

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1

วาสนี วรรณศรี

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2549

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1

วาสนี วรรณศรี

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2549

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

ชื่อเรื่อง

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1

โดย

วาสนี วรรณศรี

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์สามารถ ศรีจันทร์)

วันที่ 4 เดือน พค พ.ศ. 49

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์นคร เร่งวัด)

วันที่ 4 เดือน พค พ.ศ. 2549

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล)

วันที่ 4 เดือน พค พ.ศ. 2549

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา คำรงเกียรติศักดิ์)

วันที่ 13 เดือน พค พ.ศ. 49

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เพ็ชรประดับ)

รองประธานกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 19 เดือน พค พ.ศ. 49

ชื่อเรื่อง	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษา เชียงราย เขต 1
ชื่อผู้เขียน	นางสาววาสนี วรรณศรี
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์สามารถ ศรีจันทร์

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านการจัดการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และด้านการประชาสัมพันธ์ ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษา 1 จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง อายุ 17 ปี และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล ในแผนการเรียนวิทย์-คณิต ระดับการศึกษาของบิดาพบว่าอยู่ในระดับปริญญาตรี มารดาพบว่าอยู่ในระดับ ม.6/ปวช. เป็นส่วนใหญ่ อาชีพของบิดาคือ อาชีพเกษตรกรและอาชีพของมารดาคือการประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้ครอบครัวต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 5,000-15,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อต่างๆ มหาวิทยาลัยที่ทำการประชาสัมพันธ์ พบว่าสื่อที่นักเรียนเคยเห็น 5 อันดับแรก คือ วิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ เว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์เนะเนวของมหาวิทยาลัยตามโรงเรียน และแผ่นพับ/ใบปลิวตามลำดับ เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ามหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ในระดับดีทุกด้าน เรียงตามลำดับคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ การจัดการศึกษา และคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต เมื่อจำแนกตามตัวแปรด้านประชากร พบว่า อายุ และประเภทของโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนตัวแปรที่เหลือคือ เพศ แผนการเรียน

ระดับการศึกษาของบิดา ระดับการศึกษาของมารดา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา รายได้
ครอบครัวต่อเดือน ความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย และการเปิดรับสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับ
ภาพลักษณ์ดังกล่าว



Title	The Image of Chiangrai Rajabhat University as Viewed by High School Students, Chiangrai Educational Service Area 1
Author	Miss Wasinee Wannasri
Degree of	Master of Arts in Communications
Advisory Committee Chairperson	Lecturer Samart Srijumnong

ABSTRACT

The purpose of the study was to examine the image of Chiangrai Rajabhat University as viewed by high school students, Chiangrai Educational Service Area 1 in the aspects of educational provision, environment, students' and graduates' quality, participation in local development, and public relation. The data were collected by means of questionnaires asking 375 sampled students and analyzed by SPSS/PC⁺ in terms of percentage, means, standard deviation, t-test and the analysis of variance.

The finding was revealed that the respondents were mostly composed of female with the age of 17 years old. Most of them were enrolled on science-math strand at the school in the municipal area. Their fathers got bachelor degree and were mostly farmers while their mothers got upper secondary school or vocational certificate and were self-employed. Their family monthly income was between 5,000-15,000 baht. Most respondents had no involvement with the university.

In regard to their exposure to the information from the media used by the university, it was found that five media exposed by respondents in ranking order were radio programs, billboards, websites, university guidance programs, and brochures/leaflets. Regarding the university's image, it was found that its image was at a high level on every aspect. There were environment, participation in local development, public relation, education provision, and students' and graduates' quality, respectively. When analyzing image in relation to the respondents' demographic, it was found that age and type of school in which they enrolled were significantly correlated ($p \leq 0.05$) with the university's image. However, the remain factors, namely, gender, study strand, parents' education, parents' occupation, family monthly income, involvement with university, and exposure to university media were not correlated with its image.

กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ อาจารย์สามารถ ศรีจันทน์ ซึ่งกรุณาเป็นประธาน กรรมการที่ปรึกษา ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์นฤศ รังควัด และผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนช่วยตรวจสอบแก้ไข จนกระทั่งปัญหาพิเศษเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณฝ่ายมวชนสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่กรุณาเอื้อเฟื้อข้อมูล อันเป็นประโยชน์ เพื่อใช้ในการทำปัญหาพิเศษเรื่องนี้ อีกทั้งคำแนะนำและกำลังใจจากกัลยาณมิตรทุกคน และที่สุดเหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ-คุณแม่ที่กรุณาให้โอกาสทางการศึกษาและสนับสนุนผู้วิจัยอย่างดียิ่งเสมอมา

ความดีของปัญหาพิเศษฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบอกให้ทุกท่านที่มีส่วนในความสำเร็จครั้งนี้ ทั้งท่านที่ได้เอื้อนามและมีได้เอื้อนามให้ปรากฏ

วาสนี วรรณศรี

พฤษภาคม 2549

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(6)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาของปัญหา	1
ความสำคัญของปัญหา	3
ปัญหาการวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	8
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	24
แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์	27
แนวคิดสื่อเฉพาะกิจ	32
แนวคิดหลักการแบ่งส่วนตลาด	33
แนวคิดการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร	34
แนวคิดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
ภาคสรุป	43
กรอบแนวคิดในการวิจัย	45

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	46
สถานที่ดำเนินการวิจัย	46
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	47
การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	47
ตัวแปรและการวัดตัวแปร	49
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
การทดสอบเครื่องมือ	51
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	52
การวิเคราะห์ข้อมูล	53
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	54
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา	54
1.1 ข้อมูลด้านประชากร	54
1.2 ข้อมูลด้านการเปิดรับสื่อ	60
1.3 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย	65
- ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา	65
- ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม	65
- ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิต	66
- ภาพลักษณ์ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น	66
- ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์	66
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน	73
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	85
สรุปผลการศึกษา	88
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	93
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	96
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	101
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	102
ภาคผนวก ข การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา	111
ภาคผนวก ค รายงานกิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	128

หน้า

ภาคผนวก ง ตัวอย่างชื่อของมหาวิทยาลัย

145

ภาคผนวก จ ตัวอย่างสัดส่วนรายการวิทยุและผังรายการ

151

ภาคผนวก ฉ ประวัติผู้วิจัย

155



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียน ในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1	48
2 จำนวนนักเรียนกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จากโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1	49
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	55
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	55
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของโรงเรียน	55
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแผนการเรียน	56
7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของบิดา	57
8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของมารดา	57
9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของบิดา	58
10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของมารดา	59
11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน	59
12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเกี่ยวข้อง กับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	60
13 แสดงจำนวนนักเรียนโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 แยกตามเพศ	61
14 การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อต่าง ๆ จำแนกตาม ชนิดของสื่อ	62
15 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	64
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของภาพลักษณ์ในด้านการจัดการศึกษา	67
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของภาพลักษณ์ในด้านสถานที่สิ่งแวดล้อม	68
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของภาพลักษณ์ในด้านด้านคุณภาพของ นักศึกษาและบัณฑิต	69
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของภาพลักษณ์ในด้านการมีส่วนร่วม ในการพัฒนาท้องถิ่น	70

ตาราง	หน้า
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์	71
21 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ จำแนกตามเพศ	73
22 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอายุ	74
23 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอายุระหว่างอายุ 16 ปี และต่ำกว่ากับ 17 ปี	74
24 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอายุระหว่างอายุ 16 ปี และต่ำกว่ากับ 18 ปีและมากกว่า	75
25 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอายุระหว่างอายุ 17 ปีกับ 18 ปี และมากกว่า	75
26 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามประเภทโรงเรียน	76
27 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามแผนการเรียน	77
28 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามระดับการศึกษาของบิดา	78
29 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามระดับการศึกษาของมารดา	78
30 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอาชีพของบิดา	79
31 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอาชีพของมารดา	80
32 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	81
33 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	82
34 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามชนิดของสื่อที่เปิดรับมากเป็นอันดับ 1	83

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงลักษณะของภาพลักษณ์	11
2	แสดงเรื่องของภาพลักษณ์ ซึ่งสามารถเสริมได้ สร้างได้ และเปลี่ยนได้โดยการเสริม ภาพลักษณ์สามารถทำได้ง่ายที่สุด แต่การเปลี่ยนภาพลักษณ์นั้นทำได้ยากที่สุด	12
3	ผังแสดงเนื้อหาของภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา	22
4	แสดงตัวอย่างการประเมินภาพลักษณ์ โดยการเปรียบเทียบของ 3 บริษัท	31

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษามีหลายประเภทซึ่งแต่ละประเภทก็จะทำหน้าที่ของตนเองแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เช่น มหาวิทยาลัยที่มุ่งเพื่อการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยเพื่อเน้นการวิจัย หรือเป็นมหาวิทยาลัยผสม เป็นต้น ขณะเดียวกันขอบข่ายการบริการของแต่ละสถาบันก็ต่างกันออกไปอีก เช่น หลายมหาวิทยาลัยเป็นมหาวิทยาลัยระดับชาติ ซึ่งดูแลพื้นที่ทั่วประเทศ มุ่งสู่ความเป็นเลิศเพื่อแข่งขันกับต่างประเทศ รวมถึงค้นคว้าสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ขณะที่อีกหลายมหาวิทยาลัย รวมถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัยท้องถิ่นซึ่งดูแลพื้นที่ไม่กว้างนัก แต่เน้นการพัฒนาชุมชน และชาวบ้านให้สามารถปรับตัวได้ มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและพึ่งพาตนเองได้ และที่สำคัญมหาวิทยาลัยราชภัฏจะต้องรู้รอบรู้หนวกับประชาชน เป็นที่พึ่งของประชาชนในท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้คงไม่ถ้ามารดนำมาเปรียบเทียบกับจนแบ่งออกมาเป็นเกรดของมหาวิทยาลัยได้เลย

หลังจากที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงลงพระปรมาภิไธยในร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ และประกาศในราชกิจจานุเบกษาไปเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2547 แล้วเวลานี้สถาบันราชภัฏทั้ง 41 แห่ง ทั่วประเทศไทย ได้เปลี่ยนสถานะเป็น "มหาวิทยาลัย" อย่างเต็มตัวเป็นอิสระต่อกัน แต่ยังเป็นเครือข่ายของกันและกันเพื่อรับใช้ท้องถิ่น และที่สำคัญชื่อที่ใช้ยังเป็นชื่อเดียวกันว่า "มหาวิทยาลัยราชภัฏ" ซึ่งเป็นชื่อพระราชทานที่ทุกสถาบันล้วนภาคภูมิใจ

ในฐานะที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็น "สถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น" ที่กระจายอยู่ในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏจึงสามารถเชื่อมโยงกันขึ้นเป็นระบบอุดมศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการทางการศึกษาของประชาชนได้อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏต้องมีกระบวนการทัศน์และวิสัยทัศน์ใหม่ในการดำเนินงานที่เปิดกว้างออกสู่ชุมชน โดยเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและแนวทางการดำเนินงานของราชภัฏอย่างแท้จริง ซึ่งจะทำให้สามารถระดมภูมิปัญญาและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ในกระบวนการจัดการศึกษาเพื่อสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่ สัมพันธภาพระหว่าง มหาวิทยาลัยราชภัฏ กับท้องถิ่นดังกล่าวนี จะทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏหล่อหลอมเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับวิถีชีวิตของชุมชน และเป็นกลไกสำคัญของประเทศใน

การแก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่น สามารถตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นทั่วทุกภูมิภาคของประเทศได้เป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 41 แห่งทั่วประเทศ นับเป็นสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนระดับอุดมศึกษา เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยภาครัฐและเอกชนอื่นทั่วไป การเปลี่ยนสถานะจากสถาบันราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัย ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ทำให้สภาวะการแข่งขันของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา หรือมหาวิทยาลัยมีอัตราที่สูงขึ้น มหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งจะต้องเริ่มวางแผนพัฒนา ศักยภาพของสถาบันเพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ดี ให้เป็นที่ยอมรับของท้องถิ่นและคนในสังคมมากขึ้น



ความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางโดยเฉพาะในวงการประชาสัมพันธ์ว่าภาพลักษณ์มีผลต่อการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กร และต่อบุคคลในองค์กร หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนจะเกิดความไว้วางใจ ศรัทธา ยอมรับและให้ความร่วมมือ สนับสนุน หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบประชาชนจะขาดความไว้วางใจ ไม่ยอมรับนับถือ และขาดความร่วมมือ ภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรทุกองค์กร โดยเฉพาะองค์กรที่จะต้องให้บริการกับประชาชน ยังมีความจำเป็นที่จะต้องรักษาภาพลักษณ์ให้เกิดความประทับใจ อาจกล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรหรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง ย่อมเป็นผลแห่งความเพียรพยายามด้วยเวลาอันยาวนานขององค์กร หรือสถาบันนั้น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่สามารถทำได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว หรือเพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ ได้ เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทีละน้อย และสะสมเพิ่มพูนมากขึ้นจนฝังรากฐานมั่นคงหนาแน่นอยู่ในจิตใจของประชาชนแล้ว ผลที่ตามมาก็คือ ชื่อเสียงเกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือศรัทธา

การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร หน่วยงาน สถาบันต่างๆ จึงควรมีพื้นฐานมาจากความเป็นจริงหรือควรเป็นจินตนาการจากความเป็นจริง นักสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ที่มีจริยบรรณจึงควรตระหนักในข้อนี้ ทั้งนี้เพราะภาพลักษณ์สามารถสร้างขึ้นจากรากฐานจริงหรือเท็จก็ได้ แต่ทว่าในบางครั้งอาจเป็นเพราะความกดดันทางการตลาด คู่แข่ง หรือสายตาของบุคคลภายนอก ทำให้ผู้บริหารหรือผู้สร้างสรรค์ล้มหรือเพิกเฉยต่อความจริงไปได้ การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์จึงควรต้องทำความเข้าใจอย่างถูกต้องในเรื่องที่มาของภาพลักษณ์และภาพลักษณ์ที่ต้องการมากกว่าที่จะคาดการณหรือเหมาคิดเอาเองว่า ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายจะมีความคิดความเข้าใจหรือรู้สึกได้ตรงกับที่หน่วยงานต้องการ (วันทนา จิรธนา, 2537: 3)

ในปัจจุบัน การสร้างภาพลักษณ์กลายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า ผลิตภัณฑ์ (product image) และภาพลักษณ์ขององค์กรเอง (corporate image) การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าจะเน้นในเรื่องตราสินค้าเป็นสำคัญ และอาศัยการโฆษณาสินค้าเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่สินค้าให้เป็นที่รู้จักได้อย่างกว้างขวาง ขณะที่การสร้างภาพลักษณ์องค์กรจะเน้นถึงการสร้างภาพในใจ หรือความประทับใจที่บุคคลมีต่อองค์กร โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพของความดี และความสวยงามขององค์กรให้ปรากฏแก่สาธารณชน อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และภาพลักษณ์องค์กรสามารถส่งผลถึงกันและกันได้ทั้งในทางตรงและทางอ้อม

พันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏ คือการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น การสร้างภาพลักษณ์ที่ถูกต้อง ตลอดจนการสร้างภาพความเชื่อถือ ศรัทธาให้แก่ผู้ที่เข้าศึกษาต่อและประชาชนในท้องถิ่นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพราะภาพลักษณ์เดิมของ มหาวิทยาลัยราชภัฏ หรือสถาบันราชภัฏในอดีต คือวิทยาลัยครู ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตครูมาช้านาน แต่ความเชี่ยวชาญทางวิชาการในด้านอื่นๆ อาจยังไม่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นหนึ่งใน 41 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ และเป็นหนึ่งใน 2 มหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงราย ทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจะต้องตื่นตัวกับการพัฒนาองค์กรอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าเชื่อถือและศรัทธา ต่อประชาชน ผู้ปกครองและนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของมหาวิทยาลัย

ดังนั้นการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งได้เปลี่ยนสถานะจากสถาบันราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัยแล้วนั้น จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ผลการศึกษาวิจัยที่ได้ สามารถนำไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนา และประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและถูกต้องให้เกิดขึ้นกับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่อยู่ในท้องถิ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เพื่อให้ได้แนวทางที่สามารถยกระดับคุณภาพของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายให้ทัดเทียมกับมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนอื่นๆ โดยการหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์โดยรวมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่สังกัดในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 เนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายตั้งอยู่ในเขตพื้นที่การศึกษานี้ และจากข้อมูล ย้อนหลัง 3 ปี จากสำนักส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พบว่านักศึกษาที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายนั้น ภูมิลำเนามาจากอำเภอในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 เป็นส่วนใหญ่ ผู้วิจัยจึงเริ่มศึกษาจากกลุ่มประชากรนี้ก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการขยายผลในการศึกษาเขตพื้นที่การศึกษาอื่นๆ ต่อไป

ปัญหาการวิจัย

การศึกษาลักษณะของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 ต้องการค้นหาคำตอบใน 2 ประเด็น คือ

1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัยเป็นอย่างไร
2. นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย รับรู้ข่าวสารการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อใดบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาลักษณะของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1
- 2 เพื่อศึกษาลักษณะของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้าน
 - 2.1 การจัดการศึกษา
 - 2.2 สิ่งแวดล้อม
 - 2.3 คุณภาพของนักศึกษา และบัณฑิต
 - 2.4 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น
 - 2.5 การประชาสัมพันธ์
- 3 เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้านต่างๆ
2. เป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ในการวางแผนดำเนิน การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายต่อไป

3. เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจได้ใช้ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้เป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์
องค์กร และแนวทางแก่ผู้ที่สนใจศึกษาในแง่การสร้างภาพลักษณ์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตไว้ 4 เรื่อง คือ

1. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรที่ศึกษา คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่สังกัด
เขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดเชียงรายเขต 1 ส่วนกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักเรียนที่ได้จากการสุ่ม
ตัวอย่างจากจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัด
เชียงรายเขต 1 ทั้งหมด

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดเชียงรายเขต 1 เฉพาะด้าน การ
จัดการศึกษา สิ่งแวดล้อม คุณภาพของนักศึกษา และบัณฑิต การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น
และการประชาสัมพันธ์

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษานี้ จะใช้เวลาสำหรับดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2547 –
เมษายน 2548 รวมทั้งสิ้น 7 เดือน

4. ขอบเขตด้านสถานที่

จะศึกษาเฉพาะโรงเรียนมัธยมที่สังกัดในเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดเชียงรายเขต 1
ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 11 โรงเรียน ดังนี้

- 4.1 เมืองเชียงราย
- 4.2 ดอนชัยวิทยาคม
- 4.3 ดอนศิลาผางามวิทยาคม
- 4.4 เวียงชัยวิทยาคม
- 4.5 ดำรงราษฎร์สงเคราะห์
- 4.6 สามัคคีวิทยาคม
- 4.7 ห้วยสักวิทยาคม
- 4.8 เมืองรวมหาราชวิทยาคม

4.9 สามัคคีวิทยาคม 2

4.10 จุฬารัตนราชวิทยาลัย เชียงราย

4.11 เวียงเชียงรุ้งวิทยาคม

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กรหรือสถาบัน ภาพในใจดังกล่าว ของบุคคลนั้นๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น การได้ประสบกับตนเอง การได้ยินได้ฟังมากจากคำบอกเล่าของบุคคลอื่น หรือจากการเปิดรับข่าวสาร

นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง นักเรียนที่ศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนซึ่งสังกัดในเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดเชียงรายเขต 1

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้านการจัดการศึกษา สิ่งแวดล้อม คุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และการประชาสัมพันธ์

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์
4. แนวคิดสื่อเฉพาะกิจ
5. แนวคิดหลักการแบ่งส่วนตลาด
6. แนวคิดการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร
7. แนวคิดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความหมาย

คำว่า ภาพลักษณ์ เป็นคำที่ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยเฉพาะองค์กรต่างๆ เรื่องภาพลักษณ์นั้นถือเป็นเครื่องมือในการบริหารงานในหน่วยงานให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วไป โดยมีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่า ภาพลักษณ์ไว้แตกต่างกันออกไป คือ

จิราภรณ์ สีขาว (ม.ป.ป.) อาจารย์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคำนิยามของคำว่า ภาพลักษณ์ ไว้ว่า เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยตรง หรือประสบการณ์โดยอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

นอกจากนี้ยังให้คำนิยามของคำว่า “ภาพลักษณ์องค์กร” (corporate image) ไว้ว่า เป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับจากประสบการณ์ หรือมีความรู้ ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงาน หรือสถาบัน โดยการกระทำหรือพฤติกรรมองค์กร การบริหาร ผลิภัณฑ์ การบริหาร และการประชาสัมพันธ์ จะเข้ามามีบทบาทต่อภาพลักษณ์องค์กรด้วย

คำนิยามของภาพลักษณ์ในแวดวงการบริหารธุรกิจสมัยใหม่และการตลาด มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ไว้แตกต่างกันดังนี้ คือ

Kolter (2000: 553) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดอธิบายถึงคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงที่สุดกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

ส่วน Jenkins นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ (corporate image) หมายถึง ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจและได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นส่วนหนึ่ง การกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (corporate identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540: 81-82) ได้อธิบายว่าภาพลักษณ์ของหน่วยงาน (corporate image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง หมายรวมไปถึงด้านการบริหาร หรือการจัดการของบริษัทแห่งนี้ด้วย และหมายรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ (product) และบริการ (service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัทจึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง โดยครอบคลุมทั้งตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

นอกจากนี้ กาญจนา นาคสกุล (2547: 109) ได้ให้ความหมายว่า ลักษณะของคน องค์กร หน่วยงาน ธุรกิจ รัฐบาล ฯลฯ ที่ปรากฏแก่สังคม เป็นภาพที่คนในสังคมเห็นเมื่อนึกถึงบุคคล องค์กร หน่วยงาน ธุรกิจ รัฐบาล ฯลฯ นั้น ปัจจุบันสื่อมวลชนมีพลังมากในการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคล หรือ องค์กร ต่างๆ

ความสำคัญของภาพลักษณ์

การประชาสัมพันธ์จะสร้างความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดี ซึ่งจะทำให้เกิดผล คือ จะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดี นำไปสู่การสนับสนุนและการให้ความร่วมมือและภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถาบัน หน่วยงานและผลิตภัณฑ์ งานที่ยากของการประชาสัมพันธ์ก็คือ การที่จะจูงใจบุคคลทั่วไปประเมินหน่วยงานในจุดที่หน่วยงานนั้นมีความเด่น มีความดี และมองข้ามจุดที่ด้อยหรือไม่ดี ซึ่งเป็นงานที่ยากของการประชาสัมพันธ์

จากคำกล่าวที่ว่า “ไม่มีใครสมบูรณ์แบบ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใดที่สมบูรณ์แบบ ไม่มีหน่วยงานใดที่สมบูรณ์แบบ” แต่การที่จะถูกมองว่าเป็นหน่วยงานที่ดี ผลิตภัณฑ์ที่ดี และคนที่ดี ก็ สามารถเป็นจริงได้ หากคนที่พิจารณาเลือกที่จะมองหน่วยงานในจุดเด่น จุดที่ดีและสามารถที่จะ ยอมรับหรือมองข้าม หรือให้อภัยในจุดที่ด้อย จุดที่ไม่ดี

ตามแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542: 83) ภาพลักษณ์มีความสำคัญ ดังนี้

1. ในด้านจิตวิทยา ภาพลักษณ์เปรียบประดุจทางเสื่อกำหนดทิศทาง พฤติกรรมของปัจเจกชน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่รอบตัว จะมีแนวโน้มที่แสดงพฤติกรรมเชิงบวก แต่ถ้าหากเขามีภาพลักษณ์ เชิงลบต่อสิ่งเหล่านั้น เขาก็จะมีแนวโน้มจะแสดงพฤติกรรมเชิงลบออกมาเช่นกัน และสิ่งสำคัญคือ ภาพลักษณ์นั้นก่อให้เกิดอคติ (bias) ในการพิจารณาพฤติกรรมของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เคยมีภาพลักษณ์ มาก่อนหน้านี้ เพราะภาพลักษณ์เป็นเรื่องฝังใจยากที่จะแก้ไข ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ค่อนข้างถาวร หากไม่มีข้อมูลเด่นชัดเข้าไปมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ก็ไม่เปลี่ยนแปลง เพราะ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงยาก ถ้ามองว่าอะไรเป็นสิ่งที่ดีทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้นก็ จะถูกมองว่าดีไปด้วย แม้แต่สิ่งที่ไม่ดีจะถูกมองว่าดี และถ้ามองว่าอะไรเป็นสิ่งที่ไม่ดี ทุกสิ่งทุกอย่างที่ เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้นก็ไม่ได้ไปหมด แม้แต่สิ่งที่ดีก็อาจถูกมองด้วยความเคลือบแคลงสงสัยไม่แน่ใจว่าดี จริงหรือไม่ เป็นต้น

2. ในด้านธุรกิจ ภาพลักษณ์ในด้านนี้ถือว่าเป็นคุณค่าเพิ่ม (value added) ที่มีกับผลิตภัณฑ์และ หน่วยงานซึ่งถือว่าเป็นผลประโยชน์เชิงจิตวิทยา ที่มีอยู่ในตัวสินค้าเป็นตัวที่ทำให้ตัวสินค้าหลาย ชนิดตั้งราคาได้สูงกว่าคุณภาพทางกายภาพ และนับวันยังมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นในเชิง ธุรกิจในปัจจุบันภาพลักษณ์กลายเป็นเครื่องมือสร้างคุณค่าเพิ่ม

จากการให้คำนิยามของผู้เชี่ยวชาญหลายๆ ด้านจะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์มี ความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กรทุกแห่ง เพราะภาพลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การ ต้อนรับและสนับสนุน ต่อองค์กรจากประชาชน ภาพลักษณ์จะเป็นภาพแรกที่เกิดขึ้น เมื่อกล่าวถึง องค์กร และการที่จะทำให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ดีต่อหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ก็ ขึ้นอยู่กับการประชาสัมพันธ์ขององค์กร นั้นๆ นั่นเอง

ลักษณะของภาพลักษณ์

เสรี วงษ์มณฑา (2540: 27-28, 30-31) กล่าวว่าไว้ว่า ลักษณะของภาพลักษณ์ (image) คือองค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริง (objective fact) กับการประเมินส่วนตัว (personal judgment)

ภาพลักษณ์เป็นผลรวมระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัว ทำให้เกิดภาพลักษณ์ซึ่งเกิดจากการรับรู้ (perceptual) ของบุคคลที่ไม่ใช่ข้อเท็จจริง เกิดภาพลักษณ์ค่อนข้างแน่นอน เกือบจะตายตัว เป็นภาพที่ฝังลึกในใจเปลี่ยนแปลงค่อนข้างยาก ซึ่งเกิดจากการรับรู้ของคนทั่วไป

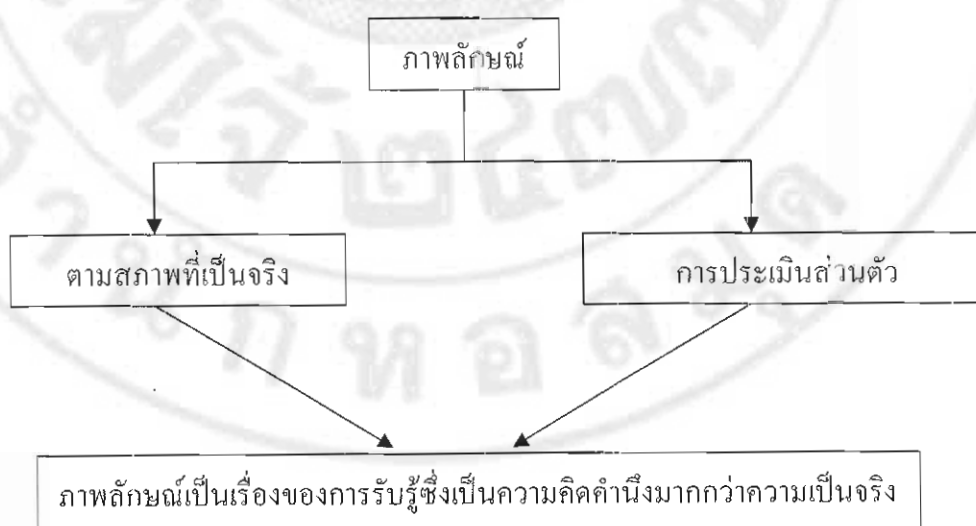
จากคำนิยามข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์เป็นเรื่องของการรับรู้หรือความคิดคำนึง ซึ่งภาพลักษณ์ที่คิดคำนึงอาจจะตรงกับความเป็นจริงหรือไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้ ดังนั้นภาพลักษณ์จึงอยู่ในขอบข่ายของความคิดคำนึงมากกว่าความเป็นจริง ดังภาพ 1

องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์

องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ มีดังนี้

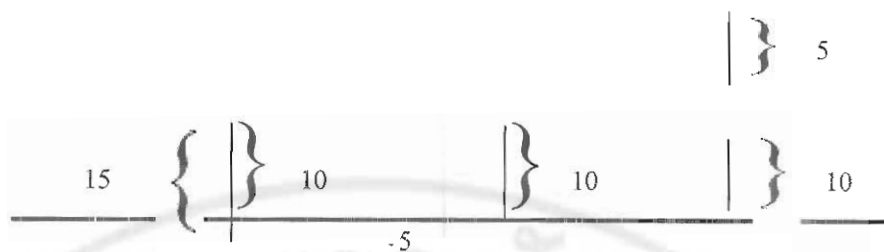
1. ภาพลักษณ์ นั้นสามารถเสริมแรงได้ (reinforce) หมายถึง การทำให้ภาพพจน์เดิมที่มีอยู่แล้วแข็งแกร่งขึ้น
2. ภาพลักษณ์นั้นสามารถสร้างได้ (build) หมายถึง สาธารณชนไม่มีภาพเป็นบวก หรือลบเกี่ยวกับบริษัทหรือองค์กร จึงต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีขึ้น
3. ภาพลักษณ์ที่สามารถเปลี่ยนได้ (change) หมายถึง การทำในสิ่งที่ไม่ดีให้ดีขึ้น

ลักษณะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ทั้ง 3 นี้ สามารถอธิบายได้ ดังภาพ 2



ภาพ 1 แสดงลักษณะของภาพลักษณ์ (image)

ปรับจาก: เสรี วงษ์มณฑา (2540: 28)



