหาหนทางในการจัดการสารสนเทศที่ได้มา ซึ่งวิธีการดังกล่าวนี้เรียกว่าการจัดโครงสร้างในการตัดสินใจ

4. การเลือกทางเลือกสุดท้าย (Making a final choice) ภายหลังจากการรวบรวมสารสนเทศทั้งหมดแล้ว ผู้ทำการตัดสินใจจำเป็นต้องเลือกจากชุดทางเลือกสุดท้ายสุดที่มีซึ่งอาจง่ายหรือมีความซับซ้อนก็ได้ กระบวนการในช่วงนี้อาจมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจอื่น ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น เมื่อใดสารสนเทศที่รวบรวมได้จึงเพียงพอ สารสนเทศใดมีความเกี่ยวข้องมากที่สุดหรือน่าเชื่อถือได้ เป็นต้น เพื่อใช้ประกอบการเลือกทางเลือกสุดท้าย การตัดสินใจอย่างเป็นเหตุเป็นผลมีความเกี่ยวข้องกับการรวบรวมสารสนเทศด้วยความระมัดระวัง และเป็นธรรมภายใต้สภาพแวดล้อมนั้น ๆ มีการตรวจสอบหลักฐานต่าง ๆ อย่างเพียงพอ

5. การประเมินการตัดสินใจ (Evaluating) ในช่วงระยะสุดท้ายของการตัดสินใจซึ่งเป็นประโยชน์มากก็คือ การประเมินตลอดกระบวนการว่ากระบวนการเป็นไปด้วยดีเพียงใดหรือไม่เป็นไปด้วยดี จุดมุ่งหมายในขั้นตอนนี้ก็เพื่อสะท้อนกระบวนการและค้นหาสิ่งที่ต้องปรับปรุง เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้อีกในการตัดสินใจสถานการณ์ที่คล้ายกันในอนาคต

สรุป การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหาร หรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงานและการควบคุม การตัดสินใจได้มีการศึกษามานาน การตัดสินใจเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่ไม่สามารถทำความเข้าใจได้โดยง่ายเพียงสังเกตการแสดงออกของแต่ละบุคคลในกระบวนการตัดสินใจ แต่ละคนต่างก็มีเหตุปัจจัยเฉพาะที่แตกต่างกันไป การทำความเข้าใจในธรรมชาติของการตัดสินใจน่าจะเป็นประโยชน์ต่อแบบแผนการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมที่ถูกต้องและเหมาะสมของผู้ที่สนใจต่อไปในอนาคต ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ส่วนทฤษฎีการตัดสินใจ ประกอบด้วย เป้าหมายหรือจุดประสงค์ ความเชื่อ ค่านิยม นิสัยและธรรมเนียม การคาดหวัง ข้อผูกพัน การบังคับ โอกาส ความสามารถ การสนับสนุน ทางด้านประเภทการตัดสินใจจะพิจารณาแตกต่างกันออกไปในแต่ละสถานการณ์ซึ่งได้แก่การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยงและการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ไม่แน่นอน ส่วนกระบวนการในการตัดสินใจ ควรดำเนินการตาม ขั้นตอนที่ประกอบไปด้วย การกำหนดปัญหา การกำหนดทางเลือก การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจเลือกและ

การประเมินผล สำหรับแนวทางในการตัดสินใจควรพิจารณาถึงการกำหนดเป้าหมาย การรวบรวมสารสนเทศ การทำโครงสร้างการตัดสินใจ การเลือกทางเลือกสุดท้าย การประเมินการตัดสินใจ

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกิจศึกษา

สหกิจศึกษาเริ่มต้นพัฒนาในประเทศอังกฤษและประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ. 2446–2452 โดยเรียกชื่อว่า Cooperative Education: Co-op ในประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 เป็นต้นมา ระบบนี้ก้าวหน้ามากเนื่องจากได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากรัฐบาลและความร่วมมือของสถานประกอบการ ปัจจุบันมหาวิทยาลัยการศึกษาและสถานประกอบการทั่วโลกมากกว่า 900 หน่วยงานจาก 39 ประเทศ นำระบบสหกิจศึกษามาใช้และพัฒนาจนถึงระดับที่มีการแลกเปลี่ยนนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในระดับนานาชาติ และในปี พ.ศ. 2526 ได้มีการจัดตั้งสมาคมสหกิจศึกษานานาชาติ (World Association for Cooperative Education: WACE) โดยมีสำนักงานตั้งอยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อสนับสนุนและแลกเปลี่ยนนักศึกษาสหกิจในระดับนานาชาติ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, 2020: ออนไลน์)

สำหรับในประเทศไทยได้มีการบัญญัติศัพท์คำว่า “สหกิจศึกษา” (Cooperative Education) เป็นครั้งแรกโดย ศาสตราจารย์ ดร. วิจิตร ศรีสอาน ซึ่งถือเป็นบุคคลแรกที่นำระบบสหกิจศึกษาเข้ามาใช้ในประเทศไทย ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เมื่อปี พ.ศ. 2536 ซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ได้จัดการศึกษาแบบระบบไตรภาคเพื่อรองรับการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาสองครั้งคือ ในชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 มีภาคสหกิจศึกษาสลับกับภาคเรียนปกติ โดยนักศึกษาได้เริ่มออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ. 2538 จากนั้นมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยในกลุ่มแรก ๆ ที่ได้จัดการศึกษาแบบสหกิจศึกษาโดยเริ่มในปีพ.ศ. 2541 จากนั้นแนวคิดดังกล่าวได้ขยายไปสู่มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนอย่างกว้างขวาง เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้จัดสหกิจศึกษาเป็นสามช่วงระยะเวลาคือ 4-2-4 เดือน รวม 10 เดือน โดยจัดในชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 ทำให้ระยะเวลาเรียนในหลักสูตรสหกิจศึกษามากกว่าหลักสูตรปกติหนึ่งปีการศึกษา

ในปี พ.ศ. 2545 นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ รัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัยในขณะนั้นได้ประกาศนโยบายให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่สถาบันการศึกษาที่จัดสหกิจศึกษาโดยได้จัดสรรเงินอุดหนุนเป็นรายหัวให้แก่สถาบันการศึกษาจำนวน 17 แห่งที่จัดการเรียนการสอนโดยใช้หลักสูตรสหกิจศึกษาและให้ใช้หลักสูตรสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเป็นต้นแบบ จากนั้นสหกิจศึกษาได้ขยายสู่ระดับชาติโดยรัฐบาลได้ก้าวเข้ามาสนับสนุนผ่านทบวงมหาวิทยาลัยและสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน โดยมี

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเป็นภาคีสำคัญของภาครัฐ การดำเนินงานสหกิจศึกษาในช่วงเริ่มต้นอยู่ในรูปของทวิภาคี คือ สถานศึกษาร่วมมือกับสถานประกอบการ โดยภาครัฐมิได้เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยตรงหากแต่มีหน่วยงานจากภาคเอกชน อาทิ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสภาหอการค้าไทย ที่ได้สนับสนุนสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีในระยะเริ่มต้น การดำเนินงานสหกิจศึกษาได้พัฒนาเข้าสู่ลักษณะพหุภาคีเมื่อปี พ.ศ. 2545 กล่าวคือ มีหน่วยงานหลายภาคส่วนได้ร่วมกันรับผิดชอบดำเนินงานสหกิจศึกษา ได้แก่ สถานศึกษา สถานประกอบการ หน่วยงานของรัฐ คือ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ที่ทำหน้าที่ดูแลด้านนโยบายและให้การสนับสนุนด้านการเงินองค์กรเอกชน เช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย สมาคมวิชาการในประเทศไทย ได้แก่ สมาคมสหกิจศึกษาไทย (Thai Association for Cooperative Education – TACE) และสมาคมวิชาการระดับนานาชาติ ได้แก่ สมาคมสหกิจศึกษาโลก (World Association for Cooperative Education - WACE) นับว่าการจัดการศึกษาสหกิจศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบันมีภาคีต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทครบทุกภาคส่วนในลักษณะเครือข่ายพหุภาคี

สำหรับสมาคมสหกิจศึกษาโลกนั้นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีได้สมัครเป็นสมาชิกตั้งแต่เริ่มจัดสหกิจศึกษาและ ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน อธิการบดีผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีในขณะนั้นได้รับเชิญเป็นคณะกรรมการอำนวยการของสมาคม (Board of Governors) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 (ค.ศ.1995) ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

ความหมายของสหกิจศึกษา

สมาคมสหกิจศึกษาไทย (2552) ได้ให้นิยามของสหกิจศึกษา ไว้ว่า สหกิจศึกษา (Cooperative Education) เป็นระบบการศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างมีระบบ โดยจัดให้มีการเรียนในสถานศึกษาร่วมกับการจัดให้นักศึกษาไปปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการ ซึ่งงานที่นักศึกษาปฏิบัติจะต้องตรงกับสาขาวิชาของนักศึกษาซึ่งเน้นการเรียนรู้โดยใช้ประสบการณ์จากการทำงานจริงเป็นหลัก หรือ Work – based Learning

จิตรา จัทรานทรวิ และคณะ (2558) ได้นิยามคำว่า สหกิจศึกษาว่าหมายถึง การศึกษาในรูปแบบที่ผู้เรียนสามารถสร้างสมดุลระหว่างการเรียนรู้ทางทฤษฎีในชั้นเรียนกับการนำประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการมาใช้ร่วมกันได้ ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนมีทักษะการทำงานที่ใช้ได้จริงก่อนสำเร็จการศึกษา โดยผู้เรียนต้องไปปฏิบัติงานจริงเต็มเวลาในสถานประกอบการ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติก็ต้องตรงกับสาขาวิชาที่เรียนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสถานประกอบการ ศูนย์สหกิจศึกษาและการพัฒนาอาชีพ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กล่าวว่า สหกิจศึกษาเป็นระบบการศึกษาที่จัดให้มีการเรียนการสอน

ในสถานศึกษาสลับกับการไปหาประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการอย่างเป็นระบบด้วยความร่วมมือจากสถานประกอบการและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานนั้นต้องตรงกับสาขาวิชาของนักศึกษาและการปฏิบัติงานของนักศึกษาเสมือนพนักงานคนหนึ่งของสถานประกอบการ สหกิจศึกษาจึงเป็นระบบการศึกษาที่ผสมผสานการเรียนกับการปฏิบัติงาน (Work Integrated Learning) ซึ่งรูปแบบการศึกษาสหกิจศึกษาจึงมุ่งเน้นให้นักศึกษาได้มีโอกาสปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการสลับกับการเรียนทฤษฎี เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่ นักศึกษา ด้านการพัฒนาอาชีพ (Career Development) เสริมทักษะประสบการณ์ให้พร้อมที่จะเข้าสู่ระบบการทำงาน และเสริมคุณภาพบัณฑิตให้มีคุณภาพตรงตามที่ต้องการ

อลงกต ยะไวทย์ (2549) ได้ให้ความหมายของสหกิจศึกษาไว้ว่า สหกิจศึกษาเป็นระบบการจัดการเรียนการสอนรูปแบบหนึ่งที่อาศัยความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับหน่วยงานภายนอก สถาบันอุดมศึกษา โดยการผสมผสานระหว่างเรียนในชั้นเรียนกับการสร้างประสบการณ์ การปฏิบัติงานนอกชั้นเรียนตามสาขาวิชาที่ศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนนั้นเกิดการเรียนรู้ที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติงานจริงได้

สำนักงานวิชาการของมหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย (Pennsylvania Department of Education, 2014) ให้นิยามไว้ว่า สหกิจศึกษาเป็นวิธีการศึกษารูปแบบหนึ่งที่สามารถทำให้นักศึกษานั้นสามารถนำความรู้ที่ได้จากห้องเรียน (school-based learning component) มาผสมผสานกับความรู้ที่ได้จากการทำงาน (work-based learning component) ในสาขาวิชาที่ได้เรียนมา โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษาสามารถนำความรู้มาพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นสำคัญ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย ผู้วิจัยสามารถให้นิยามของ “สหกิจศึกษา” ได้ว่าสหกิจศึกษา (Cooperative Education) เป็นวิธีการศึกษารูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างการศึกษาในสถานศึกษากับการปฏิบัติงานเพื่อหาประสบการณ์จริงในสถานประกอบการ โดยนักศึกษาจะปฏิบัติงานตรงกับสาขาที่ได้ศึกษามาในสถานประกอบการแบบเต็มเวลาในลักษณะของพนักงานชั่วคราว ทั้งนี้สถานประกอบการผู้ใช้นักศึกษาจะจัดหาพี่เลี้ยง (Mentor or Job Supervisor) ทำหน้าที่กำกับ ดูแล สอนงาน ตลอดจนประเมินผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้และทักษะการทำงานให้กับนักศึกษาให้เข้าใจและสามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาและวิชาการต่าง ๆ นำไปประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการและหลังสิ้นเสร็จการสหกิจนักศึกษาจะต้องการความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติ มาอภิปราย หรือจัดทำโครงการเพื่อสร้างประโยชน์ทางการศึกษา ในขณะที่สถานศึกษาจะนำองค์ความรู้ที่ได้รับมาทำ การปรับปรุงหลักสูตรเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถและคุณสมบัติของนักศึกษาให้ตรงกับ

ความต้องการของสถานประกอบการอย่างแท้จริง สหกิจศึกษาจึงมุ่งเน้นที่ความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักศึกษาสหกิจศึกษา สถานศึกษาและสถานประกอบการ เพื่อประโยชน์ร่วมกันอย่างสูงสุด

สหกิจศึกษา (Cooperative Education)

สหกิจศึกษา (Cooperative Education) เป็นระบบการศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างมีระบบ โดยจัดให้มีการเรียนการสอนในสถานศึกษาผนวกกับการฝึกปฏิบัติเพื่อสังคมและได้รับประสบการณ์โดยตรงจากสถานประกอบการ เสมือนหนึ่งเป็นพนักงาน (ชั่วคราว) นับเป็นระบบที่มีการผสมผสานระหว่างการเรียนกับการปฏิบัติงานจริง (Work integrated Learning : WIL) ก่อให้เกิดการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ แก่นักศึกษาการได้ลงมือปฏิบัติงานจริงในฐานะพนักงาน (ชั่วคราว) ทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ที่ไม่สามารถหาได้ในห้องเรียน ทั้งยังเป็นการสร้างเสริมกระบวนการคิดวิเคราะห์การตัดสินใจกับเหตุการณ์ที่พบเจอและฝึกการสังเกต จึงเป็นโอกาสที่ดีที่นักศึกษาจะค้นพบศักยภาพที่แท้จริงและความต้องการด้านงานอาชีพชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้กระบวนการสหกิจศึกษายังทำให้เกิดการประสานงานอย่างใกล้ชิดระหว่างสถานศึกษากับสถานประกอบการ ส่งผลให้สถานศึกษาสามารถปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยตลอดเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ทางด้านสายอาชีพ เสริมสร้างทักษะ และพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาในรูปแบบที่มีคุณค่าเหนือกว่าการฝึกงานทั่วไป
2. เพื่อเปิดโอกาสให้สถานประกอบการทั้งภาคเอกชนและภาครัฐได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต
3. เพื่อให้เกิดการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนที่ทันสมัยได้มาตรฐานและตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ
4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานประกอบการและสถาบันอุดมศึกษา

ลักษณะงานสหกิจศึกษา

1. สถานประกอบการมอบหมายงานให้นักศึกษาเปรียบเหมือนเป็นพนักงานขององค์กร
2. สถานประกอบการกำหนดภาระหน้าที่และตำแหน่งที่ต้องปฏิบัติงานอย่างชัดเจน
3. ระยะเวลาปฏิบัติงานต่อเนื่อง (16 สัปดาห์) หรือ 1 ภาคการศึกษา
4. นักศึกษาต้องปฏิบัติงานเต็มเวลา

5. สถานประกอบการจัดให้มีระบบที่เลี้ยงคอกให้คำแนะนำกับนักศึกษาในระหว่างการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

