

**ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น :
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น**

ผศ.ดร. อนุวัติ อุณแก้ว*

อาจารย์ ดร.พรณราย เทียมทัน**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น และเพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัย ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จำนวน 114 คน นักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 1,304 คน บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ 7 แห่ง จำนวน 441 คน ที่ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น และประชาชนจังหวัดเพชรบูรณ์ และ จังหวัดพิจิตร จำนวน 131 และ 99 คน ตามลำดับที่ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัย ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น จำนวน 9 ฉบับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การทดสอบนัยสำคัญด้วยการทดสอบที วิเคราะห์รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้โมเดลโครงสร้างสมการเชิงเส้น

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่ศึกษาทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
2. ปัจจัยด้านกายภาพ อาจารย์ บรรยาการขององค์กร ชุมชน เทคโนโลยี ยุทธศาสตร์ ผู้บริหารและหลักสูตร มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ .35, .14, .13, .12, .10, .08, .07 และ .05 ตามลำดับ

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์, มหาวิทยาลัยชั้นนำในท้องถิ่น

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

** อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

**Image of Phetchabun Rajabhat University for Being the Outstanding Local University :
The Casual Relationship of Factors Affecting Image of Phetchabun Rajabhat University
for Being the Outstanding Local University**

Asst. Prof. Dr. Anuwat Koongaew

Lecturer Dr. Pannarai Tiamtan

Abstract

The objectives of this research were to study the causal relationship of factors affecting image of Phetchabun Rajabhat University for being the outstanding local university, and to study direct effect and indirect effect of factors affecting image of Phetchabun Rajabhat University. The sample consisted of 114 personnel and 1,304 undergraduate students of Phetchabun Rajabhat University, 441 personnel of Northern Rajabhat University. They were selected by stratified random sampling technique. And the 230 people in Phetchabun and Phichit province were selected by purposive sampling technique. The research instruments were 9 questionnaires concerned with factors affecting image of Phetchabun Rajabhat University for being the outstanding local university. Data was analyzed by using mean, standard deviation, correlation coefficients, t-test and Path Analysis with LISREL model.

The major results were as follows:

1. There were positive relationships significant at the .01 between all causal factors and image of Phetchabun Rajabhat University for being the outstanding local university.
2. The causal factors which have direct and indirect effect on image of Phetchabun Rajabhat University were university environment, instructors, organizational atmosphere, community involvement, technology, university strategy, administrators and curriculum which direct effect size were .35, .14, .13, .12, .10, .08, .07 and .05, respectively.