ภาพ 2 แสดงเรื่องของภาพลักษณ์ ซึ่งสามารถเสริมได้ สร้างได้ และเปลี่ยนได้โดยการเสริม ภาพลักษณ์สามารถทำได้ง่ายที่สุด แต่การเปลี่ยนภาพลักษณ์นั้นทำได้ยากที่สุด
ที่มา: เสรี วงษ์มณฑา (2540: 31)

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

องค์ประกอบของภาพลักษณ์ อาจแยกได้เป็น 4 ส่วนแต่ในความเป็นจริง องค์ประกอบ ทั้งสี่ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกันไม่สามารถจะแยกเป็นส่วนๆ ได้ อย่างเด็ดขาดดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (perceptual component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้จากการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้นั่นเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่างๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่างๆ โดยผ่านการรับรู้
2. องค์ประกอบเชิงความคิด (cognitive component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกเกี่ยวกับลักษณะประเภท คุณสมบัติ (attribute) ความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูก รับรู้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (affective component) ได้แก่ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวพันกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (behavioral component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้นอันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ ระหว่าง องค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา

การเกิดภาพลักษณ์ในเชิงของการสื่อสารตามแนวคิดของโบลตัง มุ่งพิจารณาในสาระของลักษณะการรับรู้ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่างๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญ ลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้ว จะก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และการกระทำ จนเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลมีประสบการณ์มา กล่าวคือ จะมีสิ่งที่ถูกสังเกตซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกรับรู้ผ่านเข้ามาทางการรับรู้ ซึ่งได้แก่สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคลอาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งที่ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่นๆ ในรูปต่างๆ จากข้อมูลที่ได้หรือจากการสังเกตที่ผ่านมา โดยกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งต้องมีการให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นด้วยการนำไปสู่การสร้างความรู้ ที่มีการแยกแยะลักษณะประเภทและความแตกต่างของสิ่งต่างๆ นั้น เป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นจากการตีความและให้ความหมายด้วยตัวเราเอง แต่สิ่งที่ ถูกสังเกต ความรู้ที่สร้างมานี้เองได้ไปเกี่ยวพันกับพื้นฐานประสบการณ์เดิม เช่น ทศนคติ ค่านิยม เกิดเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งที่ถูกสังเกตนั้นๆ แล้วพัฒนาเป็นความผูกพันที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ และความรู้นี้อาจจะแสดงออกก็ได้ แต่เป็นความรู้สึกที่มีความพร้อมที่จะแสดงออกและเป็นการกระทำที่มี

ทิศทางด้วย

เมื่อภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้วได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้เข้ามาใหม่ เกิดการกระทบต่อภาพลักษณ์อาจมีสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งใน 3 ประการต่อไปนี้เกิดขึ้นได้ คือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงเดิมไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามามีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิม และสามารถเรียกร้องความสนใจ ทำให้เกิดการประเมินคุณค่า และอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ในสารทำให้ภาพลักษณ์เดิมถูกเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง ในกรณีนี้บางครั้งอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างที่ค้ำจุนภาพลักษณ์นั้นอยู่

โครงสร้างของความรู้ของแต่ละคนหรือภาพลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ไม่เพียงแต่ประกอบไปด้วย ข้อเท็จจริง (fact) เท่านั้น แต่ยังประกอบด้วยจินตนาการอีกด้วย

เมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในความรู้สึกนึกคิดของตนแล้วภาพลักษณ์นี้ก็จะย่อมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ภาพลักษณ์ที่ได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะไปเหนี่ยวนำพฤติกรรมของผู้บริโภคและสาธารณชนให้คล้อยตามไปในทิศทางเดียวกันได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะว่าการ

เปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์อาจต้องไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของพฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพลักษณ์ถึงแม้จะยากแต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่สูงงูเสียไปแล้ว การพยายามสรรหาข้อมูลให้แก่บุคคลเพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของเขานั้น ข้อมูลอาจจะถูกปฏิเสธได้ หากข้อมูลดังกล่าวไปขัดแย้งกับความคิดเห็นตามความเชื่อเดิม ทักษคติ หรือค่านิยมของบุคคล ข้อมูลใหม่ที่ให้ไปนั้น อาจจะถูกคิดว่าผิดหรือเป็นการบิดเบือนได้ ดังนั้นถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะไม่หยุดนิ่งก็ตาม แต่การเปลี่ยนแปลงก็กระทำได้ยาก

คุณลักษณะของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นความคิดที่ดี มองเห็นสิ่งต่างๆ ดีเลิศ ซึ่งความเป็นจริงแล้วจะดีเลิศอย่างนั้นเป็นไปได้ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เราสร้างขึ้นมา เห็นได้ เชื่อถือได้ มองเห็นได้ชัดเจน ง่ายแก่การเข้าใจ ซึ่งภาพลักษณ์นี้มีคุณลักษณะ 6 ประการ คือ

1. An image is synthetic ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสังเคราะห์ขึ้นมาโดยมีการวางแผนการสร้างสรรค์ขึ้นมาให้บรรลุวัตถุประสงค์และรู้สึกประทับใจ
2. An image is believable ภาพลักษณ์ คือ ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์เป็นการสร้างภาพในใจของคนเราเกี่ยวกับสถาบันหรือบุคคลให้มันคงเป็นที่ยอมรับ การสร้างภาพลักษณ์จะไม่มีประโยชน์ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในสถาบันหรือบุคคลนั้น
3. An image is passive ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่คงอยู่ และถูกสมมติขึ้นมาให้มีความเหมาะสมกับสภาพเหตุผล และความเป็นจริงที่ผู้สร้างภาพลักษณ์ถูกคาดหวังว่าจะสามารถทำได้ ทำให้ได้ตามภาพลักษณ์นั้น และผู้รับก็คาดหวังว่าภาพลักษณ์จะเป็นไปตามที่ได้รับนั้น
4. An image is vivid and concrete ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ชัดเจน และเป็นรูปธรรม
5. An image is simplified ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้เข้าใจได้ง่าย
6. An image is ambiguous ภาพลักษณ์มีความคลุมเครือ ความคลุมเครือนั้นล่องลอยอยู่ระหว่างจินตนาการและความรู้สึก และอยู่ระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริง

ภาพที่มนุษย์จงใจสร้างขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่เหตุการณ์เทียมซึ่งก็หมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อจำลองเหตุการณ์ ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ บัณฑิตกล่าวว่าถึงลักษณะของเหตุการณ์เทียมไว้ดังนี้ คือ

1. ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่เกิดขึ้นเพราะว่ามีผู้วางแผนไว้
2. มีการเสนอซ้ำ

3. ความน่าสนใจของเหตุการณ์เทียมจะอยู่ที่ความกำวมของเหตุการณ์ที่ถูกนำเสนอ ยังมี
ความเคลือบแคลงเท่าไร ก็ยังน่าสนใจเท่านี้

4. เป็นการคาดเดาสิ่งที่น่าจะเกิดขึ้นในอนาคตจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

กล่าวคือ ภาพลักษณ์ ก็คือ อุดมคติเทียบนั่นเอง ซึ่งมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. เป็นสิ่งไม่จริง สร้างขึ้นเพื่อสนองต่อวัตถุประสงค์และสร้างความประทับใจบางอย่าง
2. ภาพลักษณ์จะไม่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ได้เลย ถ้าหากคนไม่เชื่อถือ ภาพลักษณ์จะอยู่
ได้ก็ต่อเมื่อไม่ขัดกับกฎของสามัญสำนึก ภาพลักษณ์ที่ดีต้องน่าเชื่อถือ
3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกกระทำ เพราะภาพลักษณ์ถูกกำหนดว่าจะต้องเหมาะสมกับความจริง
ภาพลักษณ์ต้องเหมาะสมกับหน่วยงานหรือองค์กรและผู้รับ (คนดูหรือลูกค้าของหน่วยงานหรือ
องค์กร ในที่นี้หมายถึง นักศึกษา) ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้คือ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้
สอดคล้องกับบุคคลหรือผู้สร้างภาพลักษณ์และผู้รับ
4. ภาพลักษณ์จะต้องเข้าใจง่าย โดยเลือกกล่าวถึงข้อดีบางอย่างของผลิตภัณฑ์ บุคคล สถาบัน
หรือองค์กร
5. ภาพลักษณ์มีลักษณะเรียบง่าย การง่ายและเด่นทำให้คนจำได้
6. ภาพลักษณ์มีสองนัย อยู่ระหว่างจินตนาการ และความรู้สึกระหว่างความคาดหวังและความ
จริง

อาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์เป็นภาพที่คนส่วนใหญ่รับรู้ ที่มีพื้นฐานความคิดจาก
ข้อเท็จจริงที่ได้รับ บวกกับความรู้สึกนึกคิด และทัศนคติส่วนบุคคลเข้าไปด้วย ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่
เป็นนามธรรมและไม่คงทน มีการเพิ่ม-ลด เปลี่ยนแปลงได้เสมอ แต่อาจทำได้ยากหากมีการยึดติด
กับภาพลักษณ์เดิมไปแล้ว ฉะนั้นองค์กรจะต้องพึงระลึกถึงภาพลักษณ์ขององค์กรเสมอเมื่อจะทำ
การปรับเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงสิ่งใด เพราะหากการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ไม่เป็นที่พอใจหรือเห็นด้วย
ของคนส่วนใหญ่ ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเปลี่ยนไปในทางลบหรือถูกต่อต้าน การปรับเปลี่ยนด้าน
ต่างๆ ขององค์กร จึงควรต้องทำการศึกษาล่วงหน้าก่อนจึงจะเป็นผลดีต่อองค์กร

ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ ที่กล่าวถึงกันในวงการธุรกิจ การตลาด การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ พอจะจำแนกได้ดังนี้ (พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร, 2537: 124-125, 129)

1. ภาพลักษณ์เชิงซ้อน (Multiple Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐานว่าบุคคลในสังคมนั้นมากจากร้อยพ่อพันแม่มาจากแหล่งต่างๆ มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม การศึกษาและอื่นๆ ที่ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์กรต่างกัน ดังนั้นจะหวังว่า สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไม่ได้ ยิ่งไปกว่านี้ในตัวบุคคลหนึ่งก็อาจมีทั้งภาพลักษณ์ในทางบวก (ต่อเรื่องหนึ่ง) และภาพลักษณ์ในทางลบ อีกเรื่องหนึ่งได้เช่นกัน

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image)

เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงลบหรือบวกก็ได้ จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดมาโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนาก็ตาม หน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้ เมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น หรือพบภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่ต้องการ ก็อาจนำไปพิจารณาตัดสินใจต่อไปได้

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image)

เปรียบเทียบกับเวลาที่คนเราส่องกระจกเขาก็จะเห็นภาพของตัวเองในกระจก ในภาพนั้นเขาอาจจะมองว่าสวย สง่างามดี หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของเขา ในกรณีนี้ก็เช่นกัน ผู้บริหารอาจมองว่าองค์กร ได้ทำโน่นทำนี่ดีมากแล้ว ดังนั้น ภาพลักษณ์ขององค์กร จึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความเป็นจริงจะเป็นเช่นไร ก็เป็นอีก กรณีหนึ่ง ทั้งนี้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองอะไรที่แตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์พึงปรารถนา (Wish Image)

เป็นภาพลักษณ์ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการจะให้องค์กรของตนเองเป็นเช่นนั้น เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์กรที่มีความเจริญรุ่งเรือง เป็นองค์กรที่ให้คำตอบแบบที่ยุติธรรมแก่พนักงาน เป็นต้น การกำหนดความปรารถนา เปรียบเสมือนการกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่เราจะได้ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้นๆ

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image)

หมายถึงภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น จากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจ การรับรู้ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อมวลชน และสื่อที่เราควบคุมได้ และสภาพ

แวดล้อม ที่ยากจะควบคุม และอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตนและตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ทำให้การกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่เราจะได้ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้นๆ

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image)

เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น ข่าวลือ อุบัติเหตุ เป็นต้น และหรือกระบวนการสื่อสาร และหรือการรับรู้ข่าวสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้วก็เป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน แต่จะต่างกันที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้า/ บริการ (Product/ Service Image)

สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเองเช่นเดียวกับองค์กรสินค้า หรือบริการบางอย่าง อาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี แต่สินค้าหรือบริการบางอย่างกลับมีภาพลักษณ์ในทางตรงกันข้าม เมื่อสินค้าหรือบริการที่องค์กรมี ไม่ว่าจะมีความแข็งแกร่งหรือบวกร หรือกลางๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์สินค้านี้ก็จะมีความเกี่ยวพันเป็นอย่างมาก

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้าเพียงแต่กรณีนี้เป็นตราสินค้า, ยี่ห้อสินค้า หรือ สัญลักษณ์ (logo), ดอกบัว เป็นต้น

9. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)

เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กร โดยรวมถึงสินค้า ยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหารบริษัท ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image)

ซึ่งคล้ายกับภาพพจน์องค์กร ข้างต้น เพียงแต่มุ่งมองเฉพาะตัวบริษัท หรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบของสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง เจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาด หรือตราสินค้า อะไรทั้งสิ้น นอกจากบทบาท หรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

การเกิดภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์อาจเกิดขึ้นได้โดยสามารถแยกพิจารณาได้เป็น 4 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม

คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมนี้ก็จะเกิดเหตุการณ์ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และอื่นๆ เกิดขึ้นมากมาย เพียงบางส่วนของเหตุการณ์ หรือ บางเหตุการณ์เท่านั้นที่คนเราจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดี หรือเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร คงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์โดยรอบเรา กลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการหดหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร

ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลาย จะสามารถเข้ามาสู่ตัวเราได้ โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ก็ยังมีประสิทธิภาพทางการรับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านี้ ตัวเนื้อหาสาระ วิธีการจัดข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุป ช่องทางการสื่อสารจะเป็นประตูด่านแรกของการรับรู้รับเหตุการณ์ ซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของ “ข่าวสาร” และตัว “สื่อ” ย่อมมีความสำคัญสูงสุด

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล

เกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสาร นั้น องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคล คือทักษะของการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรมต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไร จะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนคนอื่น หรือมีความนิยมชมชอบหรือไม่น่าสนใจ หรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้ ดังนั้น ถึงแม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางการสื่อสาร และเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตาม จะมีความหมายอะไรหรือไม่ องค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นคำตอบที่ดีมากกว่าอย่างอื่น

4. การรับรู้และความประทับใจ

ภาพลักษณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อน โดย การรับรู้ (perception) ซึ่งตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น ส่วน ความประทับใจ (impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวพันกับคุณภาพ และปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมากไม่ว่าจะบวกหรือลบ ก็มีความทรงจำและจดจำ ได้มากและนานและเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณ์อะไรขึ้นได้แล้ว ก็จะเป็นภาพลักษณ์เท็จจริงได้ช้ากว่า การที่มีความประทับใจน้อย หรือไม่มีความประทับใจเลย

ภาพลักษณ์ประเภทต่างๆ ที่กล่าวถึงกันในการธุรกิจ การตลาด การโฆษณา และการ ประชาสัมพันธ์ เกิดขึ้นได้ด้วยปัจจัยต่างๆ กัน ซึ่งหากเกิดภาพลักษณ์ต่อองค์กรหรือหน่วยงานแล้ว จะค่อนข้างเปลี่ยนแปลงได้ยาก จะต้องอาศัยปัจจัยหลายๆ ด้าน ที่จะช่วยในการรักษาลักษณะที่เป็นลบ กลับมาเป็นบวกได้