6. สถานประกอบการพิจารณามอบค่าตอบแทนหรือสวัสดิการ ตามความเหมาะสม

สถานประกอบการ

สถานประกอบการเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้นักศึกษาสหกิจศึกษาสามารถพัฒนาทักษะต่าง ๆ รวมถึงองค์ความรู้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ ซึ่งสถานประกอบการจะต้องมีความพร้อมในด้านของบุคลากร นโยบาย งบประมาณ สวัสดิการ ทรัพยากร ฯลฯ และที่สำคัญต้องมีตำแหน่งงานที่เหมาะสมสำหรับนักศึกษาด้วย ดังนั้น สหกิจจึงได้กำหนดบทบาทและหน้าที่ของสถานประกอบการ ดังต่อไปนี้

บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายบุคคลหรือฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์

ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ของสถานประกอบการจะทำหน้าที่ประสานงานกับทางคณะ เพื่อจะรับนักศึกษาฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา รวมทั้งให้คำแนะนำการเตรียมตัวก่อนจะเข้าปฏิบัติงาน

บทบาทและหน้าที่พนักงานที่ปรึกษา

บุคคลที่สถานประกอบการมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานของนักศึกษา ให้คำปรึกษา ติดตาม และแนะนำการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ตลอดระยะเวลา 16 สัปดาห์ อาจจะเป็นผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้าส่วนงานซึ่งเป็นผู้มีความสำคัญที่จะทำให้การปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาสำเร็จไปได้ด้วยดี ดังนั้นพนักงานที่ปรึกษาควรมีภาระหน้าที่ ดังนี้

1. กำหนดลักษณะงานและแผนงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภายในสัปดาห์แรกของการปฏิบัติงาน พนักงานที่ปรึกษา ควรจะกำหนดขอบข่ายหน้าที่ ตำแหน่งงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา รวมถึงแผนการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเพื่อจะมอบหมายให้จัดทำโครงการงาน

2. ตรวจสอบการจัดทำรายงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาสหกิจศึกษาหลักสูตรรายวิชาสหกิจศึกษาได้กำหนดให้นักศึกษาจัดทำรายงานโครงการสหกิจศึกษาโดยในการจัดทำรายงานนั้น จะต้องผ่านการตรวจสอบรายงานจากพนักงานที่ปรึกษาเพื่อให้ออกเสนอแนะในการเขียนรายงานสหกิจศึกษา

3. ดูแล ตรวจสอบ และให้คำแนะนำนักศึกษาในระหว่างการปฏิบัติงานเพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ และพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่

คำตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ

สถานประกอบการควรจ่ายคำตอบแทนให้แก่ นักศึกษาสหกิจศึกษา หรือหากสถานประกอบการ ไม่มีคำตอบแทนให้นักศึกษา สถานประกอบการอาจจะจัดให้ในรูปแบบสวัสดิการอื่น ๆ แทน เช่น

1. ที่พัก
2. รถรับส่ง
3. เครื่องแบบ
4. อาหารในระหว่างการปฏิบัติงาน

ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ

1. เกิดความสัมพันธ์อันดีและความร่วมมือทางวิชาการกับสถานศึกษา ซึ่งจะเป็นการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในด้านของการส่งเสริมสนับสนุนทางการศึกษา
2. ระบบสหกิจศึกษาเป็นวิธีการที่ช่วยคัดเลือกให้สถานประกอบการมีนักศึกษาช่วยงานและเป็น พนักงานประจำองค์กรต่อไปในอนาคต ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายในการคัดเลือกบุคคลเข้า ทำงาน

3. พนักงานประจำมีนักศึกษาช่วยงาน และสามารถทำงานที่สำคัญได้มากขึ้น

4. สถานประกอบการได้อาจารย์ที่มีคุณภาพเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจ

5. สถานประกอบการได้นักศึกษาที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

6. สถานประกอบการที่รับนักศึกษาสหกิจศึกษาจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีโดยตรง (หัก ค่าใช้จ่าย 2 เท่า) ภายใต้กฎหมายได้แก่

- 6.1. มาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545

- 6.2. มาตรา 5 แห่งพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการ ยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 437) พ.ศ. 2548 (ซึ่งออกเพื่อรองรับมาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการ พัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545) ซึ่งได้แก่ค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้

- 6.2.1 ค่าเบี้ยประกันอุบัติเหตุ

- 6.2.2 ค่าตอบแทนที่จ่ายให้แก่ นักศึกษาสหกิจศึกษาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาแต่ ไม่ต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของอัตราค่าจ้างขั้นต่ำสูงสุด

- 6.2.3 ค่าสวัสดิการ เช่น เงินรางวัล ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าเดินทางระหว่างจังหวัด ค่าเครื่องแบบ เป็นต้น ทั้งต้องระบุรายการเหล่านี้ไว้ในแบบเสนองานสหกิจศึกษา (สท.ค 01)

6.2.4 ค่าวัสดุอุปกรณ์เฉพาะที่ใช้ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและไม่รวมกับที่ใช้ในการประกอบกิจการปกติของสถานประกอบการโดยจะต้องระบุรายการ จำนวนและราคาของวัสดุอุปกรณ์นั้นให้ชัดเจน

6.2.5 ค่าวิทยากรภายนอกที่จ้างมาเฉพาะเพื่อฝึกอบรมนักศึกษาสหกิจศึกษาและนอกจากนั้นสถานประกอบการจะได้รับสิทธิประโยชน์จากทางภาษี (หักค่าใช้จ่าย 2 เท่า) ด้วยการบริจาคเงินหรือทรัพย์สินให้แก่สถานประกอบการของรัฐภายใต้กฎหมาย 2 ฉบับ ได้แก่

1) พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 420) พ.ศ. 2547

2) พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 476) พ.ศ. 2551

อาจารย์นิเทศงาน / อาจารย์ที่ปรึกษา

คณาจารย์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการดำเนินงานสหกิจศึกษา ซึ่งทางคณะได้กำหนดคุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษา

1. ผ่านการอบรมการนิเทศงานสหกิจศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
2. เป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชาของนักศึกษาที่ไปปฏิบัติงาน
3. มีประสบการณ์การเรียนการสอนไม่น้อยกว่า 1 ภาคการศึกษา
4. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสหกิจศึกษาเป็นอย่างดี

บทบาทและหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

1. ให้คำแนะนำเป็นที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา และร่วมปรึกษาหารือร่วมกับสถานประกอบการ
2. ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานระหว่างนักศึกษา สถานประกอบการ และอาจารย์ผู้จัดการวิชาสหกิจศึกษา
3. รับรองคุณภาพที่ได้รับการเสนองานจากสถานประกอบการ
4. ให้คำแนะนำการลงทะเบียนเรียนวิชาสหกิจศึกษา
5. เข้าร่วมรับฟังการนำเสนอสัมมนาสหกิจศึกษา และให้ข้อเสนอแนะ
6. ประเมินผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาที่อยู่ในความดูแล

7. นิเทศงานสหกิจศึกษาระหว่างที่นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การนิเทศงาน

ในระหว่างการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา คณะได้กำหนดให้คณาจารย์นิเทศดำเนินการนิเทศงานสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ อย่างน้อย 1 ครั้ง ของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา โดยทางสถานประกอบการต้องจัดที่ประชุมร่วมกันระหว่างคณาจารย์นิเทศและนักศึกษาสหกิจศึกษา ทั้งนี้เพื่อหารือกับสถานประกอบการและติดตามผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในหัวข้อต่อไปนี้

1. รูปแบบและการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของคณะ
2. แผนการปฏิบัติงานตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน
3. รายงานสหกิจศึกษา
4. ลักษณะงานสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการมอบหมาย
5. ปัญหาต่าง ๆ ที่สถานประกอบการพบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
6. ผลการปฏิบัติของนักศึกษาและความประพฤติกกรรม
7. ประเมินผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา

ประโยชน์ที่อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษาของคณะได้รับ

1. คณาจารย์และผู้บริหารของคณะสามารถกำหนด หรือพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีความทันสมัยและสอดคล้องตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน
2. เป็นการเพิ่มศักยภาพของอาจารย์และเพิ่มประสบการณ์ในภาคปฏิบัติและสามารถนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาประยุกต์ พัฒนา กับการเรียนการสอนภายในห้องเรียนได้
3. อาจารย์สามารถนำความรู้หรือประสบการณ์ที่ได้รับมาบูรณาการกับการทำงานวิจัยได้

หน้าที่และข้อแนะนำในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. หมั่นฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการอย่างต่อเนื่องก่อนไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
2. ติดตามข่าวสารการจัดหาสถานประกอบการและประสานกับเจ้าหน้าที่สหกิจศึกษาสม่ำเสมอ
3. ปฏิบัติตนให้อยู่ในระเบียบวินัยและข้อบังคับของสถานประกอบการ
4. แต่งกายตามระเบียบตามที่ทางสถานประกอบการกำหนด
5. ติดต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและเจ้าหน้าที่หน่วยงานสหกิจศึกษาและฝึกงานของนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอ
6. หากมีปัญหาในการปฏิบัติงานให้ติดต่ออาจารย์ที่ปรึกษาหรือเจ้าหน้าที่สหกิจศึกษาและฝึกงานโดยทันที

7. จัดทำเอกสารสหกิจศึกษาส่งให้ตรงตามกำหนดเวลา
8. ตั้งใจปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาอย่างเต็มความสามารถ
9. ต้องไม่ประพฤติตนในทางใด ๆ ที่ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงต่อมหาวิทยาลัยและคณะ

บทบาทของนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ

1. ปฏิบัติงานเต็มเวลา เสมือนเป็นพนักงานคนหนึ่งของสถานประกอบการ
2. มีหน้าที่รับผิดชอบที่แน่นอนตามที่ได้รับมอบหมาย
3. ปฏิบัติงานสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ตนเองศึกษา

ประโยชน์ที่นักศึกษาจะได้รับจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ประสบการณ์วิชาชีพตามสาขาวิชาที่เรียนเพิ่มเติมจากห้องเรียน
2. เรียนรู้และพัฒนาตนเองที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น รับผิดชอบและมั่นใจในตนเองมากขึ้น

ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการ

3. เรียนรู้และมีทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน
4. ได้รับค่าตอบแทนการปฏิบัติงาน (ตามความเหมาะสมและตามเกณฑ์ที่สถานประกอบการกำหนด)
5. สามารถเลือกสายอาชีพได้ถูกต้องตรงตามความถนัดของตนเอง
6. เป็นบัณฑิตที่มีศักยภาพในการทำงานมากขึ้นและมีโอกาสได้รับการเสนองานก่อนสำเร็จการศึกษา

ประโยชน์ที่อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษาได้รับ

1. คณาจารย์และผู้บริหารของคณะสามารถกำหนด หรือพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีความทันสมัยและสอดคล้องตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน
2. เป็นการเพิ่มศักยภาพของอาจารย์และเพิ่มประสบการณ์ในภาคปฏิบัติและสามารถนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาประยุกต์ พัฒนา กับการเรียนการสอนภายในห้องเรียนได้
3. อาจารย์สามารถนำความรู้หรือประสบการณ์ที่ได้รับมาบูรณาการกับการทำงานวิจัยได้

ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ

1. เกิดความสัมพันธ์อันดีและความร่วมมือทางวิชาการกับสถานศึกษา ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในด้านของการส่งเสริมสนับสนุนทางการศึกษา

2. ระบบสหกิจศึกษาเป็นวิธีการที่ช่วยคัดเลือกให้สถานประกอบการมีนักศึกษาช่วยงานและเป็นพนักงานประจำองค์กรต่อไปในอนาคต ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายในการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน

3. พนักงานประจำมีนักศึกษาช่วยงาน และสามารถทำงานที่สำคัญได้มากขึ้น

4. สถานประกอบการได้อาจารย์ที่มีคุณภาพเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจ

5. สถานประกอบการได้นักศึกษาที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

6. สถานประกอบการที่รับนักศึกษาสหกิจศึกษาจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีโดยตรง (หักค่าใช้จ่าย 2 เท่า) ภายใต้กฎหมายได้แก่

6.1. มาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545

6.2. มาตรา 5 แห่งพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 437) พ.ศ. 2548 (ซึ่งออกเพื่อรองรับมาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545) ซึ่งได้แก่ค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้

6.2.1 ค่าเบี้ยประกันอุบัติเหตุ

6.2.2 ค่าตอบแทนที่จ่ายให้แก่ นักศึกษาสหกิจศึกษาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาแต่ไม่ต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของอัตรา

6.2.3 ค่าจ้างขั้นต่ำสูงสุด- ค่าสวัสดิการ เช่น เงินรางวัล ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าเดินทางระหว่างจังหวัดค่าเครื่องแบบ เป็นต้น ทั้ง

6.2.4 ต้องระบุรายการเหล่านี้ไว้ในแบบเสนองานสหกิจศึกษา (สก. ค 01)

6.2.5 ค่าวัสดุอุปกรณ์เฉพาะที่ใช้ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและไม่รวมกับที่ใช้ในการประกอบกิจการปกติของสถานประกอบการโดยจะต้องระบุรายการ จำนวนและราคาของวัสดุอุปกรณ์นั้นให้ชัดเจน

6.2.6 ค่าวิทยากรภายนอกที่จ้างมาเฉพาะเพื่อฝึกอบรมนักศึกษาสหกิจศึกษาและนอกจากนั้นสถานประกอบการจะได้รับสิทธิประโยชน์จากทางภาษี (หักค่าใช้จ่าย 2 เท่า) ด้วยการบริจาคเงินหรือทรัพย์สินให้แก่สถานประกอบการของรัฐภายใต้กฎหมาย 2 ฉบับ ได้แก่

1) พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้น
 รัษฎากร (ฉบับที่ 420) พ.ศ. 2547

2) พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้น
 รัษฎากร (ฉบับที่ 476) พ.ศ. 2551

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธีรยุทธ แก้วเกร็ด (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชน
 ในจังหวัดนครปฐม งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยจูงใจในการประกอบอาชีพ
 ทักษะคติในการประกอบอาชีพ และเกณฑ์การเลือกอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของ
 พนักงานองค์กรเอกชนในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานในองค์กร
 ภาคเอกชน ในจังหวัดนครปฐม ใช้วิธีการสุ่มแบบน่าจะเป็นแบบเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีให้ข้อมูล
 ในการแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 คน การทดสอบความตรงของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือด้วยวิธี
 ของครอนบาร์คกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.962 สำหรับวิธีการทางสถิติ ได้แก่
 การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณผล
 การศึกษา พบว่า ปัจจัยจูงใจในการประกอบอาชีพ ทักษะคติในการประกอบอาชีพ ทฤษฎีเกณฑ์การเลือก
 อาชีพ และกระบวนการตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชนในจังหวัดนครปฐมโดยรวมมี
 ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผลจากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยจูงใจในการประกอบอาชีพ
 ทักษะคติในการประกอบอาชีพ ทฤษฎีเกณฑ์การเลือกอาชีพ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก
 อาชีพของพนักงานองค์กรเอกชนในจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตราจิตต์ เมืองคล้าย (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของ
 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ
 ศึกษาและเปรียบเทียบทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” ที่มีต่อ
 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต
 “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2555 จำนวน 174 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ
 รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ Independent
 Sampling t-test และ One-way ANOVA จากผลการศึกษา พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา
 ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักเรียนมีทัศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาในระดับดีทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความศรัทธารองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือและด้านการยอมรับนักเรียนมีความคิดเห็นด้านความเชื่อถือในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยบูรพามีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน ด้านการยอมรับ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ด้านความศรัทธาในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่ชุมชนมีความภาคภูมิใจ เมื่อเปรียบเทียบกับทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาจำแนกตามเพศ หลักสูตรการศึกษาที่เรียน ภูมิลำเนา และคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