KEYWORDS : image, outstanding local university

บทนำ

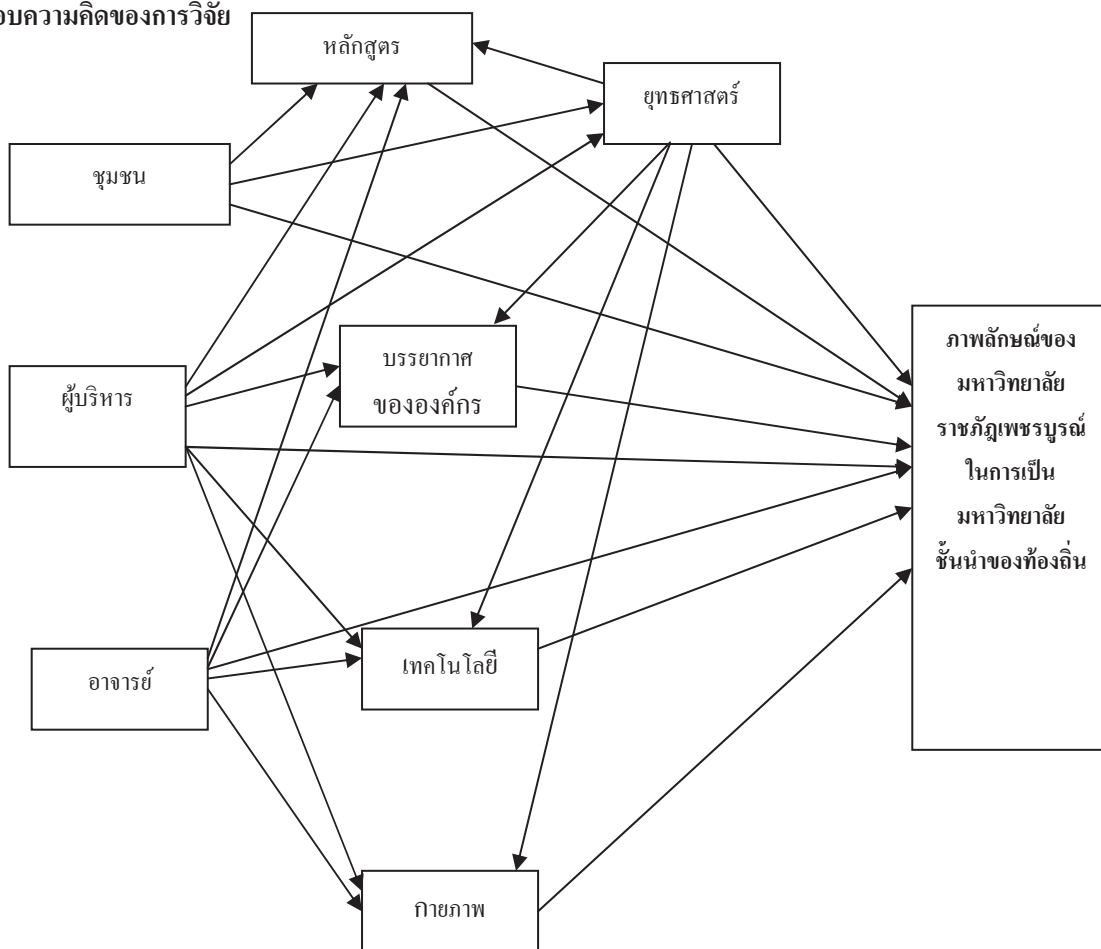
ภาพลักษณ์ เป็นความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรแห่งใดแห่งหนึ่ง หมายถึงรวมถึงด้านการบริหารจัดการ (Management) ผลผลิต (Product) และบริการ (Service) ขององค์กรนั้นด้วย (วิรัช ฤทธิธนกุล, 2540: 81-83) ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร สถาบัน สินค้า หรือธุรกิจต่าง ๆ เพราะเป็นมูลค่าที่แฝงอยู่ เป็นภาพที่สร้างความเชื่อให้กับบุคคล ซึ่งจะดีหรือไม่ดีก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่แสดงให้เห็น สังคมได้รับรู้ผ่านการดำเนินงาน และการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น การสร้างความเข้าใจ และการแก้ไขปัญหาภัยคุกคามการเกิดวิกฤตการณ์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นเรื่องที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ ทั้งนี้เพราะเมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีแล้วเท่ากับวางรากฐานขององค์กรไว้อย่างแน่นหนา (อรอุมา ไชยเศรษฐ, 2551)

ดังนั้นจึงมีการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรโดยอาศัยกระบวนการดำเนินงานที่เป็นระบบ ซึ่งเริ่มต้นด้วยการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร จากการที่มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ดังเช่น กรรณก วิโรจศรีสกุล (2546: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการเป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง ด้านการเรียนการสอน ด้านการเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศ ด้านการผู้นำทางการศึกษา และด้านเป็นมหาวิทยาลัยที่มีแต่คนร่ำรวย มีสังคมที่เลิศจุฬร ส่วนในด้านการบำเพ็ญประโยชน์และรับใช้สังคมมีน้อย นอกจากนี้วันวิณี วรรณศรี (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ การจัดการศึกษา และคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ส่วนอรอุมา ไชยเศรษฐ (2551) ได้ศึกษาภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่ ใน 17 ประเด็นดังนี้คือ ความมีชื่อเสียงขององค์กรความมั่นคงปลอดภัย อาคารสถานที่ สภาพแวดล้อมภายใน ผู้บริหารการจัดการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอน ค่าหน่วยกิต ความเป็นสากล เทคโนโลยี คุณภาพบัณฑิต การวิจัย การบริการทางวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมล้านนา การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และการดูแลเอาใจใส่นักศึกษา รวมทั้งยังมีมหาวิทยาลัยบางแห่งที่มีแนวคิดในการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยเสนอยุทธศาสตร์ในการพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำ ดังเช่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2549) ได้เสนอประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาคุณภาพทางวิชาการให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล การจัดการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา การวิจัย สังคมแห่งการเรียนรู้การพัฒนาประสิทธิภาพของการจัดการภายในองค์กร การให้บริการวิชาการแก่สังคมที่มีคุณภาพและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ส่วนมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2551) ได้เสนอเป้าประสงค์สำหรับการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำ ได้แก่ การวิจัย การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี การสร้าง

บัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถ ดำรงด้วยคุณธรรม บริการวิชาการ การบริหารจัดการ เชิงรุก และการพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้จากนั้นวราภรณ์ ชวพงษ์ (2549) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ตามการรับรู้ของชุมชนท้องถิ่นอำเภอหาดใหญ่ พบว่าภาพลักษณ์ด้านตัวองค์กรมีคะแนนสูงที่สุด รองลงมาคือด้านการจัดการเรียนการสอน บริการวิชาการ การวิจัย และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

จากแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ และการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำ อีกทั้งความต้องการที่จะได้ทราบว่ามุมมองของสังคมหรือชุมชนในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำในท้องถิ่นนั้นเป็นอย่างไร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น เพื่อจะได้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ที่ปรากฏในสายตาของบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ รวมทั้งได้แนวทางในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่นต่อไป

กรอบความคิดของการวิจัย



วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุ ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ หลักสูตรเทคโนโลยี ภายภาพ ชุมชน บรรณารักษ์ขององค์กร และยุทธศาสตร์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร มี 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ รวม 5,214 คน ประกอบด้วยอาจารย์ ข้าราชการและ พนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 321 คน และนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติ จาก 5 คณะ รวมทั้งหมด 4,893 คน

2. บุคลากรภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้แก่

2.1 อาจารย์ ข้าราชการ และพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ 7 แห่ง จำนวน 2,594 คน ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 258 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 436 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จำนวน 349 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 819 คน มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย จำนวน 364 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 368 คน และ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์ จำนวน 536 คน

2.2 ประชาชนจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 995,125 คนและประชาชนจังหวัดพิจิตร จำนวน 553,193 คน รวมทั้งหมด 1,548,318 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ รวมทั้งหมด 1,418 คน ประกอบด้วย อาจารย์ ข้าราชการ และพนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 114 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) และ นักศึกษาภาคปกติ จำนวน 5 คณะ จำนวน 1,304 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น

2. บุคลากรภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ รวมทั้งหมด 671 คน ได้แก่

2.1 อาจารย์ ข้าราชการ และพนักงานมหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ 7 แห่ง จำนวน 441 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น

2.2 ประชาชนจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 131 คน เป็นข้าราชการ 85 คน ประชาชน 46 คน และ ประชาชนจังหวัดพิจิตร จำนวน 99 คน เป็นข้าราชการ 80 คน ประชาชน 19 คน รวมทั้งหมด 230 คน ได้มา โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีทั้งหมด 9 ฉบับ มีขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์เนื้อหา เลือกรูปแบบเครื่องมือที่จะวัด กำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน และกำหนดนิยามเชิงเพื่อเป็นกรอบในการสร้างเครื่องมือ

2. สร้างแบบสอบถามโดยการเขียนข้อคำถามให้ครอบคลุมตามโครงสร้างของนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ ซึ่งแบบสอบถามปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการอุดมศึกษา ด้านการวิจัย การศึกษา และด้านการวัดผลการศึกษา จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity)

4. นำแบบสอบถามจากข้อ 3 ไปทดลองสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ได้แก่ อาจารย์ และบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จำนวน 30 คน นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จำนวน 30 คน ประชาชนจังหวัดเพชรบูรณ์ 20 คน ประชาชนจังหวัดพิจิตร 20 คน เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค 27 % และทดสอบนัยสำคัญโดยใช้สูตร t- test แบบ Independent จากนั้นเลือกข้อคำถามที่มีค่า นัยสำคัญทางสถิติและหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายในโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามนี้มีค่าอำนาจจำแนกทุกข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทุกฉบับมีค่าระหว่าง 0.896 - 0.977