ความเข้าใจในกระบวนการเกิดและการสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือ เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ตามสภาพแวดล้อม โดยที่องค์กรมิได้ดำเนินการใดๆ และเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการสร้างภาพที่ องค์กรปรารถนาจะให้ เป็น (ดวงพร กำณูนวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536: 83) ภาพลักษณ์จะ เกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับหรือผู้บริโภคมีการสรุปความคิดรวบยอดจากการรับรู้ข้อมูล ข้อมูลนั้นต้องชัดเจน มุ่งประเด็นที่เป็นภาพลักษณ์จำนวนมากพอ มาจากหลายช่องทางมาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอจน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ คิดและรู้สึกได้ว่าองค์กร สินค้า และบริการนั้นเป็นอย่างไร หากมีการ สื่อสารที่ดี ภาพนั้นจะชัดเจนขึ้นเรื่อยๆ จนเกิดความมั่นใจและเกิดเป็นภาพลักษณ์ ดังนั้นภาพลักษณ์ จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอ สำหรับการสื่อสารในลักษณะซ้ำหลายครั้งและผ่านสื่อหลายช่องทาง

ส่วนการสร้างภาพลักษณ์ต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงจะ สำเร็จได้ การสื่อสารในที่นี้รวมการสื่อสารในขั้นตอนต่อไปนี้ (วาสนา จันทร์สว่าง และคณะ, 2541: 117-118)

1. เมื่อตัดสินใจได้ว่าจะใช้ข้อดีข้อเสียใดเป็นจุดแข็งในการสร้างภาพลักษณ์ โดยใช้หลักการ สร้างภาพลักษณ์ที่มีความสำคัญประการหนึ่ง คือ การแยกแยะความแตกต่าง (differentiation) ของ

องค์กร สินค้า และบริการ จากผู้อื่นแล้ว จึงสร้างภาพให้ชัดเจนเป็นรูปธรรม โดยผู้สร้างต้องมีความสามารถในการสื่อสาร เลือกใช้ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาพ สัญลักษณ์ ฯลฯ ที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนไม่อ้อมค้อมให้ต้องตีความ เป็นภาษาที่น่าสนใจ (attraction) เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยการสร้างภาพในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความคิดและการกระทำในลักษณะที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) จึงจะทำให้ภาพลักษณ์มีความเด่นและน่าสนใจ

2. การเผยแพร่ภาพลักษณ์สู่สาธารณะชน เป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญ โดยจะต้องมีการเผยแพร่ภาพลักษณ์นั้นผ่านสื่อประเภทต่างๆ ด้วยจังหวะเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการยอมรับในที่สุด การกระจายภาพนั้น สื่อมวลชนเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องทำให้สื่อมวลชนยอมรับและเห็นด้วยกับภาพลักษณ์นั้นตั้งแต่ในเบื้องต้น เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการเผยแพร่ภาพลักษณ์สู่มวลชนต่อไป

นอกจากนี้ การสำรวจภาพลักษณ์อย่างสม่ำเสมอ นำผลการสำรวจมาเปรียบเทียบกับความเปลี่ยนแปลง และใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงานสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ จะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานภาพลักษณ์เป็นไปอย่างสมบูรณ์ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างแท้จริง

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

ชัยนันท์ นันทพันธ์ (2535) กล่าวว่า การที่องค์กรทราบเกี่ยวกับสิ่งที่องค์กรกระทำยังไม่เพียงพอ องค์กรควรทราบและเข้าใจถึงทัศนคติ ความต้องการของแต่ละกลุ่ม ตลอดจนการรับรู้ของกลุ่มคนที่มีต่อองค์กร ซึ่งจะมีความสำคัญมากกว่า เพราะเป็นแนวทางให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างถูกต้อง อันจะทำให้แต่ละกลุ่มมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร จึงอาจกล่าวได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น นอกจากจะกำหนดภาพลักษณ์ส่วนรวมขององค์กรแล้ว จะต้องกำหนดภาพลักษณ์ที่ต้องการในสายตาของคนแต่ละกลุ่มด้วย

การสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นบวก (Positive Image) ทำได้ดังนี้

1. ค้นหาข้อดี และข้อเสีย หรือจุดอ่อนขององค์กรที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อศึกษาวิเคราะห์และหาทางวางแผนดำเนินงานในขั้นต่อไป การค้นหาอาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติ ทำที่ และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงอาจใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์กร หรือสถาบันต้องการให้เกิดขึ้นในใจของประชาชน เช่น อาจถามตนเองว่าสถาบันคือใคร ทำอะไร จุดยืนของสถาบันคืออะไร และหน่วยงานหรือสถาบันต้องการจะให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในด้านใด หรือต้องการให้รู้สึกนึกคิดและมีท่าทีต่อหน่วยงาน หรือสถาบันของเราอย่างไรบ้าง เป็นต้น จากนั้นก็นำมาพิจารณาประกอบการวางแผนเพื่อดำเนินงานต่อไป

3. คิดแนวเรื่อง ต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้คือเนื้อหาข่าวสารที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชาชนอาจใช้คำขวัญ (slogan) หรือข้อความสั้นๆ ที่ได้ใจความกินใจ และชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งที่สำคัญ คือ หัวข้อเหล่านี้ต้องมีอิทธิพลโน้มน้าว ชักจูงใจประชาชนให้เกิดภาพพจน์ตามที่เรากำลังต้องการ

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้าช่วย ในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น

ภาพลักษณ์องค์กร

การกำหนดภาพลักษณ์ขององค์กร ที่พึงปรารถนานั้น องค์กรควรควบคุมเนื้อหาไว้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือองค์กรน่าจะมีการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นเพื่อนที่ดี ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนในฐานะผู้ขาย หรือเพื่อนร่วมดำเนินธุรกิจเดียวกัน โดยอาจเน้นภาพของความซื่อสัตย์สุจริต การให้ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมพัฒนาความเจริญรุ่งเรืองแก่ธุรกิจประเภทนั้น

2. สินค้าหรือตราสินค้า ทุกองค์กรย่อมมีธุรกิจไม่ว่าจะขายสินค้าหรือขายบริการ โดยหลายกรณีเชื่อว่า ถ้าหากต้องการจะสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สินค้าหรือบริการนั้นๆ แล้ว ก็ควรพิจารณาถึงตราสินค้าของบริษัทด้วย ตัวอย่างภาพลักษณ์ของสินค้าอาจเป็นสินค้าของแม่บ้านสมัยใหม่ สินค้าที่ให้ความสะดวกรวดเร็ว หรือในกรณีของตราสินค้า/ยี่ห้อ อาจเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่มีคุณภาพคงทน ภาพลักษณ์ของสินค้าที่ทำด้วยมือ เป็นต้น

3. ความปลอดภัย มลภาวะ และเทคโนโลยี ในส่วนนี้จะพินิจลักษณะที่จำเป็นสำหรับองค์กรทั่วไปว่า ในปัจจุบันอาจมีการเน้นแตกต่างกัน แต่ที่มักจะพูดถึงกันมากในปัจจุบัน คือ ความปลอดภัย การไม่มีมลภาวะ และควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบการทำงาน หรือใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า

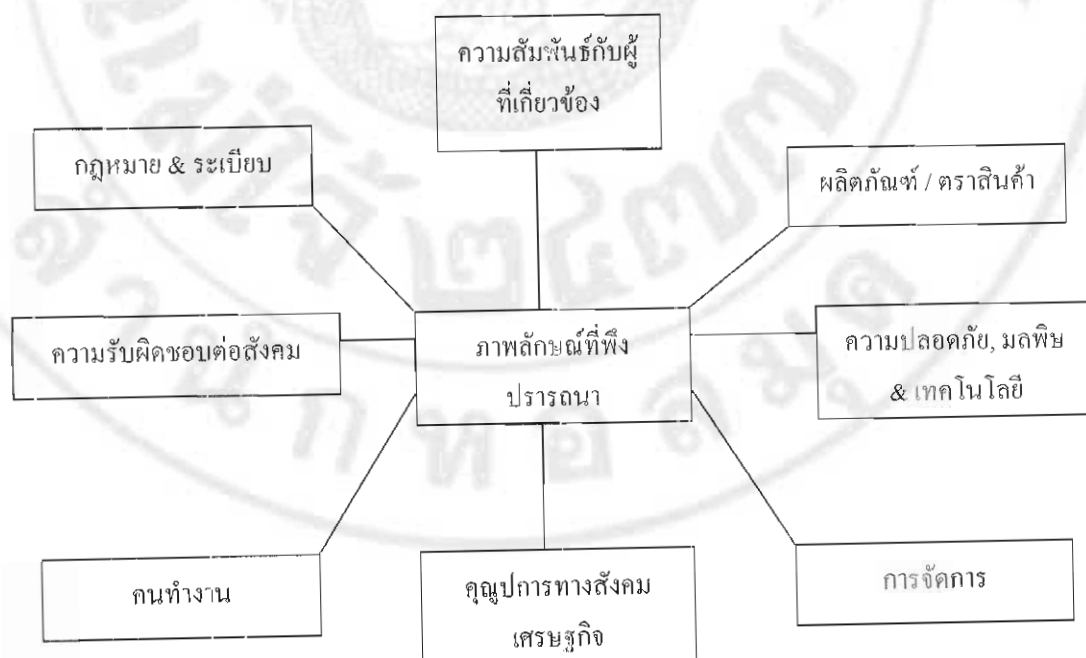
4. การมีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจและสังคม การที่องค์กรเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ก็ย่อมมีหน้าที่สร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่สังคม ส่วนภาพพจน์ที่นิยมสร้างกันมักเป็นเรื่องของการสร้างงานพัฒนาสภาพความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น การมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจประกอบกัน

5. พนักงาน ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับพนักงานค่อนข้างจะมีความสำคัญมาก เพราะองค์กรจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ถ้าไม่มีพนักงาน และก็สามารถจะเจริญเติบโตได้ถ้าปราศจากพนักงาน ส่วนภาพลักษณ์ที่สร้างมักเป็นเรื่องของค่าตอบแทนที่ยุติธรรม การมีสวัสดิการที่ดี ฯลฯ

6. ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ว่าองค์กรนี้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม นั่นคือ การมีความรับผิดชอบต่อช่วยเหลือเมื่อเกิดสาธารณภัย หรือเข้าร่วมโครงการรณรงค์ของชมรมสร้างสรรค์ไทย เช่น ตาวิเศษ หรือ รักแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นต้น

7. การจัดการ การจัดการนี้ถือว่าเป็นระบบที่จะให้องค์กรเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า และหรือทำให้องค์กรมีผลผลิตที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ดังนั้น หากองค์กรใดมีการบริหารที่มีคุณภาพแน่นอนว่าองค์กรนั้นก็ย่อมมีภาพลักษณ์ที่ดี

8. กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ องค์กรที่จะเป็นที่ยอมรับแก่สมาชิกของสังคมได้ องค์กรนั้นจะต้องมีความประพฤติในกรอบของกฎหมายหรือขนบธรรมเนียมที่ดีของสังคม ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้จึงมีความจำเป็นเช่นกัน



ภาพ 3 แสดงเนื้อหาของภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา

ในการมองภาพลักษณ์ขององค์กรแต่ละองค์กรว่าดีหรือไม่นั้น ย่อมต้องมีหลักเกณฑ์ในการมอง ซึ่งแต่ละคนอาจมีหลักในการมองภาพลักษณ์ขององค์กรที่แตกต่างกันออกไป ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร (รัตน ปัญญาคี, 2541: 28) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร คือ

1. ภาพของความรู้
2. ภาพของความดีและความสุภาพอ่อนน้อม
3. ภาพของความขยันขันแข็ง
4. ภาพของความทันสมัย
5. ภาพของประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการ
6. ภาพของความรับผิดชอบต่อลูกค้าประชาชน
7. ภาพของความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ยังกล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์อาจเป็นไปได้ทั้งทางลบได้ทั้งๆ ที่องค์กรไม่มีเจตนาที่จะเสริมสร้างขึ้นมา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

1. พฤติกรรมขององค์กรเป็นไปได้ในทางลบจริงๆ ไม่สามารถควบคุมหรือปรับปรุงให้ดีขึ้นภายในเวลาอันสมควร เช่น การบริหารงานไม่มีประสิทธิภาพ การบริการไม่สะดวกทันใจ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงาน เป็นต้น
2. พฤติกรรมขององค์กรอาจจะดี แต่ข่าวสารบางอย่างที่ออกไปบางอย่าง อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ก่อให้เกิดข่าวลือ หรือข่าวร้ายที่ไม่เป็นความจริง
3. พฤติกรรมขององค์กรดี แต่ไม่เป็นไปหรือไปไม่ถึงขนาดที่ประชาชนคาดหมาย เช่น บริการดีแล้วแต่พนักงานยังขาดอัธยาศัยไมตรี ทำให้รู้สึกที่ไม่เต็มใจบริการ เป็นต้น
4. พฤติกรรมขององค์กรดี แต่อาจมีคู่แข่งที่ไม่ปรารถนาดีคอยปล่อยข่าวหรือให้ข่าวในทางกลับกันเกลียด หรือทางลบ
5. สื่อมวลชนประสงค์จะได้ข่าวจากองค์กร แต่องค์กรไม่ให้ข่าว สื่อมวลชนอาจใช้วิธีลงข่าวเพื่อหวังที่จะให้มีการแถลงหรือแก้ข่าว

ภาพลักษณ์ขององค์กรในแต่ละองค์กรย่อมมีความแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการดำเนินการและจุดยืน (position) ขององค์กรนั้นๆ เช่น อำนาจ วีรวรรณ (2527: 7) ท่านผู้มีประสบการณ์ทำงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ที่องค์กรที่ดีพึงมีไว้ ดังนี้

1. เป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก
2. มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
3. มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ
4. ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม
5. ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายบ้านเมือง
6. มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง

ภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และเกิดจากการสร้างสรรค์ โดยกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่องค์กรอยากให้เป็น ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์นั้นจะต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงจะสามารถสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างที่ต้องการได้ การสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นด้านบวกนั้นจะต้องมีการสำรวจ ศึกษาและวางแผนอย่างรอบคอบ รัดกุม มองผลในทุกๆ ด้าน เพราะบางครั้งอาจเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่พึงประสงค์หรือเป็นไปในทางลบได้โดยที่องค์กรไม่ได้เจตนา และการตัดสินใจองค์กรใดๆ มีภาพลักษณ์ไปในทิศทางใดนั้น เกิดจากหลักการมองที่แตกต่างกันออกไป

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมาย

คำว่า ทัศนคติ หรือเจตคติตรงกับภาษาอังกฤษว่า “attitude” ซึ่งแปลว่า ความรู้สึก ความเห็น ในทางจิตวิทยาถือว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรหนึ่งที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย แต่จะต้องอาศัยการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีที่ซับซ้อน มีผู้ให้คำนิยามหรือความหมายของคำว่า ทัศนคติแตกต่างกันดังนี้

Allport (อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539) กล่าวว่าสรุปว่า ทัศนคติ เป็นสภาพความพร้อมของสมองและประสาทที่จัดไว้เป็นระเบียบ โดยอาศัยประสบการณ์เข้าช่วย ซึ่งจะมีผลหรือมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หรือประสบการณ์ต่างๆ ทั้งหมด ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น

Newcomb (อ้างใน สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, 2539) ให้ความหมายว่า ความชอบหรือไม่ชอบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่างๆ