สุพิชชา โชคกิจรุ่งเรืองและคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ที่พักจังหวัดนครปฐมในมุมมองของนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่พักจังหวัดนครปฐมในมุมมองของนักท่องเที่ยว โดยศึกษา ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในการศึกษาเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนการศึกษาเชิงคุณภาพใช้แบบสอบถามแนวลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรม SPSS ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การพรรณนา ผลการศึกษาภาพลักษณ์ที่พักจังหวัดนครปฐมในมุมมองของนักท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดนครปฐมเป็นเมืองผ่านไปยังจังหวัดอื่น ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักแรมมีจำนวนน้อย ส่วนมากมาท่องเที่ยวและพักผ่อนแบบไปเช้า-เย็นกลับ โดยไม่ค้างคืน และจังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวไม่หลากหลาย ไม่มีจุดดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นเวลานาน ส่งผลในด้านความเห็นที่ไม่มีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาปรับปรุงที่พักให้ดีขึ้นทั้งจำนวนที่พักและมาตรฐานของการบริการในปัจจุบันซึ่งมีจำนวนที่เพียงพอต่อความต้องการแล้ว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบบรรยากาศ ทัศนียภาพ ความสะดวกในการเดินทางและความปลอดภัยที่มีให้กับนักท่องเที่ยวของโรงแรม สำหรับชื่อเสียงของโรงแรมและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลของโรงแรมมีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการเป็นอย่างมาก สำหรับแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงภาพลักษณ์ที่พักจังหวัดนครปฐม ควรมีการปรับปรุงในส่วนที่จอดรถ ควรมีขนาดที่เพียงพอต่อความต้องการ ทางด้านการคมนาคมควรมีความร่วมมือ ทั้งผู้ประกอบการและจังหวัด เพื่อปรับพื้นที่ถนนให้มีขนาดกว้างขึ้น มีการวางมาตรการรักษาความปลอดภัยในเส้นทางถนนแต่ละแห่ง ปรับปรุงด้านแหล่งบันเทิงให้มีความหลากหลาย

มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันให้กับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านธุรกิจที่พักและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีความร่วมมือในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่พักและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด นครปฐมให้มากยิ่งขึ้น และควรมีข้อมูลเกี่ยวกับที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของที่พัก ซึ่งในอนาคตเมื่อทุกฝ่ายร่วมมือกัน ภาพลักษณ์ที่พักจังหวัดนครปฐมในมุมมองของนักท่องเที่ยวจะมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ทำให้มีผู้ใช้บริการที่พักในจังหวัดนครปฐมมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น

สายฝน บุชา (2556) การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว ในสายตาของประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้วในสายตาของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน ศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้วที่พึงประสงค์ในอนาคต รวมทั้งศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว 5 ด้าน คือ ด้านนโยบายและการดำเนินงานห้องสมุด ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านทรัพยากร สารนิเทศและด้านอาคารและสถานที่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารการให้บริการของห้องสมุด จากแหล่งสารสนเทศประเภทป้ายประชาสัมพันธ์หน้าห้องสมุดมากที่สุด โดยมีความถี่ที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา คือ แหล่งสารสนเทศประเภทเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต โดยมีความถี่ที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร 4 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ และมีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารการให้บริการของห้องสมุด จากแหล่งสารสนเทศประเภทโทรทัศน์ น้อยที่สุด เฉลี่ย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ 2) กลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุด ทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรับรู้ภาพลักษณ์ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านอาคารและสถานที่ รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ด้านการบริการและด้านนโยบายและการดำเนินงานห้องสมุด ในขณะที่ด้านที่รับรู้ภาพลักษณ์ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านทรัพยากรสารนิเทศ 3) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการภาพลักษณ์ห้องสมุดที่พึงประสงค์ในอนาคต ทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านทรัพยากร สารนิเทศ รองลงมา คือ ด้านนโยบายและการดำเนินงานห้องสมุดและด้านอาคารและสถานที่ ในขณะที่ด้านที่มีความต้องการและมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านบุคลากรและด้านการบริการ 4) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสมุดโดยรวม อยู่ในระดับมาก และ

ปัจจัยที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ห้องสมุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านนโยบายและการดำเนินงานห้องสมุด รองลงมา คือ ด้านอาคารและสถานที่ ของห้องสมุด ด้านการบริการของห้องสมุด และด้านทรัพยากรสารสนเทศห้องสมุด ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ ด้านบุคลากรห้องสมุด

กุลพงษ์ อติโรจนสกุล (2551) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำที่มีต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด 2) ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นลูกค้ำประเภทสามัญที่มีกรมธรรม์ประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และ LSD ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้ำส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีสถานภาพสมรส และมีจำนวนบุตร 1 คน 2) ลูกค้ำที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทด้านตัวแทนประกันชีวิต ด้านผลประโยชน์การประกันชีวิตและด้านการให้บริการ ยกเว้นด้านการจ่ายค่าเบี้ยประกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก 3) ลูกค้ำที่มี เพศ ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้ำที่มีอายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชิตาพร เอี่ยมสะอาด (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่มี รายได้ อาชีพ และการศึกษาที่ต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปกครองของเด็กนักเรียน จำนวน 400 คน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปีการศึกษา 2548 เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ส่วนข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยร้อยละ ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ F-test ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยในจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนด้านความสัมพันธ์กับชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านบริหารจัดการและบริการ ด้านหลักสูตร (แนวการจัดการประสบการณ์) ด้านบุคลากรและด้านอาคารสถานที่ไม่แตกต่างกัน สำหรับผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีอาชีพต่างกัน ใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันและผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านบริหารจัดการและบริการ ด้านหลักสูตร (แนวการจัดการประสบการณ์) ด้านบุคลากรและด้านความสัมพันธ์กับชุมชนไม่แตกต่าง

บุปผา ภิกพ, สาคร บัวบานและบุญเลิศ เต็กสงวน (ม.ป.ป.) ได้ศึกษา คุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาของสถานประกอบการที่เข้าร่วมสหกิจศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ สถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 98 คน และการสัมภาษณ์ แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยใช้ในการสัมภาษณ์ผู้บริหารของสถานประกอบการ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการสร้างแบบสอบถาม และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์แบบสอบถาม ก่อนจะแจกแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการ ต่อจากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) จำนวน 30 คน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาของสถานประกอบการที่เข้าร่วมสหกิจศึกษา จากผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้ง 7 ด้าน (1) ด้านคุณธรรมและจริยธรรม (2) ด้านความรู้ (3) ด้านทักษะทางปัญญา (4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข

การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี (6) ด้านบุคลิกภาพ (7) ด้านมนุษยสัมพันธ์ โดยภาพรวมสรุป ทุกด้านมีความเหมาะสม ในระดับมาก แสดงว่าคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาของสถานประกอบการที่เข้าร่วมสหกิจศึกษา สามารถนำไปใช้พัฒนานักศึกษาสหกิจศึกษาก่อนไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

เนื้อหาของบทนี้เป็นการอธิบายถึงวิธีการวิจัยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณที่ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปรผลข้อมูลและวิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถานประกอบการที่ตอบรับนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว นักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรม และสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 จำนวนทั้งสิ้น 84 แห่ง

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) คือใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลครั้งเดียวรวมกับการเก็บข้อมูลโดยมีการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ

ประเภทของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการศึกษา ได้แก่ การจัดทำข้อมูลการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความและการสรุปผล ประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมซึ่งในที่นี้ คือ แบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เน้นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้และมีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ตำรา หนังสือ เอกสารเกี่ยวกับงานวิจัยที่ผ่านมาแต่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ และวารสารและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสารและระบบออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ทบทวนวัตถุประสงค์ของการศึกษาและตัวแปรที่ศึกษา
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
3. สร้างแบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้ คือ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์สถานประกอบการและข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ
4. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) คือ พิจารณาข้อคำถามที่สร้างขึ้นมาว่ามีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาสาระของเครื่องมือกับเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น และคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าความตรง ตั้งแต่ 0.66 ขึ้นไป โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน พิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 116-117) ดังนี้
 - +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้อง
 - 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้อง
 - 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้อง
 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งถือว่ามีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
6. นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มเป้าหมาย คือที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 คน
7. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาตรวจสอบให้คะแนนและหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 125-126) แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95
8. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงคุณภาพของเครื่องมืออีกครั้งเพื่อความสมบูรณ์จากข้อบกพร่องที่พบจากการตอบของกลุ่มตัวอย่าง
9. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยต่อไป

การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษาการตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ชอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)

องค์ประกอบของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนพร้อมกับวิธีการตอบคำถามดังต่อไปนี้ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทของสถานประกอบการ ระดับการศึกษาและการได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิดแบบให้เลือกคำตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับระดับความคิดที่มีต่อภาพลักษณ์ของนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา

ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์และด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือ

1. ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถามและวิธีการตอบแก้ตัวแทนนักศึกษา
2. ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน เข้าไปในสาขาวิชาเพื่อศึกษาตามที่ระบุไว้ข้างต้น
3. ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน แจกแบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมายและรอจนกระทั่งตอบคำถามครบถ้วน ซึ่งในระหว่างนั้นถ้าผู้ตอบมีข้อสงสัยเกี่ยวกับคำถาม ผู้วิจัยหรือทีมงานจะตอบข้อสงสัยนั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นจึงได้ลงรหัสข้อมูลเพื่อนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ ผลด้วยการใช้คอมพิวเตอร์ในการประมวลผลทางสถิติ สำหรับสถิติที่ใช้วิเคราะห์มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลมาประมวลผลและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และค่าสหสัมพันธ์เชิงถดถอย (Multiple Regression) โดยวิธี Enter
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และค่าสหสัมพันธ์เชิงถดถอย (Multiple Regression) โดยวิธี Enter

การแปลผลข้อมูล

เป็นการวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ มีหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

| | | |
|------------------|----------------|---------|
| ระดับมากที่สุด | มีคะแนนเท่ากับ | 5 คะแนน |
| ระดับเห็นมาก | มีคะแนนเท่ากับ | 4 คะแนน |
| ระดับเห็นปานกลาง | มีคะแนนเท่ากับ | 3 คะแนน |

| | | |
|-----------------|----------------|---------|
| ระดับน้อย | มีคะแนนเท่ากับ | 2 คะแนน |
| ระดับน้อยที่สุด | มีคะแนนเท่ากับ | 1 คะแนน |

เกณฑ์การจัดลำดับค่าเฉลี่ยในการวัดระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดให้มีอัตราภาคชั้นเท่ากัน คือ 0.8 ดังนี้

| ระดับคะแนนเฉลี่ย | ระดับความคิดเห็น |
|------------------|------------------|
| 4.21 – 5.00 | สำคัญมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | สำคัญมาก |
| 2.61 – 3.40 | สำคัญปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | สำคัญน้อย |
| 1.00 – 1.80 | สำคัญน้อยที่สุด |



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษางานวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ส่งให้กับสถานประกอบการที่ตอบรับการขอฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาของนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว สาขาการจัดการโรงแรม และสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ประจำปีการศึกษา 2563 ภาคเรียนที่ 2 จำนวน 84 แห่ง คิดเป็นร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และเสนอผลการวิเคราะห์ โดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย จำแนกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการที่ตอบรับการขอฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาของนักศึกษาทางสาขาการท่องเที่ยว สาขาการจัดการโรงแรมและสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร จำแนกตามเพศ อายุ ประเภทของสถานประกอบการ ระดับการศึกษาและการได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้นักศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์และด้านความสะอาดของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด

ตอนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา

โดยมีสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการที่ตอบรับการขอฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาของนักศึกษาทางสาขาการท่องเที่ยว สาขาการจัดการโรงแรมและสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร จำแนกตามเพศ อายุ ประเภทของสถานประกอบการ ระดับการศึกษาและการได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------|-------|--------|
| 1. ชาย | 24 | 28.57 |
| 2. หญิง | 60 | 71.43 |
| รวม | 84 | 100 |

จากตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------|--------|
| 1. 15-24 ปี | 26 | 30.95 |
| 2. 25-34 ปี | 42 | 50.00 |
| 3. 35-44 ปี | 9 | 10.71 |
| 4. 45-54 ปี | 5 | 5.95 |
| 5. 55 ปีขึ้นไป | 2 | 2.38 |
| รวม | 84 | 100 |

จากตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 15-24 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 30.95 อายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 อายุระหว่าง 45-54 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.95 และอายุ 55 ปีขึ้นไป ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.38

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ

| ประเภทของสถานประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| 1. องค์กรภาครัฐ | 23 | 27.38 |
| 2. องค์กรภาคเอกชน/บริษัท | 44 | 52.38 |
| 3. ประกอบกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว | 14 | 16.67 |
| 4. รัฐวิสาหกิจ | 3 | 3.57 |
| รวม | 84 | 100 |

จากตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดองค์กรภาคเอกชน/บริษัท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 52.38 รองลงมา คือ องค์กรภาครัฐ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 27.38 ประกอบกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และสถานประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57

ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ประเภทของสถานประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------|-------|--------|
| 1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี | 8 | 9.52 |
| 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 64 | 76.19 |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 12 | 14.29 |
| รวม | 84 | 100 |

จากตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 76.19 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี น้อยที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52

ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

| สื่อประชาสัมพันธ์ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------------------|-------|--------|
| 1. จุลสาร | 7 | 8.33 |
| 2. เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี | 63 | 75.00 |
| 3. จดหมายข่าว | 4 | 4.76 |
| 4. แผ่นพับ | 2 | 2.38 |
| 5. อื่น ๆ (ระบุ)..... | 8 | 9.52 |
| รวม | 84 | 100 |

จากตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารจากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ สื่อประเภทจุลสาร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 สื่ออื่น ๆ ได้แก่ Facebook/ไลน์กลุ่มสถานประกอบการ/นักศึกษาฝึกงาน/ข่าวสารจากอาจารย์ผู้สอน/สมาชิกในบริษัทแนะนำ เป็นต้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 สื่อประเภทจดหมายข่าว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 และได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นแผ่นพับน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.38

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการ
รับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา

| ข้อ | ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี | ระดับการตัดสินใจเลือก | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------|-----------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 1 | เต็มใจและกระตือรือร้นในการทำงานและการบริการ | 4.38 | 0.64 | มากที่สุด |
| 2 | มีความคล่องแคล่วว่องไวในการทำงานและทำงานได้อย่าง ไม่ผิดพลาด | 4.27 | 0.66 | มากที่สุด |
| 3 | มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ ซื่อสัตย์ สุจริตและมีวินัย | 4.45 | 0.59 | มากที่สุด |
| 4 | นักศึกษามีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและ การบริการอย่างมืออาชีพ | 4.25 | 0.67 | มากที่สุด |
| 5 | นักศึกษามีความชำนาญในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เป็นอย่างดี | 4.30 | 0.67 | มากที่สุด |
| 6 | นักศึกษาสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับงานในวิชาชีพของ ตนเองให้กับผู้ร่วมงานได้เป็นอย่างดี | 4.30 | 0.60 | มากที่สุด |
| 7 | นักศึกษาจำแนกแยกแยะงานได้อย่างละเอียด ไม่รีบร้อนและ ให้คำแนะนำที่ดีไม่แสดงอาการหงุดหงิดเมื่อมีผู้ซักถาม | 4.32 | 0.64 | มากที่สุด |
| 8 | นักศึกษามีจิตอาสาในการช่วยเหลือผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ | 4.50 | 0.63 | มากที่สุด |
| 9 | นักศึกษาเป็นผู้ประพฤติปฏิบัติต่อจรรยาบรรณวิชาชีพอย่าง เคร่งครัด | 4.48 | 0.63 | มากที่สุด |
| 10 | ผู้ที่จบการศึกษาจากคณะศิลปศาสตร์เป็นบัณฑิตที่มี ประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม | 4.42 | 0.61 | มากที่สุด |
| 11 | นักศึกษาปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน | 4.32 | 0.68 | มากที่สุด |
| 12 | นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์สร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัยจาก การเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ | 4.30 | 0.65 | มากที่สุด |