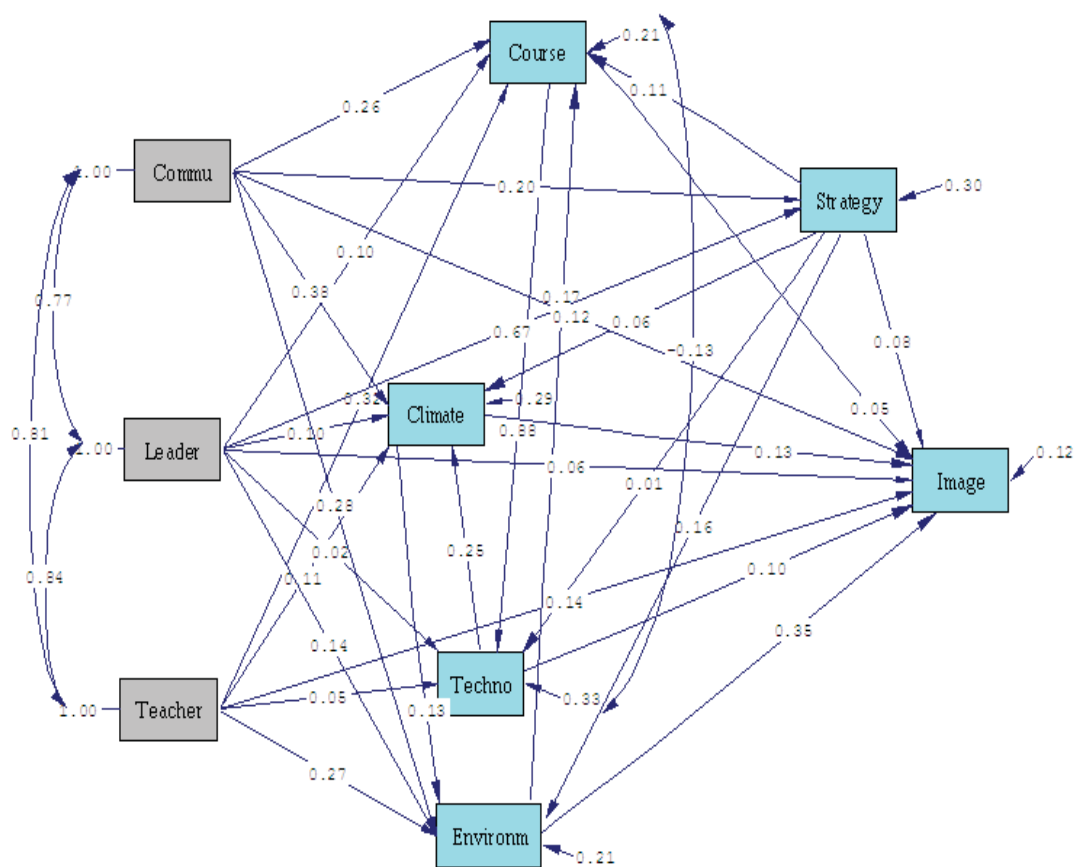
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ค่าสถิติพื้นฐานของคะแนน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient) และทดสอบนัยสำคัญด้วยที่
3. วิเคราะห์รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Path Analysis) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่นโดยใช้โมเดลอิสระ

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางบวกสูงสุดคือด้านกายภาพ รองลงมาคือ ด้านอาจารย์ ชุมชนหลักสูตร เทคโนโลยี ผู้บริหาร บรรยากาศขององค์กร และยุทธศาสตร์ ตามลำดับ
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่นได้แก่ ด้านกายภาพ อาจารย์ บรรยากาศขององค์กร ชุมชน เทคโนโลยี

ยุทธศาสตร์ ผู้บริหารและหลักสูตร โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ .35, .14, .13, .12, .10, .08, .07 และ.05 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ได้แก่ ด้านชุมชน ผู้บริหาร อาจารย์ หลักสูตร ยุทธศาสตร์ บรรณารักษ์ขององค์กร เทคโนโลยี และกายภาพ โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .26, .20, .19, .13, .09, .05, .05 และ.03 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแสดงรูปแบบได้ดังแผนภาพ



Chi-Square=1.89, df=1, P-value=0.16866, RMSEA=0.021

อภิปรายผล

1.ปัจจัยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ปัจจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางบวกสูงสุดคือด้านกายภาพ รองลงมาคือ อาจารย์ ชุมชน หลักสูตร เทคโนโลยี ผู้บริหาร บรรณารักษ์ขององค์กร และ ยุทธศาสตร์ เนื่องจากการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่นนั้นต้องมีลักษณะปัจจัยที่เหมาะสมหลายด้านประกอบกัน เช่น มีอาคารสถานที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน การให้บริการกับท้องถิ่น มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม และมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี ส่วนด้านอาจารย์ ต้องมีวุฒิการศึกษาสูง มีความรู้ที่ทันสมัย มีตำแหน่งทางวิชาการ มีผลงานวิจัย หรือ