Crutchfield (อ้างในสันติมา เกษมสันต์ ณ อุรุยา, 2539) ให้ความหมายทัศนคติเป็นผลรวมของกระบวนการที่ก่อให้เกิดภาพการรับรู้ อารมณ์ยอมรับ และเกี่ยวพันความรู้ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์บุคคล

กัญญา ศิริกุล (2540: 49-50) กล่าวว่า ทัศนคติไม่ว่าจะเป็นการแสดงถึงความรู้สึกรักที่ชอบหรือไม่ชอบก็ตามนั้นเป็นผลมาจากอิทธิพลทางร่างกายหรือจิตใจของบุคคลเหล่านั้นก็ได้ คือ สุขภาพที่ดีนั้นอาจเป็นการสนับสนุนทัศนคติที่ดี แต่ขณะที่ไม่สบายอาจสร้างทัศนคติในทางลบได้ นอกจากนี้สิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น วัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา การอ่าน และประสบการณ์ ก็เป็นตัวกำหนดทัศนคติของบุคคลด้วย

ลักษณะของทัศนคติ

ทัศนคติมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนพฤติกรรมได้ตอบ ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ หรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมแล้ว
2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา คือมีความเชื่อมั่น คงทนถาวรพอสมควรเปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติเป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรู้สึกรักนึกคิด ไม่ว่าจะเป็นในรูปของการแสดงออกโดยวาจา หรือการแสดงความรู้สึกรัก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
4. ทัศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่าไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย

องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติแบ่งได้ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความคิดหรือความเข้าใจ (cognitive component) ทัศนคติจะแสดงออกมาในลักษณะของความเชื่อว่าอะไรถูกอะไรผิด
2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (affective component) ทัศนคติจะแสดงออกมาในลักษณะของความชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรมหรือด้านปฏิบัติ (behavioral component) ทักษะจิตจะแสดงออกมาในลักษณะของการยอมรับหรือปฏิเสธ

ประเภทของทัศนคติ

การแสดงออกเกี่ยวกับทัศนคติของแต่ละบุคคลนั้น แบ่งได้เป็น 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติทางบวก เป็นการแสดงออกถึงความคิดเห็นที่ชอบซึ่งจะเป็นเหตุจูงใจให้บุคคลนั้นปฏิบัติในทางที่ดีกับบุคคลหนึ่งหรือต่อนโยบาย หรือต่อองค์กรหรือสถาบัน
2. ทัศนคติทางลบ เป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่มีความคิดเห็นที่ไม่ชอบ หรือเป็นไปในทิศทางที่ไม่น่าพอใจต่อบุคคล องค์กร หรือสถาบัน ต่อปัญหา ที่ขัดแย้งกัน ทัศนคติในทางลบนั้น โดยปกติมักจะเกิดขึ้นพร้อมกับความรู้สึกเกี่ยวกับความเข้าใจผิดหรือความไม่พอใจ
3. ทัศนคติที่เฉยเฉย บุคคลที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อปัญหาที่เกิดขึ้นอันเนื่องจากบุคคลผู้นั้นไม่มีความเห็นในเรื่องนั้นๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องศึกษาลักษณะและที่มาของทัศนคติอย่างลึกซึ้ง ได้มีการสรุปลักษณะและที่มาของทัศนคติ ไว้ดังนี้ (วิรัช ลภรัตนกุล, 2540: 197-199)

1. ทัศนคติเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึก หรืออารมณ์ ของบุคคลที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับผู้อื่นในปัญหาหรือสิ่งต่างๆ
2. ทัศนคติเป็นการแสดงออกถึงความชอบ ไม่ชอบ ซึ่งเป็นผลมาจากอิทธิพลหลายประการ ทั้งทางด้านสรีระร่างกายหรือจิตใจของบุคคลประกอบกัน
3. ทัศนคติเป็นสิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน แต่ถ้าปลุกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าที่เป็นแรงเสริมทางด้านความต้องการ อารมณ์ ความคิด หรือสภาพสรีระร่างกายแล้ว ก็จะแสดงออกทันที แรงกระตุ้นหรือสิ่งเร้านี้อาจจะช่วยปลุกกระตุ้นให้เกิดทัศนคติขึ้นในเรื่องต่างๆ
4. ทัศนคติอาจมีสาเหตุมาจากความต้องการที่จะได้รับรางวัลหรือผลตอบแทน
5. ทัศนคติช่วยตอบสนองความต้องการของคนที่ต้องการทำความเข้าใจ ความหมายของปัญหาหรือประเด็นที่ได้แย้งกันให้ชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งต้องการทำความเข้าใจเหตุการณ์ต่างๆ ของโลกที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน
7. ทัศนคติของบุคคลเมื่อถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้าให้เกิดแล้ว อาจถูกเก็บกด เอาไว้แสดงออกก็ได้ ทั้งนี้ อาจจะเป็นผลมาจากอิทธิพลภายนอกตัวเราหรืออิทธิพลภายในตัวเราเอง

จากแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ ที่นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายไว้ อาจจะสรุปได้ว่า ทัศนคติ เป็นการแสดงความรู้สึกลึกซึ้งต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด มีองค์ประกอบและลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงออกมาในเชิงพฤติกรรมหรือการปฏิบัติทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับพื้นฐานความเชื่อ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานธุรกิจขององค์กร เพราะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน สถาบันหรือองค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกลึกซึ้งต่อประชาชนเพื่อชื่อเสียง เกียรติยศ ความเชื่อถือศรัทธาต่อประชาชนที่มีหน่วยงาน สถาบันหรือองค์กร และยังสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินผลความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจขององค์กรด้วย การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรจึงสามารถส่งเสริมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในด้านอื่นๆ ด้วย

องค์ประกอบภาพลักษณ์องค์กร

องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กรตามแนวความคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2542: 96) มี ดังนี้

1. ผู้บริหาร (executive) องค์กรจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ถ้าองค์กรใดมีผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ดี มีนโยบายการบริหารดี เชื่อสัจจะไม่เอาเปรียบ องค์กรนั้นก็จะมีภาพลักษณ์ที่ดี
2. พนักงาน (employee) องค์กรที่ดีจะต้องมีบุคลากรที่มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีวิญญานของการให้บริการ
3. สินค้า (product) ต้องเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพ มีประโยชน์ตรงกับข้อความโฆษณาที่เผยแพร่ออกไป
4. การดำเนินธุรกิจ (business practice) องค์กรควรมีการกินกำไรสู่สังคมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงาน ดังนั้น องค์กรทั้งหลายจะต้องให้ความสำคัญกับการกินกำไรแก่สังคม
5. กิจกรรมสังคม (social activities) คือการดูแลเอาใจใส่สังคมร่วมกิจกรรมการกุศล หรือสร้างประโยชน์ให้กับสังคม เนื่องจากเป็นยุคที่เน้นการตลาดเพื่อสังคม

6. เครื่องมือ เครื่องใช้หรืออุปกรณ์สำนักงาน (artifacts) หน่วยงานองค์กรต้องมีสิ่งที่แสดงสัญลักษณ์ของหน่วยงานหรือองค์กร เช่น เครื่องแบบพนักงาน วัสดุสิ้นเปลือง (ปากกา ยางลบ ดินสอ ไม้บรรทัด กระดาษ ฯลฯ) ควรมีโลโก้ขององค์กรแสดงอยู่ด้วย

ผู้ที่มีหน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร

การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายภายในองค์กรซึ่งจะประกอบด้วยกลุ่มคนดังนี้ (พัชรภรณ์ เอี่ยมสุทธา, 2541: 263)

1. ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญ ให้ความสำคัญสนับสนุน และให้ความร่วมมือในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กร
2. พนักงาน ควรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร จงรักภักดีต่อองค์กร และมีความชื่นชอบในนโยบาย กิจกรรม สินค้าและบริการ โดยสามารถเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวแก่ญาติสนิท มิตรสหายอย่างกว้างขวาง
3. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่เลือกข่าวสาร กำหนดวิธีการนำเสนอและเสริมกิจกรรม

ทฤษฎีของผู้บริหารว่าด้วยเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์

ทฤษฎีของผู้บริหารว่าด้วยเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ มีดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542: 91-95)

1. ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อม
2. ผู้บริหารจะต้องทำงานอยู่ในกรอบขององค์กรเพื่อพัฒนาแนวทางแก้ปัญหาใหม่ๆ ให้กับองค์กร
3. ผู้บริหารจะต้องคิดในเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างยุทธศาสตร์เชิงบวกตลอดเวลา
4. ผู้บริหารต้องพร้อมที่จะวัดผลการทำงานในด้านการประชาสัมพันธ์
5. การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้นผู้บริหารต้องเข้าใจว่าเขามีหน้าที่สร้างอิทธิพลต่อความคิดของสาธารณะชน การที่จะมีอิทธิพลต่อสาธารณะชน องค์กรควรปฏิบัติ ดังนี้
 - 5.1 ยิ่งสาธารณะชนรู้จักองค์กรมากเท่าใด เขาจะยิ่งชื่นชอบองค์กรมากขึ้นเท่านั้น
 - 5.2 การปรับปรุงองค์กรให้เป็นที่พอใจของสาธารณะชนง่ายกว่าการปรับสาธารณะชนให้ยอมรับองค์กร
 - 5.3 การพูดภาษาของการกระทำ คือการแสดงให้เห็นว่าเราเป็นเช่นไรด้วยการกระทำ แทนที่จะเอาแต่พูดหรือให้คำมั่นสัญญา เพราะการพูดแล้วไม่ทำตามก็คงจะทำลายความน่าเชื่อถือ

ขององค์กรแล้วกลายเป็นความเสียหายระยะยาว องค์กรใดๆ ก็ตามต้องปฏิบัติตนให้สาธารณชนเห็นว่ามีความห่วงใยใส่ใจ และประพฤติดีกับสาธารณชน

5.4 ผู้ที่ทำงานประชาสัมพันธ์ห้ามเบี่ยงเบนการหาดี ถ้าหากองค์กรทำดีตลอดแล้ววันใดวันหนึ่งเกิดเบี่ยงเบนไม่อยากทำขึ้นมาคงจะไม่ได้ ผู้คนสงสัยว่าเกิดอะไรขึ้น สงสัยในความคิดที่ทำมาตลอด และอาจจะทำให้เสียภาพพจน์ เงินที่ลงทุนไปก็จะสูญเปล่า ดังนั้นสิ่งใดที่องค์กรทำแล้วเป็นประโยชน์ คนที่ชื่นชมก็ควรทำต่อไป เป็นการรักษาลักษณะของความคิดไว้ให้ยาวนาน

5.5 ความจริงนั้นขจัดพายุได้ แต่การโกหกหลอกลวงนั้นทำให้เกิดพายุใหญ่ นั่นคือ ไม่ควรโกหกสื่อมวลชนหรือสาธารณชน

5.6 องค์กรต้องทำประชาสัมพันธ์กับตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายขององค์กรจริงๆ กล่าวคือ ถ้าทำประชาสัมพันธ์แล้วไม่ได้ช่วยธุรกิจในแง่ใดแง่หนึ่งก็ไม่ควรจะทำ

5.7 ต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไม่ใช่ความต้องการขององค์กร

5.8 คนมีความสนใจในคนด้วยกันมากที่สุด ในการทำประชาสัมพันธ์โดยการใช้คนเป็นผู้นำเสนอ (presenter) เป็นโฆษก (spokesman) มักจะได้ผลมากกว่าการทำประชาสัมพันธ์ที่เป็นเพียงเรื่องเล่าที่ไร้ผู้นำเสนอ

5.9 สิ่งที่เป็นขอนไม้อาจกลายเป็นจระเข้ หมายความว่า ในบางสิ่งบางอย่างที่นักประชาสัมพันธ์ทำลงไปแล้วเกิดปัญหา เห็นว่าไม่เป็นไร เป็นเรื่องเล็กน้อยไม่ต้องใส่ใจมองข้ามได้ (เปรียบเหมือนขอนไม้ที่ตายแล้ว) แต่ถ้าเรื่องดังกล่าวมีคนอื่นมองเห็นเป็นเรื่องสำคัญ เรื่องนั้นก็จะกลายเป็นเรื่องราวยิ่งใหญ่โตขึ้นมา จนกลายเป็นปัญหาทำให้ภาพลักษณ์เสียหายได้

การวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์

การวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ หมายถึง ความพยายามของหน่วยงานในการจูงใจให้สาธารณชนมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร การมองเห็นองค์กรมีคุณค่า มีความเชื่อถือ น่าศรัทธา ควรแก่การติดต่อคบหาด้วยความสนิทใจ ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ให้สาธารณชนสนับสนุนองค์กรให้ดำเนินงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (พัชรภรณ์ เอี่ยมสุธา, 2541: 262)

นักวางแผน ควรกำหนดขั้นตอนในการวางแผนสร้างภาพลักษณ์ให้ชัดเจน (วิจิตร อวากุล, 2541: 190-191)

1. จำแนก วิเคราะห์ โครงสร้างของสถาบัน เพื่อป้องกันภาพลักษณ์เชิงลบและเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก
2. กำหนดเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ให้เหมาะสมกับสภาพและกลุ่มเป้าหมาย
3. กำหนดวิธีการและสื่อ ตลอดจนกิจกรรมที่จะดำเนินการ

4. ใช้การโฆษณาสถาบัน ตลอดจนระบบการประชาสัมพันธ์เข้าเสริม
5. ใช้อุปกรณ์ ตลอดจนประสานสื่อสารมวลชนอย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ
6. ทำการสำรวจ ประเมินค่าที่ความรู้สึก ทศนคติของประชาชนเพื่อการดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

การประเมินภาพลักษณ์องค์กร

พัชรารักษ์ เอี่ยมสุทธา (2541: 263) ได้สรุปในการสัมมนาหัวข้อ “Image Marketing” ว่า นักประชาสัมพันธ์สามารถตรวจสอบหรือประเมินผลภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้การประเมินผลภาพลักษณ์สามารถกระทำได้ 4 ลักษณะ ดังนี้