ตารางที่ 6 (ต่อ)

| ข้อ | ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี | ระดับการตัดสินใจเลือก | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------|-----------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 13 | นักศึกษามีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ให้มีความสวยงามและสะอาด | 4.21 | 0.62 | มากที่สุด |
| | รวม | 4.36 | 0.64 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 6 ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อเช่นกัน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ข้อที่ 8 นักศึกษามีจิตอาสาในการช่วยเหลือผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.50$) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ค่าเฉลี่ยข้อที่ 9 นักศึกษาเป็นผู้ประพฤติปฏิบัติต่อจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างเคร่งครัด ($\bar{X} = 4.48$) ข้อที่ 3 มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ ซื่อสัตย์ สุจริต และมีวินัย ($\bar{X} = 4.45$) ข้อที่ 10 ผู้ที่จบการศึกษาจากคณะศิลปศาสตร์เป็นบัณฑิตที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม ($\bar{X} = 4.42$) ข้อที่ 1 เต็มใจและกระตือรือร้นในการทำงานและการบริการ ($\bar{X} = 4.38$) ข้อที่ 7 นักศึกษาจำแนกแยกแยะงานได้อย่างละเอียด ไม่รีบร้อนและให้คำแนะนำที่ดีไม่แสดงอาการหงุดหงิดเมื่อมีผู้ซักถาม ($\bar{X} = 4.32$) ข้อที่ 11 นักศึกษาปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน ($\bar{X} = 4.32$) ข้อที่ 5 นักศึกษามีความชำนาญในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.30$) ข้อที่ 6 นักศึกษาสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับงานในวิชาชีพของตนเองให้กับผู้ร่วมงานได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.30$) ข้อที่ 12 นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์สร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัยจากการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ ($\bar{X} = 4.30$) ข้อที่ 2 มีความคล่องแคล่วว่องไวในการทำงานและทำงานได้อย่างไม่ผิดพลาด ($\bar{X} = 4.27$) ข้อที่ 4 นักศึกษามีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและการบริการอย่างมืออาชีพ ($\bar{X} = 4.25$) และข้อที่ 13 ในเรื่องที่ นักศึกษามีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงามและสะอาด ($\bar{X} = 4.21$) ถือว่ามีค่าเฉลี่ยน้อยสุด

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้นักศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์และด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์

| ข้อ | การตัดสินใจรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ของสถานประกอบการ | ระดับภาพลักษณ์ | | |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------|-----------|
| | | \bar{X} | SD. | แปลความ |
| 1 | คณะศิลปศาสตร์มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน | 4.26 | 0.54 | มากที่สุด |
| 2 | คณะศิลปศาสตร์มีการบริการทางวิชาชีพแบบครบครัน ได้แก่ มีบริษัททัวร์จำลองปทุมธัญญาทัวร์ มีศูนย์ฝึกงานการโรงแรม ราชบงกช มีศูนย์ภาษา เป็นต้น | 4.25 | 0.58 | มากที่สุด |
| 3 | คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพ มีความสะอาดและทันสมัย | 4.20 | 0.60 | มาก |
| 4 | คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพได้รับมาตรฐานสากล | 4.14 | 0.58 | มาก |
| 5 | คณะศิลปศาสตร์มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางวิชาชีพเฉพาะทาง | 4.14 | 0.54 | มาก |
| 6 | คณะศิลปศาสตร์มีความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือ | 4.21 | 0.60 | มากที่สุด |
| | รวม | 4.20 | 0.57 | มาก |

จากตารางที่ 7 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ พบว่า สถานประกอบการมีความคิดเห็นในด้านนี้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความ

คิดเห็นอยู่ 2 ระดับ คือ ในระดับมากที่สุดและในระดับมาก ข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1 คณะศิลปศาสตร์มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมาคือ ข้อที่ 2 คณะศิลปศาสตร์มีการบริการทางวิชาชีพแบบครบครัน ได้แก่ มีบริษัททัวร์จำลองปทุมธัญญาทัวร์ มีศูนย์ฝึกงานการโรงแรมราชบงกช มีศูนย์ภาษา เป็นต้น ($\bar{X} = 4.25$) และข้อที่ 6 คณะศิลปศาสตร์มีความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือ ($\bar{X} = 4.21$) ตามลำดับ สำหรับข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ข้อที่ 3 คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพมีความสะอาดและทันสมัย ($\bar{X} = 4.20$) ข้อที่ 4 คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพได้รับมาตรฐานสากล ($\bar{X} = 4.14$) และข้อที่ 5 คณะศิลปศาสตร์มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางวิชาชีพเฉพาะทาง ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์

| ข้อ | ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน | ระดับการตัดสินใจเลือก | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------|-----------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 1 | หลักสูตรที่เปิดสอนมีมาตรฐาน | 4.26 | 0.56 | มากที่สุด |
| 2 | มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ | 4.29 | 0.61 | มากที่สุด |
| 3 | จำนวนนักศึกษาต่อจำนวนคณาจารย์มีความเหมาะสม | 4.17 | 0.64 | มาก |
| 4 | คณาจารย์ประจำมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวนมาก | 4.24 | 0.57 | มากที่สุด |
| 5 | คณาจารย์ประจำดำรงตำแหน่งทางวิชาการจำนวนมาก | 4.26 | 0.57 | มากที่สุด |
| 6 | คณาจารย์ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ | 4.32 | 0.54 | มากที่สุด |
| 7 | คณาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้มากยิ่งขึ้น | 4.35 | 0.53 | มากที่สุด |
| 8 | คณาจารย์มีความรู้ในเนื้อหาวิชาที่สอน | 4.36 | 0.53 | มากที่สุด |
| 9 | คณาจารย์มีความรอบรู้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี | 4.32 | 0.56 | มากที่สุด |

ตารางที่ 8 (ต่อ)

| ข้อ | ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน | ระดับการตัดสินใจเลือก | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------|-----------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 10 | คณาจารย์มีระบบการวัดผลและประเมินผลการเรียนอย่างชัดเจนและยุติธรรม | 4.30 | 0.58 | มากที่สุด |
| 11 | นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการสอนของคณาจารย์ | 4.33 | 0.57 | มากที่สุด |
| 12 | นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในห้องเรียน | 4.32 | 0.60 | มากที่สุด |
| 13 | มีกระบวนการเรียนรู้ เน้นที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ | 4.33 | 0.61 | มากที่สุด |
| 14 | กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาเกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ | 4.35 | 0.57 | มากที่สุด |
| 15 | กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้ผู้เรียนศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง | 4.32 | 0.60 | มากที่สุด |
| 16 | ความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากการศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง | 4.37 | 0.58 | มากที่สุด |
| 17 | ระบบห้องสมุด คอมพิวเตอร์ และศูนย์สารสนเทศ มีความเพียงพอ และมีความทันสมัย | 4.29 | 0.57 | มากที่สุด |
| 18 | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีความพร้อมทางด้านสื่อ วัสดุ อุปกรณ์การเรียนการสอน | 4.29 | 0.67 | มากที่สุด |
| รวม | | 4.30 | 0.58 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ พบว่า สถานประกอบการมีความคิดเห็นในด้านนี้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อเช่นกัน ยกเว้นข้อที่ 3 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในเรื่องของจำนวนนักศึกษาต่อจำนวนคณาจารย์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.17$) สำหรับข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย

มากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ข้อที่ 16 ความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากการศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง ($\bar{X} = 4.37$) ข้อที่ 8 คณาจารย์มีความรู้ในเนื้อหาวิชาที่สอน ($\bar{X} = 4.36$) ข้อที่ 14 กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาเกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.35$) ข้อที่ 7 คณาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้มากยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 4.35$) ข้อที่ 11 นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการสอนของคณาจารย์ ($\bar{X} = 4.33$) ข้อที่ 13 มีกระบวนการเรียนรู้ เน้นที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ ($\bar{X} = 4.33$) ข้อที่ 6 คณาจารย์ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ($\bar{X} = 4.32$) ข้อที่ 9 คณาจารย์มีความรอบรู้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.32$) ข้อที่ 12 นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในห้องเรียน ($\bar{X} = 4.32$) ข้อที่ 15 กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้ผู้เรียนศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.32$) ข้อที่ 10 คณาจารย์มีระบบการวัดผลและประเมินผล การเรียนอย่างชัดเจนและยุติธรรม ($\bar{X} = 4.30$) ข้อที่ 2 มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 4.29$) ข้อที่ 17 ระบบห้องสมุด คอมพิวเตอร์ และศูนย์สารสนเทศมีความเพียงพอและมีความทันสมัย ($\bar{X} = 4.29$) ข้อที่ 18 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีความพร้อมทางด้านสื่อวัสดุ อุปกรณ์การเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.29$) ข้อที่ 1 หลักสูตรที่เปิดสอนมีมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.26$) ข้อที่ 5 คณาจารย์ประจำดำรงตำแหน่งทางวิชาการจำนวนมาก ($\bar{X} = 4.26$) และข้อที่ 4 คณาจารย์ประจำมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวนมาก ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา

| ข้อ | ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา | ระดับการตัดสินใจเลือก | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------|-----------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 1 | กิจกรรมปลูกฝังนักศึกษาให้มีคุณธรรม จริยธรรม และรักษาไว้ซึ่งค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์อันดีงามของชาติ | 4.32 | 0.58 | มากที่สุด |
| 2 | กิจกรรมที่มุ่งเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ด้านวิชาการแก่นักศึกษา | 4.24 | 0.63 | มากที่สุด |
| 3 | กิจกรรมที่มุ่งส่งเสริมความรู้และประสบการณ์แก่นักศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรม | 4.27 | 0.59 | มากที่สุด |
| 4 | กิจกรรมที่มุ่งพัฒนานักศึกษาในด้านร่างกาย จิตใจ ทักษะในการกีฬาและการฝึกซ้อมกีฬา | 4.19 | 0.67 | มาก |
| 5 | กิจกรรมที่นักศึกษากระทำเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นหรือสร้างถาวรวัตถุที่เป็นสาธารณสมบัติ | 4.18 | 0.71 | มาก |
| 6 | กิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ | 4.25 | 0.60 | มากที่สุด |
| รวม | | 4.24 | 0.63 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา พบว่า สถานประกอบการมีความคิดเห็นในด้านนี้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากที่สุดกับระดับมาก โดยข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยข้อที่ 1 กิจกรรมปลูกฝังนักศึกษาให้มีคุณธรรม จริยธรรม และรักษาไว้ซึ่งค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์อันดีงามของชาติ ($\bar{X} = 4.32$) เป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด รองลงมา คือ ข้อที่ 3 กิจกรรมที่มุ่งส่งเสริมความรู้และประสบการณ์แก่นักศึกษา

ด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.27$) ข้อที่ 6 กิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.25$) ข้อที่ 2 กิจกรรมที่มุ่งเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาการแก่นักศึกษา ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ ส่วนข้อที่อยู่ในระดับมาก คือ ข้อที่ 4 กิจกรรมที่มุ่งพัฒนานักศึกษาในด้านร่างกายจิตใจ ทักษะในการกีฬาและการฝึกซ้อมกีฬา ($\bar{X} = 4.19$) และข้อที่ 5 กิจกรรมที่นักศึกษากะทำเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นหรือสร้างถาวรวัตถุที่เป็นสาธารณสมบัติ ($\bar{X} = 4.18$) เป็นข้อที่มีความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์

| ข้อ | ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ | ระดับการตัดสินใจเลือก | | |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------|---------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 1 | มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | 4.07 | 0.71 | มาก |
| 2 | มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ดี ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | 4.08 | 0.75 | มาก |
| 3 | ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนเข้าใจง่าย ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | 4.15 | 0.70 | มาก |
| 4 | ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สามารถกระจายได้ทั่วถึง ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | 4.10 | 0.74 | มาก |
| 5 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง Website | 4.07 | 0.74 | มาก |
| 6 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง ไปสเตอร์ | 3.99 | 0.84 | มาก |
| 7 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง จดหมายข่าว | 3.99 | 0.81 | มาก |
| 8 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง ป้ายไฟวิ่ง | 3.89 | 0.84 | มาก |
| 9 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง วารสาร | 3.94 | 0.84 | มาก |
| 10 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ | 3.93 | 0.90 | มาก |
| 11 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ | 3.76 | 0.94 | มาก |

ตารางที่ 10 (ต่อ)

| ข้อ | ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ | ระดับการตัดสินใจเลือก | | |
|-----|------------------------------------------------------------|-----------------------|------|---------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 12 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ | 3.79 | 0.93 | มาก |
| 13 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ | 3.83 | 0.94 | มาก |
| 14 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวารสารต่าง ๆ | 3.95 | 0.93 | มาก |
| 15 | คณะศิลปศาสตร์ ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ | 3.99 | 0.87 | มาก |
| 16 | คณะศิลปศาสตร์ ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนเป็นไปในทางที่ดี | 4.06 | 0.75 | มาก |
| รวม | | 3.97 | 0.83 | มาก |

จากตารางที่ 10 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ พบว่า สถานประกอบการมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อเช่นกัน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ข้อที่ 3 ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนเข้าใจง่ายทำให้ตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.15$) เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ข้อที่ 4 ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สามารถกระจายได้ทั่วถึงทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.10$) ข้อที่ 2 มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ดีทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.08$) ข้อที่ 1 มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลาทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.07$) ข้อที่ 5 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง Website ($\bar{X} = 4.07$) ข้อที่ 16 คณะศิลปศาสตร์ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนเป็นไปในทางที่ดี ($\bar{X} = 4.06$) ข้อที่ 6 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางโปสเตอร์ ($\bar{X} = 3.99$) ข้อที่ 7 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางจดหมายข่าว ($\bar{X} = 3.99$) ข้อที่ 15 คณะศิลปศาสตร์ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ

($\bar{X} = 3.99$) ข้อที่ 14 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวารสารต่างๆ ($\bar{X} = 3.95$) ข้อที่ 9 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางวารสาร ($\bar{X} = 3.94$) ข้อที่ 10 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.93$) ข้อที่ 13 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อนิตยสาร ($\bar{X} = 3.83$) ข้อที่ 8 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางป้ายไฟวิ่ง ($\bar{X} = 3.89$) ข้อที่ 12 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.79$) และข้อที่ 11 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ ($\bar{X} = 3.76$) มีความคิดเห็นในข้อนี้้น้อยที่สุดตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านความสะอาดของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด

| ข้อ | ด้านความสะอาดของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม ของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด | ระดับการตัดสินใจเลือก | | |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------|-----------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 1 | ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม | 4.25 | 0.64 | มากที่สุด |
| 2 | สถานประกอบการสามารถติดต่อได้สะดวก | 4.32 | 0.58 | มากที่สุด |
| 3 | มีที่จอดรถเพียงพอกับผู้มาใช้บริการและมีเจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัย | 4.15 | 0.72 | มาก |
| 4 | สถานที่ภายในคณะศิลปศาสตร์มีการตกแต่งสวยงาม | 4.15 | 0.72 | มาก |
| 5 | สถานที่ภายในคณะศิลปศาสตร์กว้างขวางไม่แออัด | 4.15 | 0.70 | มาก |
| 6 | การเดินทางมีรถประจำทางวิ่งผ่านหลายสาย | 4.20 | 0.77 | มาก |
| 7 | มีป้ายบอกทิศทางที่ตั้งของหน่วยงานบริการต่าง ๆ ภายใน คณะศิลปศาสตร์ที่ชัดเจน อ่านง่าย | 4.20 | 0.71 | มาก |
| | รวม | 4.22 | 0.69 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 11 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ด้านความสะอาดของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด พบว่าสถานประกอบการมีความคิดเห็นในด้านนี้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) และเมื่อพิจารณา

เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากที่สุดกับระดับมาก โดยข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 สถานประกอบการสามารถติดต่อได้สะดวก ($\bar{X} = 4.32$) เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ข้อที่ 1 ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.25$) ส่วนข้อที่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6 การเดินทางมีรถประจำทางวิ่งผ่านหลายสาย ($\bar{X} = 4.20$) ข้อที่ 7 มีป้ายบอกทิศทางที่ตั้งของหน่วยงานบริการต่างๆภายในคณะศิลปศาสตรที่ชัดเจน อ่านง่าย ($\bar{X} = 4.20$) ข้อที่ 3 มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.15$) ข้อที่ 4 สถานที่ภายในคณะศิลปศาสตรมีการตกแต่งสวยงาม ($\bar{X} = 4.15$) และข้อที่ 5 สถานที่ภายในคณะศิลปศาสตรกว้างขวางไม่แออัด ($\bar{X} = 4.15$) เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตรเข้าฝึก ปฏิบัติสหกิจศึกษา

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตรเข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา

| ข้อ | การตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | ระดับภาพลักษณ์ | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------|-----------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 1 | ท่านต้องตระหนักถึงความต้องการของสถานประกอบการของท่านในการเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | 4.30 | 0.64 | มากที่สุด |
| 2 | ท่านต้องแสวงหาข้อมูลของนักศึกษาสหกิจศึกษาคณะศิลปศาสตรก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | 4.21 | 0.71 | มากที่สุด |
| 3 | ท่านต้องทำการประเมินนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร เข้าฝึกสหกิจศึกษา | 4.26 | 0.66 | มากที่สุด |
| 4 | ท่านต้องตัดสินใจเลือกนักศึกษาคณะศิลปศาสตรเป็นลำดับต้น ๆ ของการตัดสินใจเสมอ | 4.19 | 0.72 | มาก |
| 5 | ท่านไม่มั่นใจว่านักศึกษาจะฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการของท่านได้ | 4.23 | 0.73 | มากที่สุด |

ตารางที่ 12 (ต่อ)

| ข้อ | การตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | ระดับภาพลักษณ์ | | |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------|---------|
| | | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 6 | ท่านต้องแนะนำนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ท่านเลือกเข้าฝึกสหกิจศึกษา ให้แก่ หน่วยงานอื่น ได้ทราบอีกต่อไป | 3.82 | 0.79 | มาก |
| | รวม | 3.57 | 0.61 | มาก |

จากตารางที่ 12 ปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา พบว่า สถานประกอบการมีระดับการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากที่สุดกับระดับมาก โดยข้อที่ทำให้สถานประกอบการตัดสินใจรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย คือ ข้อที่ 1 ท่านต้องตระหนักถึงความต้องการของสถานประกอบการของท่านในการเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.30$) มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อที่ 3 ท่านต้องทำการประเมินนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ เข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.26$) ข้อที่ 5 ท่านไม่มั่นใจว่านักศึกษาจะฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการของท่านได้ ($\bar{X} = 4.23$) ข้อที่ 2 ท่านต้องแสวงหาข้อมูลของนักศึกษาสหกิจศึกษาคณะศิลปศาสตร์ก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.21$) สำหรับข้อที่อยู่ในระดับมาก คือ ข้อที่ 4 ท่านต้องตัดสินใจเลือกนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เป็นลำดับต้น ๆ ของการตัดสินใจเสมอ ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาคือ ข้อที่ 6 ท่านต้องแนะนำนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ท่านเลือกเข้าฝึกสหกิจศึกษา ให้แก่หน่วยงานอื่น ได้ทราบอีกต่อไป ($\bar{X} = 3.82$) ข้อนี้เป็นปัญหาที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษาน้อยที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา
ในสถานประกอบการ

| ปัจจัย | Image | Famous | Course | Activities | News | Place | Decision |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|------------|--------|--------|----------|
| 1. Image ด้านภาพลักษณ์ ของนักศึกษา | 1 | | | | | | |
| 2. Famous ด้านความมี ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของคณะ ศิลปศาสตร์ | .451** | 1 | | | | | |
| 3. Course ด้านหลักสูตร และการเรียนการสอน | .572** | .755** | 1 | | | | |
| 4. Activities ด้าน กิจกรรมของคณะศิลป ศาสตร์ที่มีให้กับ นักศึกษา | .533** | .615** | .849** | 1 | | | |
| 5. News ด้านการให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ | .365** | .475** | .501** | .486** | 1 | | |
| 6. Place ด้านความ สะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของ สถาบันที่นักศึกษาสหกิจ ศึกษาสังกัด | .434** | .534** | .665** | .621** | .723** | 1 | |
| 7. Decision การตัดสินใจ | .522** | .553** | .665** | .669** | .405** | .655** | 1 |

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.522$) ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.553$) ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.665$) ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.669$) ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ($r = 0.405$) และด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.655$) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับความสัมพันธ์ในทางบวก

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนระหว่าง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ

| ภาพลักษณ์ของ นักศึกษาสหกิจศึกษา | การตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ในสถานประกอบการ | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|------|---------|--------|--------|
| | B | S.E. | β | t | P |
| (Constant) | .104 | .441 | | .235 | .815 |
| 1. ด้านภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ | .203 | .106 | .172 | 1.913 | .059 |
| 2. ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ ของคณะศิลปศาสตร์ | .167 | .133 | .143 | 1.257 | .213 |
| 3. ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน | -.012 | .221 | -.009 | -.053 | .958 |
| 4. ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับ นักศึกษา | .318 | .146 | .305 | 2.169 | .033** |
| 5. ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ | -.167 | .085 | -.212 | -1.971 | .052 |
| 6. ด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของ สถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด | .444 | .115 | .474 | 3.860 | .000** |

R = 0.769 R² = 0.592, Std. Error of the Estimate = 0.376 F = 18.585, P = 0.000

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุขั้นตอน (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter ระหว่างปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 18.585, p < .05$) โดยมีอำนาจการทำนายได้ร้อยละ 59.20 ($R = 0.769, R^2 = 0.592$) จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุขั้นตอนเพื่อหาตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ พบว่า ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ เท่ากับ 0.305 และด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัดมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการการทำนายได้ ดังนี้

$$\text{สมการที่ได้ } Y_{\text{Decision}} = 0.104 + 0.305_{\text{Activities}} + 0.474_{\text{Place}}$$

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งทำการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์และด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด ศึกษาปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา และผลการวิจัยสามารถนำมาเป็นแนวทางให้กับนักศึกษาปรับปรุงภาพลักษณ์ของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการได้อย่างเหมาะสมกับสาขาวิชาชีพของตนเองต่อไป โดยมีประชากรจำนวน 84 แห่ง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผู้วิจัยนำเสนอ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ประเภทของสถานประกอบการ ระดับการศึกษาและการได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 15-24 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 30.95 อายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 อายุระหว่าง 45-54 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.95 และอายุ 55 ปีขึ้นไป ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.38 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดองค์กรภาคเอกชน/บริษัท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 52.38 รองลงมา คือ องค์กรภาครัฐ

จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 27.38 ประกอบกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และสถานประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 76.19 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี น้อยที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 ได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์จากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ สื่อประเภทจุลสาร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 สื่ออื่น ๆ ได้แก่ Facebook/ไลน์กลุ่มสถานประกอบการ/นักศึกษาฝึกงาน/ข่าวสารจากอาจารย์ผู้สอน/สมาชิกในบริษัทแนะนำ เป็นต้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 สื่อประเภทจดหมายข่าว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 และได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นแผ่นพับน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.38

2. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา พบว่า โดยรวมสถานประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาในด้านนี้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อเช่นกัน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับนักศึกษามีจิตอาสาในการช่วยเหลือผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.50$) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือเรื่องเกี่ยวกับนักศึกษาเป็นผู้ประพฤติปฏิบัติต่อจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างเคร่งครัด ($\bar{X} = 4.48$) มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ ซื่อสัตย์ สุจริตและมีวินัย ($\bar{X} = 4.45$) ผู้ที่จบการศึกษาจากคณะศิลปศาสตร์เป็นบัณฑิตที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม ($\bar{X} = 4.42$) เต็มใจและกระตือรือร้นในการทำงานและการบริการ ($\bar{X} = 4.38$) นักศึกษาจำแนกแยกแยะงานได้อย่างละเอียด ไม่รีบร้อนและให้คำแนะนำที่ดีไม่แสดงอาการหงุดหงิดเมื่อมีผู้ซักถาม ($\bar{X} = 4.32$) นักศึกษาปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน ($\bar{X} = 4.32$) นักศึกษามีความชำนาญในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.30$) นักศึกษาสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับงานในวิชาชีพของตนเองให้กับผู้ร่วมงานได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.30$) นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์สร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัยจากการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ ($\bar{X} = 4.30$) มีความคล่องแคล่วว่องไว ในการทำงานและทำงานได้อย่างไม่ผิดพลาด ($\bar{X} = 4.27$) นักศึกษามีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและการบริการอย่างมืออาชีพ และในเรื่องที่นักศึกษามีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงามและสะอาด ($\bar{X} = 4.21$) ในประเด็นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

3. ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเข้าฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน ได้แก่

3.1 ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเข้าฝึกสหกิจศึกษาในด้านนี้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับ คือในระดับมากที่สุดและในระดับมาก โดยข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมาคือ คณะศิลปศาสตร์มีการบริการทางวิชาชีพแบบครบครัน ได้แก่ มีบริษัททัวร์จำลองปทุมธัญญาทัวร์ มีศูนย์ฝึกงานการโรงแรมราชบงกช มีศูนย์ภาษา เป็นต้น ($\bar{X} = 4.25$) และคณะศิลปศาสตร์มีความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือ ($\bar{X} = 4.21$) ตามลำดับ สำหรับข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพมีความสะอาดและทันสมัย ($\bar{X} = 4.20$) คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพได้รับมาตรฐานสากล ($\bar{X} = 4.14$) และคณะศิลปศาสตร์มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางวิชาชีพเฉพาะทาง ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ

3.2 ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เข้าฝึกสหกิจศึกษาในด้านนี้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อเช่นกัน ยกเว้น ในเรื่องของจำนวนนักศึกษาต่อจำนวนคณาจารย์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.17$) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากการศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง ($\bar{X} = 4.37$) คณาจารย์มีความรู้ในเนื้อหาวิชาที่สอน ($\bar{X} = 4.36$) กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาเกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.35$) คณาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้มากยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 4.35$) นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการสอนของคณาจารย์ ($\bar{X} = 4.33$) มีกระบวนการเรียนรู้ เน้นที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ ($\bar{X} = 4.33$) คณาจารย์ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ($\bar{X} = 4.32$) คณาจารย์มีความรอบรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.32$) นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในห้องเรียน ($\bar{X} = 4.32$) กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้ผู้เรียนศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.32$) คณาจารย์มีระบบการ

วัดผลและประเมินผลการเรียนอย่างชัดเจนและยุติธรรม ($\bar{X} = 4.30$) มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 4.29$) ระบบห้องสมุด คอมพิวเตอร์ และศูนย์สารสนเทศมีความเพียงพอและมีความทันสมัย ($\bar{X} = 4.29$) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีความพร้อมทางด้านสื่อวัสดุ อุปกรณ์การเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.29$) หลักสูตรที่เปิดสอนมีมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.26$) คณาจารย์ประจำดำรงตำแหน่งทางวิชาการจำนวนมาก ($\bar{X} = 4.26$) และคณาจารย์ประจำมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวนมาก ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ

3.3 ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เข้าฝึกสหกิจศึกษาในด้านนี้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากที่สุดกับระดับมาก โดยข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุดเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมาก ไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมปลูกฝังนักศึกษาให้มีคุณธรรม จริยธรรม และรักษาไว้ ซึ่งค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์อันดีงามของชาติ ($\bar{X} = 4.32$) เป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด รองลงมา คือ กิจกรรมที่มุ่งส่งเสริมความรู้และประสบการณ์แก่นักศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.27$) กิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.25$) กิจกรรมที่มุ่งเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาการแก่นักศึกษา ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ ส่วนข้อที่อยู่ในระดับมาก คือ ข้อที่ 4 กิจกรรมที่มุ่งพัฒนานักศึกษาในด้านร่างกาย จิตใจ ทักษะในการกีฬาและการฝึกซ้อมกีฬา ($\bar{X} = 4.19$) และกิจกรรมที่ นักศึกษากะทำเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นหรือสร้างถาวรวัตถุที่เป็นสาธารณสมบัติ ($\bar{X} = 4.18$) เป็นประเด็นความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

3.4 ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เข้าฝึกสหกิจศึกษาโดยรวมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อเช่นกัน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนเข้าใจง่ายทำให้ตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.15$) เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สามารถกระจายได้ทั่วถึงทำให้ตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.10$) มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ดีทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.08$)

มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลาทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.07$) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง Website ($\bar{X} = 4.07$) คณะศิลปศาสตร์ ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนเป็นไปในทางที่ดี ($\bar{X} = 4.06$) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางโปสเตอร์ ($\bar{X} = 3.99$) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางจดหมายข่าว ($\bar{X} = 3.99$) คณะศิลปศาสตร์ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.99$) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวารสารต่างๆ ($\bar{X} = 3.95$) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางวารสาร ($\bar{X} = 3.94$) ข้อที่ 10 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.93$) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อนิตยสาร ($\bar{X} = 3.83$) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางป้ายไฟวิ่ง ($\bar{X} = 3.89$) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.79$) และมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ ($\bar{X} = 3.76$) ในประเด็นนี้มีความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

3.5 ด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเข้าฝึกสหกิจศึกษาโดยรวมในด้านนี้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากที่สุดกับระดับมาก โดยข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ สถานประกอบการสามารถติดต่อได้สะดวก ($\bar{X} = 4.32$) เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.25$) ส่วนประเด็นที่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ การเดินทางมีรถประจำทางวิ่งผ่านหลายสาย ($\bar{X} = 4.20$) มีป้ายบอกทิศทางที่ตั้งของหน่วยงานบริการต่างๆภายในคณะศิลปศาสตร์ที่ชัดเจน อ่านง่าย ($\bar{X} = 4.20$) มีที่จอดรถเพียงพอกับผู้มาใช้บริการและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.15$) สถานที่ภายในคณะศิลปศาสตร์ มีการตกแต่งสวยงาม ($\bar{X} = 4.15$) และข้อที่ 5 สถานที่ภายในคณะศิลปศาสตร์กว้างขวางไม่แออัด ($\bar{X} = 4.15$) เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

4. ปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา พบว่า สถานประกอบการมีปัญหาในการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีปัญหาในการตัดสินใจอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากที่สุดกับระดับมาก ข้อที่สถานประกอบการมีปัญหาในการตัดสินใจรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษามากที่สุด

เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย คือ ข้อที่ 1 ต้องตระหนักถึงความต้องการของสถานประกอบการของท่านในการเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาคือ ข้อที่ 3 ต้องทำการประเมินนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.26$) ข้อที่ 5 ไม่มั่นใจว่านักศึกษาจะฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการของท่านได้ ($\bar{X} = 4.23$) ข้อที่ 2 ต้องแสวงหาข้อมูลของนักศึกษาสหกิจศึกษาคณะศิลปศาสตร์ก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ($\bar{X} = 4.21$) สำหรับข้อที่อยู่ในระดับมาก คือ ข้อที่ 4 ต้องตัดสินใจเลือกนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เป็นลำดับต้น ๆ ของการตัดสินใจเสมอ ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาคือ ข้อที่ 6 ต้องแนะนำนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ท่านเลือกเข้าฝึกสหกิจศึกษา ให้แก่ หน่วยงานอื่นได้ทราบอีกต่อไป ($\bar{X} = 3.82$) ข้อนี้เป็นปัญหาที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษาน้อยที่สุด

5. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.522$) ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.553$) ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.665$) ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.669$) ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ($r = 0.405$) และด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.655$) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับความสัมพันธ์ในทางบวก ดังตารางที่ 1

6. ผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุขั้นตอน (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter ระหว่างปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 18.585, p < .05$) โดยมีอำนาจการทำนายได้ร้อยละ 59.20 ($R = 0.769, R^2 = 0.592$) จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุขั้นตอนเพื่อหาตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ พบว่า ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ เท่ากับ 0.305 และด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัดมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการการทำนายได้

อภิปรายผลการวิจัย

1. ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา พบว่าสถานประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาในด้านนี้ทั้งโดยรวมและรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ในเรื่องเกี่ยวกับนักศึกษามีจิตอาสาในการช่วยเหลือผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ เป็นเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด นั้นแสดงให้เห็นว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ในข้อนี้มากที่สุด อาจเป็นเพราะ ไม่ว่าจะประกอบอาชีพอะไรก็ตาม ย่อมต้องการคนที่มีจิตอาสา เพราะงานบางอย่างต้องการคนที่มีจิตอาสา ซึ่งจะนำพาให้สังคมอยู่อย่างร่มเย็นเป็นสุข ดังที่ บุปผา ภิกภพ, สาคร บัวบานและ บุญเลิศ เต็กสงวน (ม.ป.ป.) ได้ศึกษา คุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาของสถานประกอบการที่เข้าร่วมสหกิจศึกษา ทั้ง 7 ด้าน 1) ด้านคุณธรรมและจริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และเทคโนโลยี 6) ด้านบุคลิกภาพ 7) ด้านมนุษยสัมพันธ์ โดยภาพรวมสรุปทุกด้านมีความเหมาะสม ในระดับมาก แสดงว่าคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาของสถานประกอบการที่เข้าร่วมสหกิจศึกษา สามารถนำไปใช้พัฒนานักศึกษาสหกิจศึกษาก่อนไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจากผลศึกษายังพบว่า เรื่องที่สถานประกอบการให้ความสำคัญรองลงมา คือ นักศึกษาเป็นผู้ประพฤติปฏิบัติต่อจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างเคร่งครัดมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ ซื่อสัตย์ สุจริตและมีวินัย ผู้ที่จบการศึกษาจากคณะศิลปศาสตร์เป็นบัณฑิตที่มีประสิทธิภาพ เป็นที่ยอมรับของสังคม เต็มใจและกระตือรือร้นในการทำงานและการบริการ นักศึกษาจำแนกแยกแยะงานได้อย่างละเอียด ไม่รีบร้อนและให้คำแนะนำที่ดีไม่แสดงอาการหงุดหงิดเมื่อมีผู้ซักถาม นักศึกษาปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน นักศึกษามีความชำนาญในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เป็นอย่างดี นักศึกษาสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับงานในวิชาชีพของตนเองให้กับผู้ร่วมงานได้เป็นอย่างดี นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์สร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัยจากการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ มีความคล่องแคล่วว่องไวในการทำงานและทำงานได้อย่างไม่ผิดพลาด นักศึกษามีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและการบริการอย่างมืออาชีพ และในเรื่องที่นักศึกษามีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงามและสะอาด ในประเด็นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ภาพลักษณ์ในประเด็นนี้ สถานประกอบการอาจไม่ได้ให้ความสำคัญมากกว่าประเด็นอื่นๆ เนื่องจากอาจเน้นในเรื่องของการปฏิบัติงานของนักศึกษามากกว่าการดูแลรักษา สภาพแวดล้อมก็เป็นไปได้

2. ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เข้าฝึกสหกิจศึกษา 5 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ พบว่า ปัจจัยในด้านนี้สถานประกอบการใช้ในการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับ คือ ในระดับมากที่สุดและในระดับมาก โดยข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จะเห็นว่า สถานประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านนี้มากที่สุด ดังที่ บอร์ลิ่ง (Boulding, 1975: 92-1975: 91 อ้างใน สุภาณี ปัสสา, 2558) กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านองค์การ ถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรืออัตลักษณ์ (Identity) ของแต่ละธุรกิจ โดยยึดแนวคิดในการเป็น “องค์การที่ดีของสังคม” (Good Corporate Citizen) เช่น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถและคุณธรรมของเจ้าของธุรกิจ และผู้บริหาร ความมั่นคงก้าวหน้าของกิจการ ความทันสมัยและก้าวหน้าทางวิทยาการของธุรกิจ ความรู้ความสามารถ รวมถึงประสิทธิภาพการทำงานและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ความมีความจริงใจและรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการทำประโยชน์ให้แก่สังคม (เช่น ในด้านศิลปวัฒนธรรม การศึกษา เยาวชน) นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบอีกว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา คือ คณะศิลปศาสตร์มีการบริการทางวิชาชีพแบบครบครัน ได้แก่ มีบริษัททัวร์จำลองปทุมธานีทัวร์ มีศูนย์ฝึกงานการโรงแรมราชบงกช มีศูนย์ภาษา เป็นต้น และคณะศิลปศาสตร์มีความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือ ตามลำดับ สำหรับข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพมีความสะอาดและทันสมัย คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพได้รับมาตรฐานสากลและคณะศิลปศาสตร์มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางวิชาชีพเฉพาะทาง ตามลำดับ ดังที่ Harrison (1995: 71-75 อ้างถึงใน ปภาวิ บุญกลาง, 2560: 24) กล่าวว่า ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) คือ ชื่อเสียงหรือกิตติศัพท์ขององค์กรที่ประชาชนหรือบุคคลมีความเชื่อถือให้ความไว้วางใจ มั่นใจในเรื่องคุณภาพ ความมีมาตรฐานของผลผลิตและการบริการ ชื่อเสียงขององค์กรเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือและทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และเอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ก็คือความโดดเด่นขององค์กร เครื่องบ่งชี้ทางกายภาพขององค์กร องค์กรสามารถใช้เอกลักษณ์ในการสะท้อนบุคลิกภาพและแสดงโครงสร้างขององค์กรได้อย่างชัดเจนและมีคุณค่า รวมทั้ง ความดีหรือจรรยาบรรณของ องค์กร ซึ่งได้รับการยอมรับ ประเมินคุณค่าและยกย่องจากบุคคลภายนอก ความมีคุณค่าและจรรยาบรรณขององค์กรที่เป็นมาตรฐานในการประพฤติดีของบุคคลในองค์กร จะไม่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ในทางลบหรือมีผลกระทบต่อ

องค์กรในทางที่ไม่ดี ส่วน Leblanc and Nguyen (1996: 91 อ้างถึงใน ปภาวี บุญกลาง, 2560: 24) กล่าวว่า เอกลักษณ์ขององค์กร (Corporative Identity) คือ ความเกี่ยวข้องกับรูปลักษณะต่าง ๆ ของบริษัท เช่น ชื่อเสียงของบริษัท โลโก้ ราคา การบริการ ระดับคุณภาพของการโฆษณา สามารถสังเกตได้อย่างง่ายดาย โดยที่สามารถนำมาเป็นสิ่งเปรียบเทียบในแต่ละบริษัทและยังเป็นดัชนีของพฤติกรรมที่เป็นตัวบ่งชี้ว่านั่นคือสิ่งควบคุมโดยบริษัท เพราะว่าภาพลักษณ์องค์กรคือ ความประทับใจที่เกิดขึ้นจากใจของลูกค้าซึ่งเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ควบคุมโดยบริษัทและชื่อเสียง (Reputation) การให้บริการจนกระทั่งได้รับชื่อเสียง มีกิตติศัพท์ที่สามารถรับประกันได้ ซึ่งได้หรือมีการกระทำที่คงที่ตลอดเวลา เช่น ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่จะประเมินคุณภาพในการบริการได้ ชื่อเสียงในการให้บริการขององค์กรจะสร้างขึ้นจนเกิดความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจแก้ไขปัญหาอันอาจจะเกิดขึ้นให้กับลูกค้าได้ ซึ่งหมายถึง ระบบการจัดการภายในประกอบด้วย ภาวะผู้นำในการบริหารองค์กร บุคลิกภาพพร้อมทั้งบรรยากาศ และการให้บริการตามความต้องการของลูกค้า

2.2 ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์ พบว่า ปัจจัยในด้านนี้สถานประกอบการใช้ในการตัดสินใจโดยรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากการศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง คณาจารย์มีความรู้ในเนื้อหาวิชาที่สอน กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาเกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ คณาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้มากยิ่งขึ้น นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการสอนของคณาจารย์ มีกระบวนการเรียนรู้เน้นที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ คณาจารย์ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ คณาจารย์มีความรอบรู้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในห้องเรียน กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้ผู้เรียนศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง คณาจารย์มีระบบการวัดผลและประเมินผลการเรียนอย่างชัดเจนและยุติธรรม มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ ระบบห้องสมุด คอมพิวเตอร์และศูนย์สารสนเทศมีความเพียงพอและมีความทันสมัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีความพร้อมทางด้านสื่อ วัสดุ อุปกรณ์การเรียนการสอน หลักสูตรที่เปิดสอนมีมาตรฐาน คณาจารย์ประจำดำรงตำแหน่งทางวิชาการจำนวนมากและคณาจารย์ประจำมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวนมาก ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามในเรื่องของจำนวนนักศึกษาต่อจำนวนคณาจารย์มีความเหมาะสม เป็นปัจจัยรายชื่อที่สถานประกอบการใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ตราจิตต์ เมืองคล้าย (2556) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี และยังพบว่า คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยบูรพา มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้

และประสบการณ์ในรายวิชาที่สอน ด้านการยอมรับ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ด้านความศรัทธาในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่ชุมชนมีความภาคภูมิใจ เมื่อเปรียบเทียบกับทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาจำแนกตามเพศ หลักสูตรการศึกษาที่เรียน ภูมิลำเนา และคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

2.3 ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา ปัจจัยในด้านนี้สถานประกอบการใช้ในการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากที่สุดกับระดับมาก โดยข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ เรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมปลูกฝังนักศึกษาให้มีคุณธรรม จริยธรรม และรักษาไว้ ซึ่งค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์อันดีงามของชาติเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด รองลงมา คือ กิจกรรมที่มุ่งส่งเสริมความรู้และประสบการณ์แก่ นักศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ กิจกรรมที่มุ่งเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาการแก่นักศึกษาตามลำดับ สอดคล้อง กับผลการศึกษาของ ตราจิดต์ เมืองคล้าย (2556) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี และยังพบว่า โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพามีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ด้านความศรัทธาในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันการศึกษาที่ชุมชนมีความภาคภูมิใจ ส่วนข้อที่อยู่ในระดับมาก คือ กิจกรรมที่มุ่งพัฒนา นักศึกษาในด้านร่างกาย จิตใจ ทักษะในการกีฬาและการฝึกซ้อมกีฬา และกิจกรรมที่นักศึกษากะทำเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นหรือสร้างถาวรวัตถุที่เป็นสาธารณสมบัติเป็นประเด็นความคิดเห็นที่มีค่าน้อยที่สุด

2.4 ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ พบว่า ปัจจัยในด้านนี้สถานประกอบการใช้ในการตัดสินใจโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยในเรื่องของข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนเข้าใจง่ายทำให้ตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา เป็นปัจจัยรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สามารถกระจายได้ทั่วถึงทำให้ตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ดีทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลาทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง Website คณะศิลปศาสตร์ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนเป็นไปในทางที่ดี มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางโปสเตอร์ มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางจดหมายข่าว คณะศิลปศาสตร์

ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวารสารต่าง ๆ มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางวารสาร มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อนิตยสาร มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางป้ายไฟวิ่ง มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ และมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ ปัจจัยในประเด็นนี้มีความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น คณะศิลปศาสตร์ต้องนำไปพิจารณาเพื่อหาแนวทางในการประชาสัมพันธ์ให้คณะศิลปศาสตร์ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุในมากกว่าเดิม เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสารของคณะต่อไป เพราะสื่อวิทยุเป็นช่องทางหนึ่งที่มีการกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง ทำให้สามารถส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังได้จำนวนมาก มีความรวดเร็วในการส่งข่าวสาร ทำให้ผู้ฟังได้รับข่าวสารอย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ เป็นสื่อที่มีผลทางจิตวิทยาสูง เพราะน้ำเสียง ลีลาในการพูดหรือเสียงประกอบ สามารถทำให้เกิดจินตนาการได้เป็นอย่างดี เป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ ทำให้สามารถสร้างความถี่และการเข้าถึงผู้บริโภคได้มาก สามารถเลือกกลุ่มผู้ฟังได้ โดยเลือกโฆษณาในรายการหรือเวลาที่เหมาะสมกับสภาพตลาดและสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี เป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่น ผู้โฆษณาสามารถปรับเปลี่ยนข้อความโฆษณาให้เหมาะสมกับสภาพตลาดและสถานการณ์ได้อย่างง่ายดายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้ ครอบคลุมบริเวณพื้นที่กว้างขวางมาก ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟัง สร้างความใกล้ชิด ซ้ำยังพกติดตัวได้ตลอดเวลาและยังสามารถฟังไปด้วยและทำงานอื่นไปด้วยได้ ดังที่ Leblanc and Nguyen (1996: 91 อ้างถึงใน ปภาวี บุญกลาง, 2560: 24) กล่าวว่า การให้บริการ (Service Offering) การให้บริการประกอบด้วยสิ่งที่ถือว่าเป็นทั้งแกนหลักและส่งเสริม การบริการหลักจะเกี่ยวกับหลักการและเหตุผลที่ว่าทำไมลูกค้าเลือกใช้บริการของบริษัท ในขณะที่การบริการเสริมคือการบริการที่เพิ่มมูลค่าให้กับบริการอย่างหลากหลาย คือ มีความพยายามที่จะให้บริการแบบผสม พร้อมให้บริการโดยไม่ต้องให้ลูกค้ารอ ซึ่งการรอจะทำให้เกิดผลเชิงลบและมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่ต้องควบคุมอารมณ์

2.5 ด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด พบว่า ปัจจัยในด้านนี้สถานประกอบการใช้ในการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะสถานประกอบการสามารถติดต่อสื่อสารกับต้นสังกัดของนักศึกษาได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อาจเป็นเพราะสถานประกอบการอาจมองว่าเมื่อเกิดปัญหาในเรื่องของการฝึกสหกิจศึกษาสามารถติดต่อสื่อสารกับต้นสังกัดของนักศึกษาได้เป็นอย่างดี และอีกประเด็นหนึ่ง เกิดความสะดวกสบายในการเดินทางมาฝึกสหกิจของนักศึกษาก็เป็นได้ ดังที่ Leblanc and Nguyen (1996: 91 อ้างถึงใน ปภาวี

บุญกลาง, 2560: 24) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ คือ เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อระหว่างจุดประสงค์ของบริษัท เป็นภาพลักษณ์สู่ลูกค้ายิ่งไปกว่านั้น บรรยากาศยังเป็นสิ่งกระตุ้นให้พนักงานได้มีแรงจูงใจที่จะบริการอย่างมีคุณภาพและการติดต่อระหว่างบุคคล (Contact Personnel) ต้องรู้ธรรมชาติของลูกค้าและให้บริการได้ตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลโดยผ่านพฤติกรรมและทัศนคติ เป็นตัวบ่งชี้ของระดับคุณภาพของการบริการของบริษัทที่จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่วนปัจจัยรายชื่อ พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากที่สุดกับระดับมาก โดยข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานประกอบการสามารถติดต่อได้สะดวก เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ส่วนประเด็นที่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ การเดินทางมีรถประจำทางวิ่งผ่านหลายสายมีป้ายบอกทิศทางที่ตั้งของหน่วยงานบริการต่าง ๆ ภายในคณะศิลปศาสตร์ที่ชัดเจน อ่านง่าย มีที่จอดรถเพียงพอกับผู้มาใช้บริการและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สถานที่ภายในคณะศิลปศาสตร์ มีการตกแต่งสวยงามและสถานที่ภายในคณะ ศิลปศาสตร์กว้างขวางไม่แออัดเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

3. ปัญหาการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา พบว่า สถานประกอบการมีปัญหาในการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนรายชื่อที่มีปัญหาในการตัดสินใจในระดับมากที่สุด คือ ต้องตระหนักถึงความต้องการของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ในประเด็นนี้อาจเป็นเพราะสถานประกอบการบางแห่งอาจไม่มีนโยบายรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา ประกอบกับอาจไม่มีพนักงานเพียงพอที่จะคอยสอนงานให้กับนักศึกษาสหกิจ อีกประเด็นอาจเป็นไปได้ว่าสถานประกอบการยังไม่เข้าใจสหกิจศึกษาแยกไม่ออกระหว่างสหกิจศึกษากับการฝึกงานทั่วไป และอาจเข้าใจว่านักศึกษาไม่มีความพร้อมความรู้ทางด้านวิชาการ การใช้อุปกรณ์ สำนักงาน และความพร้อมทางด้านอารมณ์ สังคม ถ้าตัดสินใจรับเข้าฝึกสหกิจศึกษาต้องเป็นภาระของสถานประกอบการ จึงมองประเด็นนี้ว่าเป็นปัญหาในระดับมากที่สุด ส่วนผลการศึกษา รองลงมาคือ สถานประกอบการต้องทำการประเมินนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ เข้าฝึกสหกิจศึกษา และยังไม่มั่นใจว่านักศึกษาจะฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการของท่านได้ รวมทั้งต้องแสวงหาข้อมูลของนักศึกษาสหกิจศึกษาคณะศิลปศาสตร์ก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา สำหรับปัญหาในการตัดสินใจที่อยู่ในระดับมาก คือ ต้องตัดสินใจเลือกนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เป็นลำดับต้น ๆ ของการตัดสินใจเสมอ รองลงมาคือ ต้องแนะนำนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการเลือกเข้าฝึกสหกิจศึกษา ให้แก่

หน่วยงานอื่น ได้ทราบอีกต่อไป ข้อนี้เป็นปัญหาที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา น้อยที่สุด ตามลำดับ จากผลการวิจัย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชิตาพร เอี่ยมสะอาด (2550) ที่พบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปได้ว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการเลือกทางเลือกใด ทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหาร หรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การ ประสานงานและการควบคุม การตัดสินใจได้มี การศึกษามานาน การตัดสินใจเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่ง ของมนุษย์ที่ไม่สามารถทำความเข้าใจได้โดยง่าย เพียงสังเกตการแสดงออกของแต่ละบุคคลใน กระบวนการตัดสินใจ แต่ละคนต่างก็มีเหตุปัจจัยเฉพาะที่แตกต่างกันไป การทำความเข้าใจในธรรมชาติ ของการตัดสินใจน่าจะเป็นประโยชน์ต่อแบบแผนการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมที่ถูกต้องและเหมาะสมของ ผู้ที่สนใจต่อไปในอนาคต ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัย ทางด้านสังคม และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ส่วนทฤษฎีการ ตัดสินใจ ประกอบด้วย เป้าหมายหรือ จุดประสงค์ ความเชื่อ ค่านิยม นิสัยและธรรมเนียม การคาดหวัง ข้อผูกพัน การบังคับ โอกาส ความสามารถ การสนับสนุน ทางด้านประเภทการตัดสินใจจะพิจารณา แตกต่างกันไปในแต่ละ สถานการณ์ ซึ่งได้แก่การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยงและการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ไม่แน่นอน ส่วนกระบวนการใน การตัดสินใจ ควรดำเนินการตาม ขั้นตอนที่ประกอบไปด้วย การกำหนดปัญหา การกำหนดทางเลือก การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจเลือกและการประเมินผล สำหรับแนวทางในการตัดสินใจควร พิจารณาถึงการกำหนดเป้าหมาย การรวบรวมสารสนเทศ การทำโครงสร้างการตัดสินใจ การเลือก ทางเลือกสุดท้าย การประเมินการตัดสินใจ ดังที่ บุปผา ภิกพ (2558) พบว่า สถานประกอบการไม่ได้รับ การอบรมเกี่ยวกับการเป็นพนักงาน พี่เลี้ยงไม่เข้าใจหลักการแนวคิดของสหกิจศึกษา ไม่มีพนักงานพี่เลี้ยง เพียงพอที่จะดูแลนักศึกษา ไม่เข้าใจและไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสหกิจศึกษารู้สึกว่าเป็นภาระที่ต้อง รับผิดชอบดูแลนักศึกษา ประกอบกับมีความคิดว่านักศึกษา ขาดความอดทน กระตือรือร้นในการ ปฏิบัติงาน ไม่มีความกระตือรือร้นในการทำงาน ขาดความเชื่อมั่นในตนเองทำให้การทำงานหยุดชะงัก ขาดความสามารถในการสื่อสาร ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานประกอบการ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ในการประสานงาน ไม่ปฏิบัติตามการสอนงานของพนักงานพี่เลี้ยง ขาดความสามารถในการควบคุม อารมณ์ อีกทั้ง พนักงานพี่เลี้ยงไม่เข้าใจ กระบวนการสหกิจศึกษาที่ชัดเจน ไม่ได้รับการฝึกอบรมสหกิจ

ศึกษาจากหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญ ไม่มีเวลาดูแลนักศึกษาอย่างเต็มที่ ไม่ทราบถึงความแตกต่างระหว่างสหกิจศึกษากับการฝึกงานภาคฤดูร้อน ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ จากสถานศึกษา บริษัทไม่ถือว่าการทำหน้าที่พนักงานพี่เลี้ยงเป็นส่วนหนึ่งของผลงาน การดูแลศึกษามีผลกระทบต่องานประจำ ไม่มีโอกาสกำหนดภาระงานให้นักศึกษา ปฏิบัติตั้งแต่เริ่มต้นการทำงานที่เป็นพนักงานพี่เลี้ยง ไม่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนเพิ่มเติมแต่มีภาระงานที่เพิ่มขึ้น ไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะมีนักศึกษามาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ไม่มีส่วนร่วมในการประเมินนักศึกษา เป็นต้น โดยสรุปแล้วปัญหาส่วนใหญ่ของนิสิตนักศึกษา ก่อนปฏิบัติสหกิจศึกษา ซึ่งเป็นความกังวลหรือการตัดสินใจ เกี่ยวกับสถานประกอบการที่เลือกไม่ได้ ขาดความมั่นใจด้านความพร้อมในการทำงาน ขาดความพร้อมด้านเอกสารในการสมัครงาน การเตรียมความพร้อมด้านเครื่องใช้สำนักงานมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถฝึกปฏิบัติได้ทุกคน นักศึกษาที่เป็นเพื่อนสนิทกันส่วนใหญ่จะไปสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการเดียวกัน ส่วนสถานประกอบการเห็นว่า เป็นปัญหาเกี่ยวกับนักศึกษามาสมัครงานจำนวนมากเกินความต้องการทำให้เกิดความอึดอัดใจในการปฏิเสธนักศึกษาที่มาสมัครด้วยกัน ส่วนปัญหาระหว่างปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในช่วงสัปดาห์แรกของการปฏิบัติงาน นักศึกษามีปัญหาเกี่ยวกับการปรับตัว (สุเมธ แยมานุ, 2546)

4. แนวทางการปรับปรุงภาพลักษณ์ของนักศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

4.1 คณะศิลปศาสตร์จะต้องเร่งปรับปรุงการจัดการเรียน การสอน เพื่อพัฒนาทักษะความรู้วิชาชีพ และวิชาการ ให้แก่นักศึกษาอย่างเต็มที่ ส่งเสริม และพัฒนาคณาจารย์ประจำสาขาวิชาให้มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพเฉพาะและเป็นที่ยอมรับสำหรับสถานประกอบการในการสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์ต่อไป

4.2 ควรจัดทำสื่อรายละเอียดต่าง ๆ ที่จำเป็นและให้เข้าใจง่าย เพื่อแนะนำการดำเนินโครงการสหกิจศึกษาทั้งในระดับหลักสูตร ระดับคณะ และระดับมหาวิทยาลัย เพื่อนำไปสู่กระบวนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้ระบบเพื่อให้เป็นมาตรฐานในการดำเนินโครงการสหกิจศึกษา

4.3 ควรมีการศึกษาและพัฒนากระบวนการเรียนการสอน และจัดสภาพแวดล้อมของแต่ละสาขาวิชา เพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะตรงตามประเภทของตลาดแรงงานในหลักสูตร โดยเฉพาะหลักสูตรการท่องเที่ยว การจัดการการโรงแรม และภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

4.4 ควรมีการประชุมร่วมกับสถานประกอบการเพื่อชี้แนะแนวทางและทำความเข้าใจในการเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษาและเพื่อให้การดำเนินงานสหกิจศึกษาดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน

4.5 อาจารย์นิเทศและนักศึกษาต้องมีความร่วมมือในการค้นหาข้อมูลเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำโครงการก่อนออกฝึกสหกิจศึกษา

4.6 คณะต้องมีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของนักศึกษาแต่ละสาขาวิชา ผ่านสื่อทุกประเภท ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

4.7 คณะควรมีการเตรียมความพร้อมในเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การสื่อสารภาษาอังกฤษ มารยาททางสังคม การทำงานเป็นทีม การกล้าคิด การแสดงออกและการทำงานร่วมกับผู้อื่น ได้อย่างมีความสุขให้เหมาะสมของนักศึกษาแต่ละสาขาวิชา

4.8 คณะควรเข้ามาให้การสนับสนุน ในเรื่องของโครงการ และการฝึกงานของนักศึกษาระหว่างปิดภาคเรียน โดยร่วมจัดทำกับองค์กรภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ให้นักศึกษาได้ฝึกงานให้เกิดการเรียนรู้และมีประสบการณ์ก่อนที่จะออกไปฝึกสหกิจศึกษา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

สำหรับการตัดสินใจรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษาของสถานประกอบการนั้น สถานประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะสามารถสรุปออกเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. นักศึกษาต้องมีความพร้อมในการทำงาน มีบุคลิกภาพ ทักษะที่ดี และมีการทดสอบความรู้ความสามารถก่อนฝึกสหกิจศึกษา

2. นักศึกษาต้องมีความชำนาญในการใช้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดีและควรฝึกฝนและหาความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา รวมทั้ง มีความรู้ความเข้าใจและอ่านภาษาไทยได้อย่างแตกฉาน สามารถเข้าใจความหมายในสิ่งที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติตามโดยไม่ต้องมีการมาถามซ้ำ ทั้ง ๆ ที่ข้อมูลรายละเอียดทั้งหมดทางบริษัทได้จัดเตรียมไว้ให้แล้ว

3. นักศึกษาต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี ต้องทำงานเป็นและสามารถเข้าใจงานได้ง่าย มีความรู้และความสามารถฝึกปฏิบัติงานในองค์กรได้เป็นอย่างดี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานและทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้มีประสบการณ์ในการทำงาน รวมถึงได้เรียนรู้การใช้ชีวิตและปฏิบัติงานกับบุคคลอื่นเพื่อพัฒนาตนเองและเตรียมพร้อมในการประกอบอาชีพสำหรับตนเอง ก่อนจบการศึกษา

4. นักศึกษาต้องมีความอดทน สู้งาน ใฝ่รู้ มีจิตใจดีมีเมตตา สามารถเข้าร่วมทำงานกับคนอื่นได้ดี และสามารถปฏิบัติงานนอกวันราชการได้ มีมนุษยสัมพันธ์ ตั้งใจ ขยันฝึกงานเพราะจะเป็นประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาเป็นอย่างมาก ทำให้รู้ว่าสิ่งที่ได้ไปทำงานจริงเหมาะกับตัวนักศึกษาหรือไม่

5. คณะศิลปศาสตร์ควรมีการนำเสนอข้อมูลของนักศึกษาออกมาให้ชัดเจน ส่งเสริมให้นักศึกษาได้ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานตามความเป็นจริงเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน

6. คณะศิลปศาสตร์ควรจัดโครงการให้นักศึกษาศึกษาดูงานต่างประเทศ เช่น เพื่อฝึกภาษากับเจ้าของภาษาจริง เพราะนักศึกษายังขาดทักษะการสื่อสาร ความเชื่อมั่น และวัฒนธรรมการทำงานร่วมกับชาวต่างชาติ ควรจัดเป็นโครงการระยะสั้น 2-4 สัปดาห์เพื่อให้นักศึกษาได้ทดลองอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการเรียนรู้จากชีวิตจริงพร้อมทั้งมีแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจนเมื่อเกิดปัญหาในการฝึกสหกิจศึกษา

7. การฝึกสหกิจศึกษาของแต่ละสถานประกอบการไม่ควรเกิน 2 คน แต่เนื่องจากนักศึกษามาสมัครเข้ารับการฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการเกิน 2 คน ทำให้เกิดปัญหาในการตัดสินใจเลือกรับเข้าฝึกสหกิจศึกษา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความต้องการในการฝึกสหกิจศึกษาของนักศึกษาที่แท้จริงในลักษณะของการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ตรงกับความต้องการและความถนัดของนักศึกษา

2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับมุมมองของลูกค้าสถานประกอบการที่เลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนานักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ต่อไปในอนาคต

3. ควรมีการศึกษารับรู้ข้อมูลข่าวเกี่ยวกับโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของนักศึกษาสหกิจศึกษาคณะศิลปศาสตร์

บรรณานุกรม

- กุลพงษ์ อติโรจนสกุล. 2551. **ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- ครูบ้านนอกดอทคอม. 2020. “การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.kroobannok.com/14550>. [สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2564].
- “ความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร,” 2016. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://bantumweb.com/v2/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A0%E0%B8%B2/>. [สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2564].
- “ความหมายของสหกิจศึกษา,” 2562. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.mua.go.th/users/bphe/cooperative/data/p1_p5.pdf. [สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2564].
- เครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษา ภาคใต้ตอนล่าง. 2564. “มารู้จักสหกิจศึกษากันเถอะ,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.southcoopnet.psu.ac.th/index.php/is-coop>. [สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2564].
- จิตรา จันทราเกตุวิและคนอื่นๆ. 2558. “แนวคิดในการจัดสหกิจศึกษาของสถาบันการศึกษากับหลักการบริหารจัดการแบบญี่ปุ่น (โมโนซุกุริ),” **วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**, 27 (2), 154-161.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2550. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: วิพรินทร์ (1991).
- ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. 2547. **หลักการบริหารจัดการ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ทรัพย์เพิ่มการ.
- ชิตาพร เอี่ยมสะอาด. 2550. “ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี,” **รายงานการวิจัย.** สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

- ชูชัย เทพสาร. 2546. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกบริษัทรักษาความ ปลอดภัย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร,” รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัชชา หมื่นชัยกุล. 2546. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเขาเรียนคณะพัฒนาสังคมของนักศึกษา โครงการพิเศษ จังหวัดเชียงราย. คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.**
- ณัฐพันธ์เขจรนันท์. 2551. **พฤติกรรมองค์กร.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ดวงพร คำณูวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. 2536. **สื่อสาร...การประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ตราจิตต์ เมืองคล้าย. 2556. **ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบาเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา.** หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไปวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธิดารัตน์ สร้อยจักร. 2553. **ความสามารถในการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักเรียนจากการเรียนรู้ เรื่อง กฎการเคลื่อนที่ของนิวตัน ตามแนวคิดวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสังคมของ Yuenyong (2006) ที่ สอดแทรกแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.** วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์ศึกษา มหาวิทยาลัย ขอนแก่น.
- ธีรยุทธ แก้วเกร็ด. 2560. **การตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชน ในจังหวัดนครปฐม.** การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารรัฐกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- นภาพรณ หอมอ่อน. 2545. **การตัดสินใจอยู่หอพักสตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง .** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง .
- นันทมน ไชยโคตร. 2557. **ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่ง ผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.**
- ปภาวี บุญกลาง. 2560. **ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษา สาขาในเขตอ าเภอด่านขุนทด จังหวัด นครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารรัฐกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.**

- ปิ่นฉวีชัย พงศ์พิชชานนท์. 2555. **ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการของธนาคารธนชาตในกรุงเทพมหานคร.** การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร. 2537. **การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.** กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2548. **Image is power = พลังแห่งภาพลักษณ์.** กรุงเทพฯ: ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2540. **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรภรณ์ เกษะประกกร. 2550. **การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิรพงศ์ ดาราไทย. 2542. **ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการตัดสินใจของผู้บริหารกับประสิทธิผลของโรงเรียนเอกชนสายสามัญศึกษาในเขตการศึกษา.** วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มนัส สุวรรณ. 2553. **กาลและเทศะกับพฤติกรรมเชิงพื้นที่ของมนุษย์ บทความทางวิชาการเสนอที่ประชุมราชบัณฑิตและภาคีสมาชิก.** กรุงเทพฯ: สำนักธรรมศาสตร์และการเมือง ราชบัณฑิตยสถาน.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะศิลปศาสตร์. (2519). “ประวัติคณะศิลปศาสตร์,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://www.larts.rmutt.ac.th/?page_id=16. [สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2563].
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. 2020. “ความเป็นมาของสหกิจศึกษา,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.coop.rmuti.ac.th/index.php/2-uncategorised/14-2017-03-14-07-27-17>. [สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2563].
- มหาวิทยาลัยสุรนารี ศูนย์สหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ, 2012. “หลักการและเหตุผล,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://coop.sut.ac.th/index.php?sec=rationale>. [สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2564].