ผลงานวิชาการเป็นที่ยอมรับ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน มีหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและพอเพียง ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ก้าวไกล บรรยายภาพขององค์กรเพื่อการพัฒนา และ ยุทธศาสตร์นำไปสู่การปฏิบัติให้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับนายสุคำภา (2547: บทคัดย่อ) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ได้แก่ ปัจจัยด้านอาจารย์ ผู้บริหาร หลักสูตรเทคโนโลยี อาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ชุมชน การเรียนการสอนการวิจัย เป็นต้น

2. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 8 ปัจจัย มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลสมมุติฐาน (Hypothetical Model) ที่ตั้งไว้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านกายภาพ มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น มากที่สุด ด้วยขนาดค่าอิทธิพลเท่ากับ .35 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุปริษา หิรัญโร (2532: 205) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านกายภาพ หรือด้านอาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย กล่าวคือ มหาวิทยาลัยที่ดีต้องพื้นที่ มีบริเวณ อาคาร ห้องเรียน และอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างพอเพียง สถานที่ตั้งมีความเหมาะสม มีการใช้พื้นที่อาคาร อุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการวางผังบริเวณสถานศึกษา อาคาร และการตกแต่งภายในและภายนอก ให้เป็นที่ชื่นชมแก่ผู้พบเห็น รวมทั้งมีการบำรุงรักษาอาคาร และสถานที่ให้สวยงามและสะอาดอยู่เสมอซึ่งการที่สภาพทางกายภาพนั้นมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมากที่สุด ก็อาจจะเป็นเพราะเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ชัดเจน ทุกคนสามารถรับรู้ได้ตรงกัน

2.2 ปัจจัยด้านอาจารย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่นด้วยขนาดค่าอิทธิพลเท่ากับ .14 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของริเรื่องรอง รัตนวิไลสกุล (2545) ที่พบว่าคุณลักษณะพึงประสงค์ของอาจารย์มหาวิทยาลัย คือเป็นผู้ที่มีความสามารถในการสอน มีความรู้ในเรื่องที่สอนเป็นอย่างดีใฝ่หาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีความรับผิดชอบ ใฝ่ความก้าวหน้าเป็นแบบอย่างที่ดี มีความซื่อสัตย์สุจริต มีเทคนิคการสอน ให้นักศึกษาอยากเรียน สอนให้ศิษย์เป็นคนดี และ รักงานสอน

2.3 ปัจจัยด้านบรรยากาศขององค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ด้วยขนาดค่าอิทธิพลเท่ากับ.13 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของผจญ เถลิงสาร (2540) ที่กล่าวว่า บรรยากาศขององค์กรขึ้นอยู่กับปัจจัยที่จูงใจบุคลากรในหน่วยงาน ให้เกิดความพอใจในงาน ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง เป็นปัจจัยที่จูงใจบุคลากรในหน่วยงานให้เกิดความพอใจ ได้แก่ความสำเร็จของงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ลักษณะของงาน โอกาสที่จะก้าวหน้าในอนาคต ความรับผิดชอบ

และปัจจัยด้านทุน (Hygiene Factors) เป็นองค์ประกอบที่ไม่ใช่เกี่ยวกับตัวงานโดยตรง แต่มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่ไม่ใช่สิ่งจูงใจ แต่สามารถทำให้บุคลากรพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่จะปฏิบัติงานได้ ได้แก่ การบังคับบัญชา นโยบายบริหาร สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ตำแหน่งในองค์กร ความมั่นคงในงาน เงินเดือน และชีวิตส่วนตัว

2.4 ปัจจัยด้านชุมชน มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ด้วยขนาดค่าอิทธิพลเท่ากับ .12 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อภิญา กังสนารักษ์ (2544 : 14 - 15) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนว่า ชุมชนต้องมีส่วนร่วมใน 4 ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมในการริเริ่มโครงการ ร่วมค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ร่วมตัดสินใจกำหนดความต้องการ และจัดลำดับความสำคัญของความต้องการ การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน รวมถึงทรัพยากรและแหล่งวิทยาการที่จะใช้ในโครงการ การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินโครงการทำประโยชน์ให้แก่โครงการ โดยร่วมช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์ วัสดุอุปกรณ์ และแรงงาน และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ เพื่อให้รู้ว่าผลจากการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยสามารถกำหนดการประเมินผลเป็นระยะต่อเนื่องหรือประเมินผลรวมทั้งโครงการในคราวเดียวกันได้