- รัตติกาล สารกอง. (2551). **ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของนักเรียนในเขตพื้นที่สูง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาน่าน เขต 2.** ปรินญาศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา การวัดและประเมินผลการศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. 2546. **การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิฑูรย์ ต้นศิริมงคล. 2542. **AHP กระบวนการตัดสินใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศศิมา สุขสว่าง. ม.ป.ป. “5 ขั้นตอนการตัดสินใจที่ดี (Decision Making),” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.sasimasuk.com/17026107/5-%E0%B8%82%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%88%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5-decision-making>. [สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2564].
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2552. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สมาคมสหกิจศึกษาไทย. 2552. **มาตรฐานและการประกันคุณภาพการดำเนินงานสหกิจศึกษา.** พิมพ์ครั้งที่ 3. นครราชสีมา: สมาคมสหกิจศึกษาไทย.
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. 2550. **พฤติกรรมองค์การ ทฤษฎีและการประยุกต์.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน. 2562. “สถิติข้อมูลปีการศึกษา 2562,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.oreg.rmutt.ac.th/?p=11829>. [สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2564].
- สุพิชชา โชคกิจรุ่งเรือง และคณะ. 2546. “ภาพลักษณ์ที่พึงจังหวัดนครปฐมในมุมมองของนักท่องเที่ยว,” **รายงานการวิจัย.** สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สุภาณี ปัสสา. 2558. **การรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างชาติ.** การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุเมธ แยมุ่น. (2546). เอกสารวิจัยส่วนบุคคลลักษณะวิชาสังคมจิตวิทยาเรื่อง สหกิจศึกษา : รูปแบบ
การจัดการศึกษาเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: เอ.เอ็น.
- อโณทัย พึ่งทองหล่อ. 2543. แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อลงกต ยะไวทย์. 2549. การพัฒนารูปแบบการจัดการสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
จากผลการเปรียบเทียบสมรรถนะกับสถาบันอุดมศึกษาต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์
ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาคผนวก
แบบสอบถามในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง

ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษา ปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา ผลการวิจัยนำไปเป็นแนวทางให้กับนักศึกษาปรับปรุงภาพลักษณ์ของตนเอง ให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการได้อย่างเหมาะสมกับสาขาวิชาชีพของตนเองต่อไป จึงขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามทุกข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

แบบสอบถามสำหรับการวิจัยประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลภาพลักษณ์ของนักศึกษา

ตอนที่ 3 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัญหาภาพลักษณ์ของนักศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

15-24 ปี

25-34 ปี

35-44 ปี

45-54 ปี

55 ปีขึ้นไป

3. ประเภทของสถานประกอบการ

- องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน,บริษัท ประกอบกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
 รัฐวิสาหกิจ อื่น ๆ (ระบุ).....

5. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี

6. ท่านเคยได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- จุลสาร เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
 จดหมายข่าว แผ่นพับ อื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

| ภาพลักษณ์ของนักศึกษาสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | เต็มใจและกระตือรือร้นในการทำงานและการบริการ | | | | | |
| 2 | มีความคล่องแคล่วว่องไวในการทำงานและทำงานได้อย่างไม่ผิดพลาด | | | | | |
| 3 | มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ ซื่อสัตย์ สุจริต และมีวินัย | | | | | |
| 4 | นักศึกษามีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและการบริการอย่างมืออาชีพ | | | | | |
| 5 | นักศึกษามีความชำนาญในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เป็นอย่างดี | | | | | |
| 6 | นักศึกษาสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับงานในวิชาชีพของตนเองให้กับผู้ร่วมงานได้เป็นอย่างดี | | | | | |

| ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี | | มาก ที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----|-------------|------|----------------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 7 | นักศึกษาจำแนกแยกแยะงานได้อย่างละเอียด ไม่รีบร้อน และให้คำแนะนำที่ดีไม่แสดงอาการหงุดหงิด เมื่อมีผู้ซักถาม | | | | | |
| 8 | นักศึกษามีจิตอาสาในการช่วยเหลือผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ | | | | | |
| 9 | นักศึกษาเป็นผู้ประพฤติปฏิบัติต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ อย่างเคร่งครัด | | | | | |
| 10 | ผู้ที่จบการศึกษาจากคณะศิลปศาสตร์เป็นบัณฑิตที่มี ประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม | | | | | |
| 11 | นักศึกษาปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน | | | | | |
| 12 | นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์สร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัย จากการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชาติ | | | | | |
| 13 | นักศึกษามีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ให้มีความสวยงามและสะอาด | | | | | |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์
เข้าฝึกสหกิจศึกษา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

| ข้อ | ปัจจัยที่ส่งเสริมการตัดสินใจ | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| | ด้านความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของคณะศิลปศาสตร์ | | | | | |
| 1 | คณะศิลปศาสตร์มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน | | | | | |
| 2 | คณะศิลปศาสตร์มีการบริการทางวิชาชีพแบบครบ ครัน ได้แก่ มีบริษัททัวร์จำลองปทุมธัญญาทัวร์ มี ศูนย์ฝึกงานการโรงแรมราชบงกช มีศูนย์ภาษา เป็น ต้น | | | | | |
| 3 | คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพ มีความสะอาดและทันสมัย | | | | | |
| 4 | คณะศิลปศาสตร์มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพ ได้รับมาตรฐานสากล | | | | | |
| 5 | คณะศิลปศาสตร์มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางวิชาชีพ เฉพาะทาง | | | | | |
| 6 | คณะศิลปศาสตร์มีความรู้ความสามารถในการใช้ เครื่องมือ | | | | | |
| | ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน | | | | | |
| 1 | หลักสูตรที่เปิดสอนมีมาตรฐาน | | | | | |
| 2 | มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของสถาน ประกอบการ | | | | | |
| 3 | จำนวนนักศึกษาต่อจำนวนคณาจารย์มีความ เหมาะสม | | | | | |

| ข้อ | ปัจจัยที่ส่งเสริมการตัดสินใจ | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 4 | คณาจารย์ประจำมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวนมาก | | | | | |
| 5 | คณาจารย์ประจำดำรงตำแหน่งทางวิชาการจำนวนมาก | | | | | |
| 6 | คณาจารย์ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ | | | | | |
| 7 | คณาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้มากยิ่งขึ้น | | | | | |
| 8 | คณาจารย์มีความรู้ในเนื้อหาวิชาที่สอน | | | | | |
| 9 | คณาจารย์มีความรอบรู้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี | | | | | |
| 10 | คณาจารย์มีระบบการวัดผลและประเมินผลการเรียนอย่างชัดเจนและยุติธรรม | | | | | |
| 11 | นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการสอนของคณาจารย์ | | | | | |
| 12 | นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสิ่งสนับสนุน การเรียนรู้ในห้องเรียน | | | | | |
| 13 | มีกระบวนการเรียนรู้ เน้นที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ | | | | | |
| 14 | กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาเกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ | | | | | |
| 15 | กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้ผู้เรียนศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง | | | | | |
| 16 | ความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากการศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง | | | | | |

| ข้อ | ปัจจัยที่ส่งเสริมการตัดสินใจ | มาก ที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----|-------------|------|----------------|
| 17 | ระบบห้องสมุด คอมพิวเตอร์ และศูนย์สารสนเทศมีความเพียงพอ และมีความทันสมัย | | | | | |
| 18 | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีความพร้อมทางด้านสื่อ วัสดุ อุปกรณ์การเรียนการสอน | | | | | |
| | ด้านกิจกรรมของคณะศิลปศาสตร์ที่มีให้กับนักศึกษา | | | | | |
| 1 | กิจกรรมปลูกฝังนักศึกษาให้มีคุณธรรม จริยธรรม และรักษาไว้ซึ่งค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์อันดีงามของชาติ | | | | | |
| 2 | กิจกรรมที่มุ่งเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาการแก่นักศึกษา | | | | | |
| 3 | กิจกรรมที่มุ่งส่งเสริมความรู้และประสบการณ์แก่นักศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรม | | | | | |
| 4 | กิจกรรมที่มุ่งพัฒนานักศึกษาในด้านร่างกาย จิตใจ ทักษะในการกีฬา และการฝึกซ้อมกีฬา | | | | | |
| 5 | กิจกรรมที่นิสิตนักศึกษากระทำเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น หรือสร้างถาวรวัตถุที่เป็นสาธารณสมบัติ | | | | | |
| 6 | กิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นนักศึกษาให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ | | | | | |
| | ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ | | | | | |
| 1 | มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | | | | | |
| 2 | มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ดี ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | | | | | |

| ข้อ | ปัจจัยที่ส่งเสริมการตัดสินใจ | มาก ที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----|-------------|------|----------------|
| 3 | ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้า ฝึกสหกิจศึกษา | | | | | |
| 4 | ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สามารถ กระจายได้ทั่วถึง ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกรับนักศึกษา เข้าฝึกสหกิจศึกษา | | | | | |
| 5 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง Website | | | | | |
| 6 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง โปสเตอร์ | | | | | |
| 7 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง จดหมายข่าว | | | | | |
| 8 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง ป้าย ไฟวิ่ง | | | | | |
| 9 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง วารสาร | | | | | |
| 10 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่าน สื่อโทรทัศน์ | | | | | |
| 11 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ วิทยุ | | | | | |
| 12 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ หนังสือพิมพ์ | | | | | |
| 13 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ นิตยสาร | | | | | |
| 14 | มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ วารสารต่างๆ | | | | | |

| ข้อ | ปัจจัยที่ส่งเสริมการตัดสินใจ | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 15 | คณะศิลปศาสตร์ ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ | | | | | |
| 16 | คณะศิลปศาสตร์ ปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชน เป็นไปในทางที่ดี | | | | | |
| ภาพลักษณ์ด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของสถาบันที่นักศึกษาสหกิจศึกษาสังกัด | | | | | | |
| 1 | ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม | | | | | |
| 2 | สถานประกอบการสามารถติดต่อได้สะดวก | | | | | |
| 3 | มีที่จอดรถเพียงพอกับผู้มาใช้บริการและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย | | | | | |
| 4 | สถานที่ภายในคณะศิลปศาสตร์มีการตกแต่งสวยงาม | | | | | |
| 5 | สถานที่ภายในคณะศิลปศาสตร์กว้างขวางไม่แออัด | | | | | |
| 6 | การเดินทางมีรถประจำทางวิ่งผ่านหลายสาย | | | | | |
| 7 | มีป้ายบอกทิศทางที่ตั้งของหน่วยงานบริการต่างๆ ภายในคณะศิลปศาสตร์ที่ชัดเจน อ่านง่าย | | | | | |

ตอนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึก
ปฏิบัติสหกิจศึกษา

| ข้อ | รายการปัญหา | มาก ที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----|-------------|------|----------------|
| 1 | ท่านต้องตระหนักถึงความต้องการของสถานประกอบการของท่านในการเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | | | | | |
| 2 | ท่านต้องแสวงหาข้อมูลของนักศึกษาสหกิจศึกษาคณะศิลปศาสตร์ก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาเข้าฝึกสหกิจศึกษา | | | | | |
| 3 | ท่านต้องทำการประเมินนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ก่อนตัดสินใจเลือกรับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เข้าฝึกสหกิจศึกษา | | | | | |
| 4 | ท่านต้องตัดสินใจเลือกนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์เป็นลำดับต้นๆ ของการตัดสินใจเสมอ | | | | | |
| 5 | ท่านไม่มั่นใจว่านักศึกษาจะฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการของท่านได้ | | | | | |
| 6 | ท่านต้องแนะนำนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ท่านเลือกเข้าฝึกสหกิจศึกษา ให้แก่ หน่วยงานอื่น ได้ทราบอีกต่อไป | | | | | |

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ – นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สายฝน บุษชา
2. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยคณบดีคณะศิลปศาสตร์
3. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก

ภาควิชามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คลองหก อ. ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110 โทรศัพท์ 02-5493657-8 โทรสาร 02-5775017 E-mail: saifon_b@rmutt.ac.th, saifon_0807@Gmail.com

4. ประวัติการศึกษา

ศ.ศ.บ.ศิลปศาสตรบัณฑิต บรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ศ.ศ.ม.ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

5. ผลงานวิจัย

5.1 ความต้องการและสภาพการใช้สารสนเทศของนักศึกษาและอาจารย์ ในสำนักวิทยบริการ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

5.2 การใช้หลักการประกันคุณภาพในการบริหารงานห้องสมุดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

5.3 การติดตามผลการปฏิบัติงานการประกันคุณภาพของบุคลากรห้องสมุดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลที่ผ่านการรับรองระบบบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001: 2000

5.4 ผลกระทบต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรห้องสมุด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร

5.5 ทักษะการรู้สารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

5.6 คุณลักษณะของผู้บริหารที่พึงประสงค์ตามทัศนะของบุคลากรห้องสมุดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

5.7 คุณลักษณะของบัณฑิตสาขาวิชาการท่องเที่ยว การโรงแรมและภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากลที่พึงประสงค์ตามทัศนะของสถานประกอบการ

5.8 ความคิดเห็นและปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาการเขียนรายงานและการใช้ห้องสมุด

5.9 การพัฒนารูปแบบและการถ่ายทอดการฝึกอบรมวิชาชีพห้องสมุดสำหรับผู้ต้องขังในทัณฑสถานจังหวัดปทุมธานี

5.10 รูปแบบการถ่ายทอดสารสนเทศตามความต้องการของบุคลากรในสังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปี 2552 (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)

5.11 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาห้องสมุดมีชีวิต กรณีศึกษาห้องสมุดประชาชนจังหวัดปทุมธานี

5.12 สภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอนรายวิชาสาขามนุษยศาสตร์หมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)

5.13 การอนุรักษ์ในจังหวัดปทุมธานี (หัวหน้าโครงการ)

5.14 การพัฒนาผลิตภัณฑ์งานประดิษฐ์จากกระดาษก้นบัวหลวง (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)

5.15 ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ (อยู่ระหว่างดำเนินการ)

ผู้ร่วมโครงการวิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล นางสาววิสรรา สุกมลจันทร์

2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

3. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก

ภาควิชามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คลองหก อ. ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110 โทรศัพท์ 02-5493657-8 โทรสาร 02-5775017

4. ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาปรัชญา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระดับปริญญาโท สาขาวิชาปรัชญา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ -

6. ประสบการณ์งานวิจัย

6.1 พฤติกรรมการบริโภคอาหารกับจริยศาสตร์อาหารของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (หัวหน้าโครงการ)

6.2 ภาพลักษณ์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย อยู่ระหว่างดำเนินการ)