2.5 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ด้วยขนาดค่าอิทธิพลเท่ากับ .10 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงเยาว์ สุคำภา (2547: บทคัดย่อ) ที่พบว่า เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีสุรนารี กล่าวคือ มหาวิทยาลัยมีเครื่องมือ อุปกรณ์ เพื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย และเพียงพอ มีนวัตกรรม และเทคโนโลยีทางการศึกษาที่หลากหลาย มีการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการต่าง ๆ ที่ทันสมัย มีแหล่งเรียนรู้ซึ่งให้บริการที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการใช้งาน เช่น ห้องสมุด ห้องปฏิบัติการทางภาษา

2.6 ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ด้วยขนาดค่าอิทธิพลเท่ากับ .08 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พสุ เตชะรินทร์ (2553) ที่กล่าวว่า ปัจจัยในการขับเคลื่อนให้องค์กรก้าวไปสู่เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง (High Performance Organization) ต้องมียุทธศาสตร์ (Strategy) ที่สามารถสื่อสารให้คนเข้าใจได้ และสามารถแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติได้ในการบริหารยุทธศาสตร์ โดยเริ่มจาก 1. การวิเคราะห์ทางยุทธศาสตร์ (Strategic Analysis) 2. การกำหนดทิศทางขององค์กร (Strategic Direction) โดยกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ 3. การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ (Strategic Formulation) 4. การจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) 5. กำหนดตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย แผนงาน โครงการต่าง ๆ ที่จะทำ

เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ 6.การวิเคราะห์หาขีดสมรรถนะ (Competencies) ที่เหมาะสม 7.นำแผนที่ยุทธศาสตร์มาพิจารณาว่า ควรมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง กระบวนการทำงาน หรือไม่ อย่างไร รวมทั้งการกำหนดวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กรเพื่อสนับสนุนในเป้าประสงค์นั้นบรรลุผล และ 8.การติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการตามเป้าประสงค์ต่างๆ โดยมีระบบติดตามผลเพื่อให้เห็นความก้าวหน้าของตัวชี้วัดต่าง ๆ

2.7 ปัจจัยด้านผู้บริหาร มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ด้วยขนาดค่าอิทธิพลเท่ากับ .07 มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกัลยาณี สูงสมบัติ (2550) ที่กล่าวว่าผู้บริหารหรือผู้นำต้องเป็นผู้รู้ นักปราชญ์ ผู้นำควรเป็นผู้รอบรู้ ทันโลก ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ผู้นำจึงต้องเป็นผู้ใฝ่รู้ ศึกษาหาความรู้อยู่เสมอจากการอ่านมีความรู้ดี รู้กว้างรู้ลึก รู้ในเรื่องงานและรู้เรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้นำจึงเป็นผู้ฟัง และแลกเปลี่ยนความเห็นกับผู้อื่น และใช้สื่อมวลชน ทั้งหนังสือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ในการค้นหา และเข้าถึงความรู้ให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่ง มีความเฉลียวฉลาด และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผู้นำต้องมีสติปัญญาเฉียบแหลม สามารถคาดคะเนมองการณ์ไกล ประเมินสถานการณ์ได้ใกล้เคียงกับความจริง และมีอุดมคติ ที่จะพัฒนาหาสิ่งที่สมบูรณ์กว่า และความคิดริเริ่มในการคิดเปลี่ยนแปลง พัฒนาไปสู่สิ่งที่มีคุณค่าเพื่อความสุขของผู้ใช้บริการและความก้าวหน้าขององค์กร มีความมานะอดทน อดกลั้น และเป็นตัวอย่างที่ดี มีความพยายามอย่างยิ่งในการดำเนินงานมีแรงจูงใจและความมุ่งมั่น ขยันหมั่นเพียร นำพาตนเองและองค์กรสู่ความสำเร็จให้จงได้ นอกจากนี้ต้องมีความกระตือรือร้น ความคล่องแคล่ว ว่องไว กระฉับกระเฉง และทำงานอย่างต่อเนื่อง มีความรับผิดชอบและความกล้าเสี่ยง มีความมั่นใจในตนเอง ความจริงใจในการปฏิบัติงานต่อเพื่อนร่วมงาน ตรงไปตรงมา โปร่งใส และยังต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง หน้าที่และผู้มารับบริการ และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

2.8 ปัจจัยด้านหลักสูตร มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ด้วยขนาดค่าอิทธิพลเท่ากับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตรอุดมศึกษาไทยในอนาคต (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์.2550 อ้างในสุนทรี วรรณไพเราะ. 2553) พบว่า หลักสูตรอุดมศึกษาในอนาคตต้องเป็นหลักสูตรที่ทันสมัย เช่น เป็นหลักสูตรแบบบูรณาการ 2 ศาสตร์ขึ้นไป เนื่องจากสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การแข่งขันในด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ทำให้คนในสังคมต้องการเพิ่มความรู้ความสามารถในหลายสาขา เพื่อให้ตนเองรู้เท่าทันและอยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมในทุกด้าน ดังนั้นหลักสูตรการศึกษาในอนาคตจะเป็นหลักสูตรการศึกษาที่ให้ความรู้ตั้งแต่สองศาสตร์ขึ้นไป เช่น บัญชีควบคู่กับเศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ควบคู่กับเศรษฐศาสตร์ นิติศาสตร์ควบคู่กับสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น เป็นหลักสูตรหลักสูตรนานาชาติ เนื่องจากสภาพโลกาภิวัตน์มีการเชื่อมโยงด้านการค้าและการลงทุนทำให้ตลาดแรงงานในอนาคตต้องการคนที่มี

ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดความต้องการหลักสูตรนานาชาติมากขึ้น และเนื่องมาจากการเปิดเสรีทางการศึกษา ส่งผลให้มีการเปิดโอกาสให้สถาบัน อุดมศึกษาจากต่างประเทศเข้าในไทย และเปิดหลักสูตรภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ฯลฯ ซึ่งเหล่านี้ล้วนกระตุ้นให้หลักสูตรการศึกษานานาชาติได้รับความนิยมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั้ง 8 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น นอกจากนั้นยังมีอิทธิพลซึ่งกันและกันด้วย ดังนั้น การพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ต้องดำเนินการพัฒนาไปพร้อมกัน ทุกด้าน คือ

1.ระบบการบริหารจัดการด้านอาคารสถานที่ ห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาภูมิทัศน์ ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย และสวยงาม มีการออกแบบวางแผนจัดการพื้นที่ใช้สอยและมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี

2.การวางกลยุทธ์การพัฒนาอาจารย์ให้มีคุณวุฒิสูงระดับปริญญาเอกและมีคุณสมบัติของการเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานการอุดมศึกษา (สกอ.) ได้ เช่น ให้ศึกษาต่อในสาขาที่ตรงกับสาขาที่จบในระดับปริญญาโท เป็นต้น นอกจากนี้ต้องมีการส่งเสริมการทำผลงานวิชาการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

3.การสร้างบรรยากาศในการทำงานให้บุคลากรมีความรักและผูกพันต่อมหาวิทยาลัย ส่งเสริมการทำงานแบบมีส่วนร่วม ส่งเสริมให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และมียุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างบรรยากาศขององค์กร ให้เป็นมหาวิทยาลัยที่ทุกคนทำงานอย่างมีความสุข พร้อมใจกันพัฒนาให้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น

4. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น การเข้าร่วมเป็นกรรมการในหน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น กรรมการสภามหาวิทยาลัย กรรมการสภาวิชาการ กรรมการส่งเสริมกิจการนักศึกษา เป็นต้น มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการดำเนินการสหกิจศึกษา เช่น เป็นแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เป็นผู้ประเมินการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษา เป็นต้น

5.การจัดหา จัดซื้อเทคโนโลยี ที่ทันสมัย และเพียงพอต่อการเรียนการสอน และการบริการท้องถิ่น

6.การจัดทำยุทธศาสตร์ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่นที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม ตลาดแรงงาน เทคโนโลยี ฯลฯ โดยการจัดทำยุทธศาสตร์ต้องมีการศึกษาปัญหาและความต้องการของท้องถิ่น ศักยภาพของบุคลากรของมหาวิทยาลัย และ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

7. ผู้บริหารของมหาวิทยาลัย คือ อธิการบดี ต้องเป็นผู้นำทางด้านวิชาการ ผู้นำในการทำงาน สร้างการยอมรับทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย มีภาวะผู้นำ มีความคิดก้าวหน้า ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและในอนาคต

8. การมีหลักสูตรที่ทันสมัย และสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (TQF) ระดับอุดมศึกษา เช่น หลักสูตรสองภาษา หรือ หลักสูตรนานาชาติ หลักสูตรควบวิชาเอกในระดับปริญญาตรี หลักสูตรควบปริญญาโทและปริญญาเอก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรกำหนดให้มีคณะทำงานส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น เพื่อให้มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

2. ควรจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ให้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น ให้มีความชัดเจนเป็นรูปธรรมที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติจริงได้

3. ควรดำเนินการให้เกิดความร่วมมือระหว่างบุคลากรของมหาวิทยาลัย นักศึกษา ชุมชน ส่วนราชการภายในจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเชิงนโยบาย เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของท้องถิ่น โดยบูรณาการแผนการวิจัยร่วมกับ แผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด ในด้านที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของมหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

กรกนก วิโรจศิริสกุล.(2546). ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขต

กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยาณี สูงสมบัติ. (2550). เทคนิคการจัดการสมัยใหม่. [Online] Available : [http://uhost.rm.utp.ac.th/](http://uhost.rm.utp.ac.th/kanlayanee.so/L4/4-3-2.htm)

[kanlayanee.so/L4/4-3-2.htm](http://uhost.rm.utp.ac.th/kanlayanee.so/L4/4-3-2.htm) (1 กุมภาพันธ์ 2554)

นงเยาว์ สุคำภา.(2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. วิทยานิพนธ์

การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

ประพนธ์ เรืองวุฒิชนะพีช.(2550). นโยบายการบริหารงานส่วนอาคารและสถานที่ สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. [Online] Available : [http://www.kmutt.ac.th/building/](http://www.kmutt.ac.th/building/content/policy.php)

[content/policy.php](http://www.kmutt.ac.th/building/content/policy.php) (11 มิถุนายน 2553).

ผจญ เฉลิมสาร.(2540). คุณภาพชีวิตการทำงาน. Productivity World, 2 (มีนาคม-เมษายน) : 24-25.

- พสุ เตชะรินทร์.(2553). เทคนิคสำคัญ...ผลักดัน HPO. [Online] Available : <http://164.115.5.66/newsletter/enews24/feb2007/HPO.htm> (18 มิถุนายน 2553)
- โพสต์ทูเดย์ (Post Today). 27 สิงหาคม 2550 Climate of Success : บรรยากาศแห่งความสำเร็จ. [Online] Available : http://www.jobjob.co.th/th/HR_Variety/387/Climate_of_Success (27 สิงหาคม 2550)
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.(2549) แผนปฏิบัติราชการ ปี 25450- 2554. [Online] Available: <http://quality.tuatt.netdesignhost.com/st.html> (10 กรกฎาคม 2553)
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.(2551). ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. [Online] Available: <http://www.psu.ac.th/vision>. (20 พฤษภาคม 2553)
- ริเรืองรอง รัตนวิไลสกุล.(2545). การศึกษาคุณลักษณะครูพึงประสงค์ของนักศึกษาและอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี . ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน 2545. หน้า 149-165.
- วรากรณ์ ขวพงษ์.(2549). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ตามการรับรู้ของชุมชนท้องถิ่นอำเภอหาดใหญ่. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วาสนี วรรณศรี.(2540). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1. ปัญหาพิเศษ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล.(2540). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนทรี วรรณไพเราะ.(2553). หลักสูตรอุดมศึกษาไทยในอนาคต. [Online] Available: <http://www.itie.org/eqi/modules.php?name=Journal&file=display&jid=1076> (20 พฤษภาคม 2553)
- สุปรีชา หิรัญโร.(2532). “การวางแผนด้านอาคารและสภาพแวดล้อม” ในเอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนพัฒนาโรงเรียน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อภิญา กังสนารักษ์.(2544). รูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมในองค์กรที่มีประสิทธิผลระดับคณะของสถาบันอุดมศึกษา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรอุมา ไชยเศรษฐ.(2551). ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ