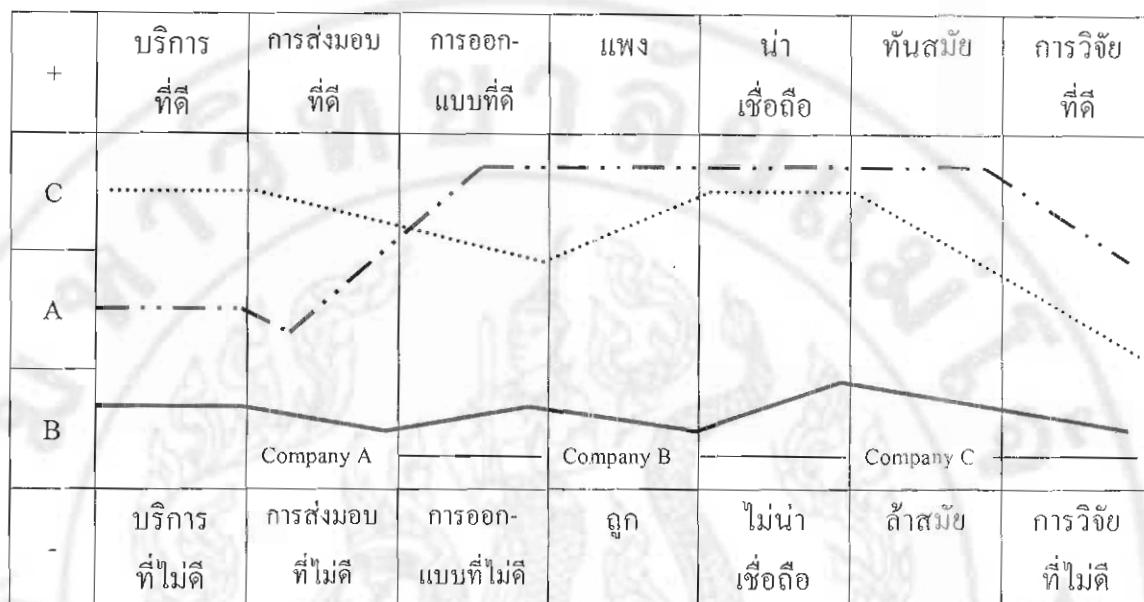
1. Public Relations Audit หมายถึง การตรวจสอบผลของการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจภาพลักษณ์ขององค์กรตรงกับที่องค์กรสื่อออกไปหรือไม่
2. Communication Audit หมายถึง การตรวจสอบการสื่อสารที่กลุ่มเป้าหมายได้รับจากสื่อ ทั้งสื่อที่ผลิตเอง (Controlled Media) หรือสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพเพียงใด ต้องปรับปรุงหรือไม่
3. Social Audit หมายถึง การตรวจสอบรับใช้สังคม ทุกหน่วยงานในองค์กรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพียงใด องค์กรปฏิบัติได้ดีเพียงพอมหรือไม่
4. Environmental Monitoring Audit หมายถึง การตรวจสอบสิ่งแวดล้อมขององค์กร การติดตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ เพื่อหาโอกาสที่จะจัดกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรในสถานการณ์นั้นๆ

โดยทั่วไปแล้ว การประเมินภาพลักษณ์จะนิยมโดยการเปรียบเทียบ จากตัวอย่างในภาพ 4 แสดงการเปรียบเทียบของ 3 บริษัท ซึ่งแสดงว่า บริษัท B นั้น ภาพลักษณ์ไม่ดีเลย เมื่อเทียบกับบริษัท A และ C บริษัท A นั้น ก็มีปัญหาด้านการให้บริการและการส่งของ นอกนั้นถือว่ามีภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด เมื่อมองจากบริการที่ให้แก่ลูกค้า การจัดส่งสินค้า การออกแบบหีบห่อ ราคา ความเชื่อถือได้ ความทันสมัยและการค้นคว้าวิจัย เป็นต้น (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2537 : 17-19)

ในส่วนของข้อมูลที่จะนำมาใช้เพื่อบอกภาพลักษณ์ของหน่วยงาน สามารถจำแนกได้เป็น 2 อย่าง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือข้อมูลที่จัดหามาเพื่อประโยชน์ของการประเมินโดยตรง ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่เป็นเอกสารต่างๆ ที่ผู้ทำไม่มีจุดมุ่งหมายที่จะนำมาใช้ประเมินเราโดยตรง ข้อมูลเหล่านี้ ได้แก่ ข่าวจากหนังสือพิมพ์ รายงานของฝ่ายการตลาด จดหมายวิพากษ์วิจารณ์ บัตรสนเท่ห์ เป็นต้น



ภาพ 4 แสดงตัวอย่างการประเมินภาพลักษณ์ โดยการเปรียบเทียบของ 3 บริษัท

ที่มา: พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2537: 17-19)

การประเมินภาพลักษณ์ โดยปกตินิยมใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งอาศัยการเก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม หรือการสัมภาษณ์ แต่การใช้ข้อมูลทั้งสองประเภทเข้าด้วยกัน ถูกต้อง สดคล้อง หรือขัดแย้งกันของผลการประเมินจากข้อมูลทั้งสอง ถ้ามีความสอดคล้องไม่ว่าจะในทางบวกหรือทางลบจะเป็นการยืนยันความเชื่อถือได้ ทำให้รัดกุม ก็จะสรุปและนำผลการประเมินไปประยุกต์ใช้ต่อไป

สำหรับกลุ่มเป้าหมายของการประเมินถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของการประเมิน โดยปกติการประชาสัมพันธ์มักจะแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. กลุ่มประชาชนในสถาบัน หมายถึง บุคคลที่ทำงานในสังกัดหน่วยงานนั้น
2. กลุ่มประชาชนภายนอก หมายถึง บุคคลที่อยู่ภายนอกหน่วยงานนั้น ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยตรง เป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องโดยตรงในหน่วยงานนั้น แต่สามารถให้ทุนหรือโทษ แก่หน่วยงานได้ ได้แก่ ผู้ถือหุ้นบริษัท ลูกค้า นักการเมือง ข้าราชการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2.2 กลุ่มประชาชนท้องถิ่น หมายถึง กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นเดียวกับหน่วยงานนั้นตั้งอยู่

2.3 กลุ่มประชาชนทั่วไป หมายถึง กลุ่มประชาชนที่นอกเหนือจากข้อ 2.1 และ 2.2 แต่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมีอิทธิพลในแง่ความนิยม ความเป็นมิตร ความเข้าใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของหน่วยงานนั้น

การประเมินภาพลักษณ์นั้น ลำดับแรกจะต้องรู้จัก เข้าใจกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ให้ชัดเจน และต้องนำมาพิจารณากับสถานภาพของหน่วยงาน แล้วจะต้องสามารถจำแนกตามลำดับของความสำคัญ หรือการมีอิทธิพลของกลุ่มเป้าหมายให้แน่ชัด ทั้งนี้เพราะหลักของการประเมินภาพลักษณ์ในแต่ละครั้งนั้น เป็นการทำงานที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และเพื่อให้งบประมาณ เวลา และกำลังคนให้มีประสิทธิภาพที่สุด

แนวคิดสื่อเฉพาะกิจ

สมควร กวียะ (อ้างใน สุริดา ชินอม, 2545: 25) ได้ให้คำจำกัดความของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า สื่อเฉพาะกิจ คือ สื่อที่สร้างขึ้นหรือซื้อหรือเช่า โดยองค์กรใดองค์กรหนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นๆ เฉพาะ สื่อเฉพาะกิจนี้จัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อบุคคล แต่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อประโยชน์เป็นเรื่องราวๆ ไป ฉะนั้น สื่อเฉพาะกิจนี้โดยทั่วไปมีกลุ่มประชากรที่มีกลุ่มเป้าหมายแน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่ประชาชนกลุ่มนั้นๆ การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ สื่อเฉพาะกิจจึงเป็นสื่อที่ถูกนำมาเพื่อใช้ในการเฉพาะกิจ

คุณสมบัติของสื่อเฉพาะกิจมีดังต่อไปนี้

1. สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ ผู้อ่านสามารถอ่านสื่อเฉพาะกิจได้ทุกเวลาและทุกสถานที่ ที่สื่อติดไว้
2. สื่อเฉพาะกิจสามารถบรรจุรายละเอียดของข่าวสารได้ตามที่ผู้ส่งข่าวสารกำหนด นอกจากนี้ยังสามารถสอดใส่ความน่าสนใจ เช่น สี ภาพประกอบได้
3. สื่อเฉพาะกิจมีความคงทนถาวร สามารถเก็บไว้ค้นคว้าและเผยแพร่ต่อไปยังผู้อื่นได้

การผลิตสื่อเฉพาะกิจที่มีคุณภาพควรมีลักษณะดังนี้

1. ใช้ประโยชน์สั้น กระชับ
2. การใช้คำสั้นๆ ดีกว่าคำยาวๆ
3. การใช้ภาษาธรรมดาที่คุ้นเคยอยู่แล้วดีกว่าใช้ภาษาที่ไม่คุ้นเคย
4. ความสำคัญแบบปฏุน เช่น การกล่าวถึงคนรู้จัก ความเป็นกันเอง จะทวีความน่าอ่านมากยิ่งขึ้น

ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

อดัมส์ (อ้างใน สุริดา ชีโนดม, 2545) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจว่า สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (target audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (direct mail) นอกจากนี้ การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่างๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลก และทันสมัยในสังคมนั้นๆ

แนวคิดหลักการแบ่งส่วนตลาด

หลักการแบ่งส่วนตลาด (market segmentation) (กฤษณ์ รื่นรมย์, 2547) กระบวนการในการแบ่งกลุ่มลูกค้า โดยยึดหลักความคล้ายคลึงกันอย่างมีนัยสำคัญและสามารถจำแนกลักษณะต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อจัดกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะหรือรสนิยมคล้ายๆกัน ให้เป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อที่องค์กรจะสามารถตอบสนองความต้องการและเสนอ โปรแกรมการตลาดที่เหมือนกันได้ ซึ่งในการแบ่งส่วนตลาดนั้นองค์กรต้องวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคในตลาดว่ามีรูปแบบอย่างไร ความต้องการของผู้บริโภคบางกลุ่มอาจมีลักษณะเหมือนกัน องค์กรสามารถใช้เกณฑ์ในการแบ่งตลาดรวม เพื่อให้เป็นส่วนตลาดย่อยที่เล็กลงโดยใช้ตัวแปร 4 ประการคือ

1. การแบ่งด้วยตัวแปรทางภูมิศาสตร์ เช่น ภาคเหนือ ภาคใต้ เขตเมือง เขตชนบท เมือง หรือชนบท เป็นต้น
2. การแบ่งด้วยตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ยึดตามลักษณะและรายละเอียดด้านประชากร อันได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา ฯลฯ ซึ่งเกณฑ์นี้ถือ

เป็นเกณฑ์ที่นิยมในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค หรือกลุ่มลูกค้า ซึ่งนักการตลาดต่างยอมรับว่ากลุ่มเด็กและวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในครัวเรือนจึงเป็นกลุ่มที่น่าสนใจในการศึกษาพฤติกรรม เนื่องจากมีการใช้เงินและเวลากับรายการโทรทัศน์ หนังสือการ์ตูน เพลง เสื้อผ้า การเดินทางและการความบันเทิงตลอดจนของใช้ส่วนบุคคล รวมทั้งสื่อออนไลน์ต่างๆ ที่สามารถใช้การได้อย่างคล่องแคล่วเพื่อการติดต่อสื่อสารและเล่นเกมต่าง ๆ โดยธุรกิจหลาย ๆ ค่ายได้พัฒนาเครือข่ายเพื่อสนองตอบคนกลุ่มนี้ การเข้าถึงสื่อที่ต่างกันของกลุ่มเป้าหมาย

3. การแบ่งด้วยตัวแปรด้านจิตวิทยา ซึ่งจะยึดใน บุคลิกภาพคือการสะท้อนถึงลักษณะ ทัศนคติ และนิสัยใจคอของบุคคล, แรงูงใจ เช่นแรงูงใจเชิงอารมณ์ ด้านสถานภาพ รูปแบบการดำรงชีวิตหรือวิถีชีวิต (life style) คือการแบ่งตามความสนใจ กิจกรรมและทัศนคติหรือความคิดเห็น รวมทั้งองค์ประกอบแวดล้อมที่อยู่รอบตัว ภายใต้กรอบของเวลาและอำนาจการใช้จ่ายของผู้บริโภค

4. การแบ่งด้วยตัวแปรพฤติกรรม โดยยึดเกณฑ์จากระดับความรู้และความเข้าใจ รวมทั้งทัศนคติที่มีต่อสินค้า ระดับความภักดีในตราหือ พฤติกรรมการซื้อและการใช้ อัตราการซื้อและความถี่ในการซื้อ ตลอดจนคุณประโยชน์ที่ต้องการเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ

แนวคิดการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร

ดังแนวคิดของ ชแรมม์ (อ้างใน สุริดา ชีโนคม, 2545: 21) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่างๆ ของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร ดังต่อไปนี้

1. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารมีประโยชน์ที่แตกต่างกัน จึงก่อให้เกิดพัฒนาการ ปรับปรุงอุปนิสัย และรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

2. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์เป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน

4. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคนมีมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล

5. บุคลิกภาพ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

6. การศึกษาและสภาพสังคม เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลนั้น ทั้งการเลือกรับสื่อ และการเลือกเนื้อหาของข่าวสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับสาร

8. ทักษะ ทักษะเป็นตัวแปรที่กำหนดการรับ และการตอบสนองต่อข่าวสาร หรือสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ ทักษะของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทักษะเปลี่ยนแปลงไป การรับข่าวสารและการตอบสนองต่อข่าวสารก็จะแตกต่างกันไปด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วันที่ 11 กันยายน 2512 จังหวัดเชียงราย ได้เสนอเรื่องขอตั้งโรงเรียนฝึกหัดครูประกาศนียบัตร วิชาการศึกษาต่ออธิการบดี กรมการฝึกหัดครูโดยเสนอให้ใช้ที่ดินบริเวณอ่างเก็บน้ำหนองบัว ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายเป็นสถานที่ในการจัดตั้งโรงเรียนฝึกหัดครู

วันที่ 30 มิถุนายน 2515 นายสาโรช บัวศรี อธิการบดีกรมการฝึกหัดครูขณะนั้นได้มีหนังสือแจ้งผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย ว่ากรมการฝึกหัดครูว่าเห็นสมควรให้ตั้งสถานฝึกหัดครูตามเสนอและรอกการ อนุมัติงบประมาณประจำปี 2516 เพื่อดำเนินงานก่อสร้างต่อไป

วันที่ 29 กันยายน 2516 ได้มีการสถาปนามหาวิทยาลัยครูเชียงรายขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี ได้แต่งตั้งให้นายบัณฑิต วงษ์แก้ว จากวิทยาลัยครูมหาสารคามมาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการเป็นคนแรกได้ พร้อมเปิดอบรมเพื่อการศึกษาสำหรับชุมชน ระหว่างปิดภาคเรียนฤดูร้อน (อ.ศ.ร) ให้แก่ข้าราชการครูในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียงประมาณ 1,500 คนเป็นครั้งแรก

วันที่ 2 มีนาคม 2520 ได้มีพระราชกฤษฎีกาประกาศยกฐานะวิทยาลัยครูเชียงรายเป็นสถาบันการศึกษาและวิจัย สามารถเปิดสอน ได้ถึงระดับปริญญาตรีและทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯให้ นายวิเชียร เมนะเสวต ดำรงตำแหน่งอธิการบดีเป็นคนแรก

ในปี พ.ศ. 2528 ได้มีประกาศกระทรวงศึกษาธิการ แบ่งส่วนราชการในวิทยาลัยครูเชียงรายเพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจ ของวิทยาลัยครูตามพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. 2518 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2527 โดยแบ่งส่วนราชการเป็น 10 หน่วย ได้แก่

1. สำนักงานอธิการ
2. คณะวิชาครุศาสตร์
3. คณะวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
4. คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
5. คณะวิชาวิทยาการจัดการ
6. สำนักงานวางแผนและพัฒนา
7. สำนักงานส่งเสริมวิชาการ
8. สำนักงานกิจการนักศึกษา
9. ศูนย์วิจัยและบริการการศึกษา
10. ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม

ต่อมาสภาการฝึกหัดครูได้ออกข้อบังคับสภาการฝึกหัดครู พ.ศ. 2528 ว่าด้วยให้วิทยาลัยครูรวมกัน เป็นกลุ่มเรียกว่า สหวิทยาลัยและกำหนดให้วิทยาลัยครูเชียงราย รวมกันอยู่ในกลุ่มสหวิทยาลัยล้านนา ซึ่งประกอบไปด้วย วิทยาลัยครูเชียงใหม่ วิทยาลัยครูเชียงราย วิทยาลัยครูลำปางและวิทยาลัยครูอุตรดิตถ์

วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2535 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อ “สถาบันราชภัฏ” แทนวิทยาลัยครูเดิม พร้อมทั้งพระราชทานพระราชลัญจกรประจำพระองค์ เนตราลัญจกษัตริย์ของสถาบัน เพื่อให้สอดคล้อง กับความหลากหลายในการผลิตบัณฑิตของสถาบันและสามารถเปิดสอนได้สูงกว่าปริญญาตรี โดยให้สถาบันราชภัฏเชียงราย เป็นส่วนราชการในสำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ ตั้งกฏกระทรวงศึกษาธิการตามพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ และให้สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏเป็นนิติบุคคลมีฐานะเทียบเท่ากรมในกระทรวงศึกษาธิการมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2538 และทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ ดำรงตำแหน่งอธิการบดีคนแรกของสถาบันราชภัฏเชียงรายตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2538

วันที่ 9 มิถุนายน 2542 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานพ ภาณุวิไลธรรม ดำรงตำแหน่งอธิการบดีสถาบันราชภัฏเชียงราย โดยในปีการศึกษา 2542 สถาบันราชภัฏเชียงรายได้เปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพครู และระดับบัณฑิตศึกษา สาขาบริหารการศึกษา โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2542 ถือเป็นระยะของการเร่งรัดการปฏิรูประบบบริหารจัดการ การปฏิรูปทางวิชาการ การปฏิรูประบบการบริหารงานบุคคล การปฏิรูปการประกันคุณภาพการศึกษาและบริการ และการปฏิรูประบบงบประมาณตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นมหาวิทยาลัยที่มีความเป็นเลิศทางการเรียน

การสอน และเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่มในท้องถิ่น สัมกับความเป็นมหาวิทยาลัยของประชาชน

ปรัชญามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

คือ สถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น สถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ ศิลปะวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน

ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย นอกจากจะมีหน้าที่ผลิตบัณฑิตออกไปรับใช้สังคมแล้วยังทำหน้าที่ชี้แนะ และเตือนสติสังคม ในขณะเดียวกันก็ยังให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัด และนโยบายของรัฐบาลด้วย ทั้งนี้ได้กำหนดเป้าหมายหรือเจมมุ่งสู่การเป็นมหาวิทยาลัยของประชาชนไว้ 5 ประการ คือ

1. มหาวิทยาลัยประชาชนที่แท้จริง : มุ่งที่จะเป็นมหาวิทยาลัยในหัวใจของประชาชน โดยจัดหลักสูตรการศึกษาที่หลากหลาย เพื่อประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก
2. มหาวิทยาลัยแห่งโอกาสทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษา : ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติ และเผ่าพันธุ์ มี “โอกาส” เข้ารับการศึกษาและการพัฒนาตนเองตามความต้องการ
3. มหาวิทยาลัยที่สวองามและรักธรรมชาติ : มุ่งที่จะเป็นมหาวิทยาลัยที่น่าอยู่ ด้วยการจัดสภาพแวดล้อมที่สวยงาม สะอาด ภายใต้งานคิดแห่งการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมในท้องถิ่น
4. มหาวิทยาลัยแห่งการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา : เพื่อค้นหาสิ่งใหม่ ๆ ให้เหมาะสมกับยุคสมัยของสังคม ด้วยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย
5. มหาวิทยาลัยที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น : ทั้งองค์ความรู้ ภาษา วัฒนธรรมและชาติพันธุ์ศึกษาในเขตอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

วิสัยทัศน์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่มุ่งให้โอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชนผลิตและพัฒนาคนที่พร้อมด้วยความรู้ คุณธรรมและจริยธรรม เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ของประชาชนในท้องถิ่น และเป็นผู้ดำเนินการจัดการศึกษาและวิจัยในเขตประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

พันธกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

1. ผลิตบัณฑิตที่พร้อมด้วยความรู้ คุณธรรมและจริยธรรม
2. วิจัยและพัฒนาเพื่อแสวงหาองค์ความรู้ใหม่
3. ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม
4. ทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. เสริมสร้างความเข้มแข็งทางวิชาชีพครู
6. ศึกษา วิจัย ส่งเสริมและสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจึงมีการพัฒนาให้ได้ ชื่อว่าเป็น มหาวิทยาลัยในหัวใจของประชาชน โดยมีประโยค ที่ว่า เราไม่หวังที่จะเป็นมหาวิทยาลัย อันดับหนึ่งของโลก เราไม่หวังที่จะเป็นมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งของภูมิภาค เราไม่หวังที่จะเป็นมหาวิทยาลัย อันดับหนึ่งของไทย มีประโยชน์อะไรกับการเป็นอันดับหนึ่งขณะที่ประชาชนยังไม่ได้รับ โอกาสที่เพียงพอกับการศึกษา ระดับอุดมศึกษาและการจัดการศึกษาที่มั่นใจในคุณภาพหากเลือกได้ เราขอเลือกเป็น "มหาวิทยาลัยในหัวใจของประชาชน" เราให้โอกาสกับผู้ด้อยโอกาส เพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีการผลิตสื่อ เอกสารประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อต่างๆ โดยฝ่ายมวลชนสัมพันธ์ ดังนี้

Website: (www.cru.in.th) ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย เผยแพร่ทั่วโลก พร้อมทั้งมีกันบ้านอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถอ่านวารสารกันบ้าน (กันบ้านรายวัน) ย้อนหลังได้

โทรทัศน์: การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายนั้น จะทำการประชาสัมพันธ์ตามโอกาสสำคัญต่างๆ เป็นครั้งคราว

วิทยุ: ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (FM 104.25 MHz) เพื่อดำเนินรายการวิทยุพร้อมจัดรายการ เพลง-ข่าว-สัมภาษณ์บุคคลสำคัญที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษา และระดับท้องถิ่น และทั้โลกผ่านระบบอินเทอร์เน็ต อีกทั้งเป็นแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพในด้านการจัดการรายการวิทยุให้กับนักศึกษา และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข่าวแจกของมหาวิทยาลัย ตามกิจกรรมแต่ละเดือน แก่สื่อวิทยุระดับท้องถิ่นและส่วนกลางอย่างต่อเนื่องสัปดาห์ละ 2 ครั้ง หรือตามโอกาสต่างๆ (สถานีวิทยุท้องถิ่นจำนวน 9 สถานี)

หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง: เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม ข่าวแจกของมหาวิทยาลัยทางสิ่งพิมพ์ส่วนกลางอย่างต่อเนื่องสัปดาห์ละ 2 ครั้ง หรือ ตามโอกาสต่างๆ

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น: เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม ข่าวแจกของมหาวิทยาลัยทางสิ่งพิมพ์ส่วนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องสัปดาห์ละ 2 ครั้ง หรือ ตามโอกาสต่างๆ (หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จำนวน 10 ฉบับ)

หนังสือพิมพ์ก้านบัว: (ก้านบัวโพสต์) ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือกับองค์กรภายใน และนักศึกษา ทั้งภาคปกติ และกศ.ปช. ทุกวิทยาเขตในจังหวัดเชียงราย พะเยา และเชียงใหม่ ทั้งในระดับท้องถิ่น (อบต.เขต) 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน โรงเรียนสังกัดกรมสามัญเขตภาคเหนือ และสถานศึกษาระดับ ปวช.-ปวส. และมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของคณะ สำนัก และศูนย์ ต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เผยแพร่ทั่วประเทศผ่านทางศูนย์ประสานงาน และในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จัดทำ 7,000 ฉบับ ต่อเดือน

วารสารก้านบัว: (ก้านบัวรายวัน) ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือมหาวิทยาลัยผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะ สำนักและศูนย์ต่างๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เผยแพร่ภายในมหาวิทยาลัย และสถาบัน องค์กร อื่นๆ และผู้ทรงคุณวุฒิ จัดทำ 1,000 ฉบับ ต่อวัน

ข่าวแจก : เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม ของมหาวิทยาลัยไปยังสื่อวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งในระดับท้องถิ่นและส่วนกลาง อย่างต่อเนื่องสัปดาห์ และ 2 ครั้ง หรือตามโอกาสต่างๆ

ป้ายคำเ้าท์ (ป้ายกลางแจ้ง): เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของมหาวิทยาลัย เผยแพร่ทั่วจังหวัดเชียงราย และจังหวัดใกล้เคียง ประชาสัมพันธ์ตามสถานที่สำคัญ และจุดที่ง่ายต่อการพบเห็น เช่น ตามแยกสัญญาณจราจรต่างๆ ดิถฉนวนทางเข้า-ออกสนามบินเชียงราย เป็นต้น

โปสเตอร์ : เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของมหาวิทยาลัย เผยแพร่ทั่วจังหวัดเชียงราย

แผ่นพับ ใบปลิว : เพื่อการประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ จัดทำเอกสาร แผ่นพับทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาของประเทศเพื่อนบ้าน (จัดทำทั้ง 2 สี และ 4 สี) ประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะ สำนักและศูนย์ต่างๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เผยแพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น จีน พม่า ญี่ปุ่น

ศูนย์ข้อมูลมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย: (CRU Friend) ในไนท์บาซ่า จ.เชียงราย เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และเพิ่มพูนความดีในการรับข่าวสารของมหาวิทยาลัย ประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะ สำนักและศูนย์ต่างๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายแก่ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยว มีสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยประเภทต่างๆ เช่น โปสเตอร์ โปสการ์ด ก้านบัวโพสต์ วารสารก้านบัว ฯลฯ แจกแก่ผู้สนใจ

การประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัย ไปตามโรงเรียน: เป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย สำหรับกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมปลาย โดยเฉพาะในด้านการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย เพื่อกระตุ้นความสนใจของกลุ่มนักเรียนที่กำลังจะศึกษาต่อ ซึ่งจัดประชาสัมพันธ์ทุกปี เวียนไปตามโรงเรียนต่างๆ ในจังหวัดเชียงราย

โปสเตอร์ : เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และเพิ่มพูนความรู้ในการรับข่าวสารของมหาวิทยาลัย เผยแพร่ในท้องถิ่นและทั่วประเทศ

ปฏิทินพกพา : เผยแพร่ในท้องถิ่นและทั่วประเทศ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และเพิ่มพูนความรู้ในการรับข่าวสารของมหาวิทยาลัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิชาติ พุกสวัสดิ์ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นในด้านต่างๆ ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ภาพลักษณ์เด่นที่สุดของมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น คือ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ความทันสมัยแบบคนรุ่นใหม่ การรณรงค์ป้องกันยาเสพติด ความเหมาะสมในเรื่องทำเลที่ตั้งตลอดจนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

พรพิชชา ภัทรการ (2545) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐและการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโรงพยาบาล รัฐในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ ตลอดจนการรับรู้ภาพลักษณ์ โรงพยาบาลรัฐของผู้ใช้บริการจาก โรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะภาพที่รับรู้คือ เป็นโรงพยาบาลที่มี ประสิทธิภาพการรักษาพยาบาล การรับรู้ภาพลักษณ์บุคลากรในโรงพยาบาลรัฐส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแพทย์อยู่ในด้านบวกมากที่สุด พยาบาลอยู่ในด้านบวกมากที่สุด สำหรับภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ อยู่ในด้านบวก มากที่สุด

อดิษฐ์ นิมิตสถาพร (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชน เขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับ ข่าวสารของประชาชน และช่องทางการสื่อสารที่นำความรู้เกี่ยวกับศาลปกครองไปสู่ประชาชน เพื่อศึกษาถึงความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับศาลปกครอง เพื่อศึกษาทัศนคติของ ประชาชนที่มีต่อศาลปกครอง เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชน เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ที่มีต่อศาลปกครอง และ เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายภาพลักษณ์ต่อศาลปกครองมากที่สุด พบว่า ความรู้เกี่ยวกับศาลปกครองมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ศาลปกครองในสายตา ประชาชน ทัศนคติของประชาชนต่อศาลปกครองมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ศาลปกครอง ในสายตาประชาชน และทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับศาลปกครองเป็นตัวแปรอิสระที่มีประสิทธิภาพ ในการอธิบายภาพลักษณ์ศาลปกครองในสายตาประชาชนได้มากที่สุด

ภูริดา สีตามา (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ สำนวณความคิดเห็นของลูกค้าย เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติในสายตาของ ลูกค้าเขตกรุงเทพมหานคร สำนวณการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและบริหารจัดการภายหลัง ร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของ ลูกค้าเกี่ยวกับการดำเนินงานและการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับ ธนาคารต่างชาติ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของลูกค้า เกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติกับภาพลักษณ์ของธนาคาร และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับ ธนาคารต่างชาติของแต่ละธนาคารในสายตาของลูกค้า ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติในสายตา ลูกค้าของแต่ละธนาคารมีความแตกต่างกัน โดยมีความ สัมพันธ์กับการใช้บริการธนาคารของลูกค้า และการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคาร

ตรึงตรา ทรัพย์ส่งแสง (2541) ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความรู้ ความเข้าใจของประชาชน กลุ่ม ตัวอย่างเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงทัศนะที่มีต่อภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า กรมประชาสัมพันธ์ มีภาพ ลักษณ์ด้านต่างๆ

ทั้งในด้านงานบริการ การนำเสนอ บุคลากรหรือผู้บริหาร ออกมาในทาง ที่ดี ที่เป็นที่ยอมรับ โดยทั่วไป ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความรู้ ความ เข้าใจ และมีทักษะต่อภาพลักษณ์ของกรม ประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นด้านเพศและอายุ ควรทำการประชาสัมพันธ์ภายในและทำการ วิจัยทักษะของพนักงานที่มีต่อกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นประ โยชน์ในการวางแผนดำเนินงานการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ต่อไป

จรัส กลิ่นหนู (2548) เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่พบว่าหน่วยงานภาครัฐบาล หน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตของมหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงรายในระดับปานกลาง ทั้งในด้านความรู้ความสามารถและทักษะวิชาชีพ ด้านความรู้ ความสามารถพิเศษ ด้านบุคลิกภาพ และด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจใน ด้านคุณธรรมจริยธรรมมากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนในด้านความรู้ความสามารถพิเศษ ผู้ใช้บัณฑิตมีความ พึงพอใจน้อยที่สุด

ภาคสรุป

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ดังที่ได้อธิบายไว้แล้วในบทที่ 2 นี้ สามารถสรุปได้ว่า การวิจัยครั้งนี้ได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎีพื้นฐานที่สำคัญ คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ เป็นภาพที่เกิดขึ้น โดยมีพื้นฐานมาจากข้อเท็จจริงที่ได้รับ ไม่ว่าจะได้รับโดยตรงหรือโดยอ้อม เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร ในการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการบริหารงานในหน่วยงานให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วไป ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างเพื่อให้องค์กรเกิดภาพลักษณ์ที่ดี เป็นไปในทางบวกในสายตาของประชาชน จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยศึกษาเพื่อให้ทราบถึงที่มา องค์ประกอบ ลักษณะ และประเภทของภาพลักษณ์ เพื่อให้เข้าใจในกระบวนการเกิดและการสร้างภาพลักษณ์ เพื่อนำไปสู่การศึกษาถึงการเกิดภาพลักษณ์ต่อองค์กร หรือมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายของกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1

2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ เป็นการศึกษาถึงลักษณะ องค์ประกอบ ประเภท และปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดทัศนคติ ซึ่งทัศนคติเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ จากแนวคิดนี้จะนำไปสู่การศึกษาถึงพื้นฐานเดิมที่มีอยู่ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ถึงทัศนคติที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ว่าเกิดภาพลักษณ์ในแง่ใด

3. แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์เป็นการศึกษาองค์ประกอบของภาพลักษณ์ ปัจจัยในการสร้างภาพลักษณ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ และการประเมินภาพลักษณ์ ขององค์กร เพื่อเป็นการประเมินงานการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ทำการศึกษาว่าได้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอย่างไร ซึ่งหากเกิดภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีต่อประชาชนแล้วจะเป็นการช่วยส่งเสริมงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรในด้านอื่น ๆ ไปด้วย

4. แนวคิดสื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อประโยชน์เป็นเรื่องๆ ไปโดยทั่วไปมีกลุ่มประชากรที่มีกลุ่มเป้าหมายแน่นอน มีการชั่งเนื้อหาต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่ประชาชนกลุ่มนั้น ๆ การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ สื่อเฉพาะกิจจึงเป็นสื่อที่ถูกนำมาเพื่อใช้ในการเฉพาะกิจ

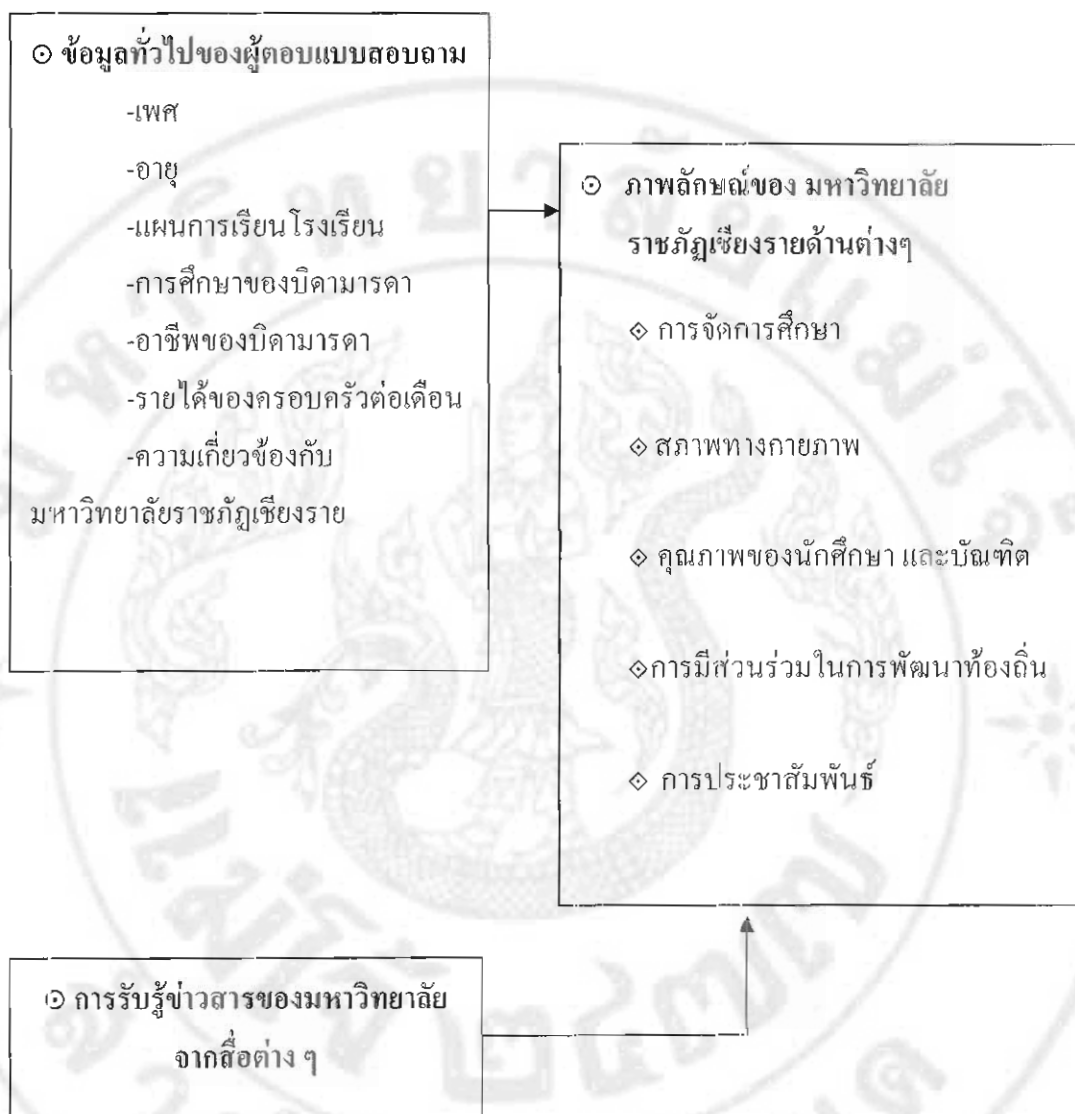
5. แนวคิดหลักการแบ่งส่วนตลาด เป็นการศึกษารายละเอียดของกลุ่มเป้าหมายขององค์กร เพื่อการระบุกลุ่มเป้าหมาย ระบุความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น นำไปสู่การตอบสนองที่ตรงตามความต้องการ และจะทำให้ได้มาซึ่งผลตามที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้

6. แนวคิดการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร มีองค์ประกอบคือ การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ประสบการณ์ ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ การศึกษาและสภาพสังคม อารมณ์ ทัศนคติ

เห็นได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยทางด้านพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ สามารถเป็นตัวทำนายภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ขององค์กรได้ ข้อมูลดังกล่าวมีส่วนช่วยผู้วิจัยในการกำหนดแนวทางในการศึกษาวิจัย และจากแนวคิดในการตรวจสอบเอกสารทั้งหมดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้มาซึ่งกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้



กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantization research) โดยการใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) และใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ในการดำเนินงานดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ จะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนที่สังกัดในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 ซึ่งมีจำนวน 11 โรงเรียน ได้แก่

1. เมืองเชียงราย
2. ดอนชัยวิทยาคม
3. ดอนศิลาผางามวิทยาคม
4. เวียงชัยวิทยาคม
5. คำรณราษฎร์สงเคราะห์
6. สามัคคีวิทยาคม
7. ห้วยสักวิทยาคม
8. เมืองราชกุมารวิทยาคม
9. สามัคคีวิทยาคม 2
10. จุฬารัตนราชวิทยาลัย เชียงราย
11. เวียงเชียงรุ้งวิทยาคม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ใน โรงเรียนที่สังกัดในเขตพื้นที่การศึกษาเชิงรายเขต 1 ซึ่งมีจำนวน 11 โรงเรียน มีจำนวน นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ทั้งสิ้นจำนวน 5,547 คน

กลุ่มตัวอย่าง

จากการเปิดตารางสำเร็จรูปสำหรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัย (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ, 2545 : 124) พบว่า ประชากรจำนวน 5,547 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับศึกษาประชากรจะได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 375 คน ($N = 5,547 / n = 375$)

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ สุ่มจากตัวอย่างนักเรียนจากระดับชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 5 ซึ่งถือเป็นตัวแทนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

สาเหตุที่เลือกระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 เนื่องจากเป็นระดับชั้นที่อยู่กลางระหว่าง มัธยมศึกษาปีที่ 4 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 นั้น เพิ่งขึ้นชั้นจาก มัธยมต้นและกำลังอยู่ในสภาวะการปรับตัวเข้าสู่การเรียนในระดับมัธยมปลาย ยังอาจจะยังไม่มี เป้าหมายเกี่ยวกับการเรียนต่อชัดเจนนัก ส่วนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นั้น กำลังวุ่นอยู่กับการ เตรียมตัวทดสอบความรู้และสมัครเข้าเรียนต่อในสถาบันอุดมศึกษาเนื่องจากผ่านกระบวนการแนะ แนวของโรงเรียนมาจึงอาจเริ่ม มีความคิดโอนเอียงไปในสถาบันใดสถาบันหนึ่งแล้ว

การหาตัวอย่างนักเรียนใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยสมาชิกแต่ละหน่วยในกลุ่มประชากรมีโอกาสได้รับเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน

การสุ่มตัวอย่างขั้นแรกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเป็นกลุ่ม (cluster sampling) เนื่องจาก โรงเรียนอยู่กระจัดกระจาย ดังนั้นจึงแบ่งนักเรียนออกเป็น 11 กลุ่มตามจำนวนโรงเรียน ดังตาราง 2

เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 11 กลุ่มแล้ว ทำการสุ่มตัวอย่างขั้นที่สอง โดยสุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม โดยใช้วิธีการสุ่มแบบมีระบบ (systematic random sampling) โดยการสุ่มลำดับแล้วเว้นระยะห่างเป็นช่วงเท่าๆ กัน จากรายชื่อนักเรียนภายใต้ระบบ $n, n+5, n+5+5, \dots$ จนกว่าจะครบ

จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ถือเป็นตัวแทนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 เป็นจำนวน 375 คน

ตาราง 1 จำนวนนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1

ชื่อโรงเรียน	ม.4 (คน)	ม.5 (คน)	ม.6 (คน)	รวม
โรงเรียนเมืองเชียงราย	144	144	144	432
โรงเรียนดอนชัยวิทยาคม	22	14	22	58
โรงเรียนคอนสีลาผางามวิทยาคม	49	37	44	130
โรงเรียนเวียงชัยวิทยาคม	35	37	49	121
โรงเรียนคำมอญราษฎร์สงเคราะห์	529	494	476	1,499
โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม	664	651	648	1,963
โรงเรียนห้วยสักวิทยาคม	55	77	70	202
โรงเรียนเมืองรวมหาราชวิทยาคม	153	107	139	399
โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม 2	60	67	103	230
โรงเรียนจุฬารัตนราชวิทยาลัย เชียงราย	135	102	103	340
โรงเรียนเวียงเชียงรุ้งวิทยาคม	47	54	72	173
รวม (คน)	1,893	1,784	1,870	5,547

ที่มา: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 (2548)

การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามขนาด เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างในแต่ละโรงเรียนมีจำนวนเป็นสัดส่วนกับประชากรตามกลุ่มโรงเรียนดังตาราง 2 โดยใช้สูตรคำนวณ

$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน)

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

N_i = จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม
 n_i = จำนวนตัวอย่างที่สุ่มจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

ตาราง 2 จำนวนนักเรียนกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จากโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1

ชื่อโรงเรียน	จำนวนนักเรียน น.5	จำนวนนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง
โรงเรียนเมืองเชียงราย	144	30
โรงเรียนคอนชัยวิทยาคม	14	3
โรงเรียนคอนศิลาผางามวิทยาคม	37	8
โรงเรียนเวียงชัยวิทยาคม	37	8
โรงเรียนคำม่างราษฎร์สงเคราะห์	494	104
โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม	651	137
โรงเรียนห้วยสักวิทยาคม	77	16
โรงเรียนเมืงรายมหาราชวิทยาคม	107	23
โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม 2	67	14
โรงเรียนจุฬารัตนราชวิทยาลัย เชียงราย	102	21
โรงเรียนเวียงเชียงรุ้งวิทยาคม	54	11
รวม (คน)	1,784	375

ตัวแปรและการวัดตัวแปร

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 มีความแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนตัว การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อประเภทต่างๆ

ตัวแปรตาม ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยยึดวัตถุประสงค์ในการสำรวจภาพลักษณ์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามแบบเลือกตอบ คำถามแบบประเมินค่า (rating scale) และ คำถามแบบปลายเปิด (opened questions) โดยแบ่งรายละเอียดของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (เป็นคำถามแบบเลือกตอบ)

เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้น แผนการเรียน โรงเรียน ความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย การศึกษาของบิดามารดา รายได้ของบิดามารดา

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จากสื่อต่างๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ (ลำดับความสำคัญ 1-5)

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (เป็นคำถามแบบประเมินค่า)

เป็นคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ตามความเห็นของนักเรียนในด้าน ต่างๆ ต่อไปนี้

1. ด้านการจัดการศึกษา
2. ด้านสิ่งแวดล้อม
3. ด้านคุณภาพของนักศึกษา และบัณฑิต
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น
5. ด้านการประชาสัมพันธ์

โดยจะให้นักเรียนแสดงความคิดเห็นตามระดับที่ได้แบ่งไว้ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน

ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (เป็นคำถามปลายเปิด)

การทดสอบเครื่องมือ

เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีความเที่ยงตรง และมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (validity) และความน่าเชื่อถือ (reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไป ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่เป็นประธานและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาโครงสร้างของแบบสอบถาม (construct validity) เนื้อหาและความเหมาะสมของเนื้อหา (content validity) และภาษาที่ใช้ (wording) ตลอดจนตรวจสอบว่าแบบสอบถามเป็นไปตามวัตถุประสงค์และสาระของการวิจัยหรือไม่ แล้วนำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข ให้มีความสมบูรณ์และถูกต้องมากที่สุด

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยนำไปทดลองใช้ (pre-test) กับกลุ่มนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดเชียงรายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลกลับมาหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (alpha-coefficient) ของ Cronbach ซึ่งมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient)

$$\alpha = \frac{n}{(n-1)} \left\{ \frac{1 - \sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

$$\begin{aligned}
 \alpha &= \text{ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้งฉบับ} \\
 n &= \text{จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม} \\
 s_i^2 &= \text{ความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ} \\
 s_t^2 &= \text{ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ} \rightarrow \frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N}
 \end{aligned}$$

จากการทดลองใช้แบบสอบถาม (pre-test) ปรากฏว่าการหาความเที่ยงของแบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านต่างๆ คือ ด้านการจัดการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.98 (> 0.75) ถือว่ามีระดับความเที่ยงที่เหมาะสม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม (field data collection) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือถึงผู้อำนวยการโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 ที่โรงเรียนของกลุ่มตัวอย่างสังกัดอยู่ เพื่อขอความร่วมมือ และขออนุญาตเก็บข้อมูล
2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง และให้นักศึกษาโปรแกรมวิชานิติศาสตร์ ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 5 คน เป็นผู้ช่วยวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยจะฝึกอบรมเบื้องต้น เกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการเก็บข้อมูลอย่างละเอียดแก่ผู้ช่วยวิจัยเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล
3. ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยออกเก็บข้อมูล โดยถือหนังสือนำไปยังโรงเรียน เพื่อนำชุดแบบสอบถามไปแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่าง ตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีการสุ่มไว้และรอรับแบบสอบถามนั้นกลับคืนทันที เวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะเริ่มตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2547 ถึง 31 มกราคม 2548 รวมเป็นเวลา 2 เดือน
4. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แปรผล สรุปผล และรายงานการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจะนำมาประเมินผลและวิเคราะห์ ซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science : SPSS / PC) โดยนำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอ ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (frequency distribution) และหาค่าร้อยละ (percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จากสื่อต่างๆ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนที่สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 จำแนกตามชนิดของสื่อ โดยการจัดอันดับสื่อที่พบมาก 5 อันดับแรก
3. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านต่างๆ คือ ด้านการจัดการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และด้านการประชาสัมพันธ์ ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนที่สังกัดในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 โดยการประเมินค่าคะแนนระดับความคิดเห็น

ในมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) Likert Scale กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ ดังนี้

ระดับคะแนนตั้งแต่	4.51-5.00	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดีมาก
ระดับคะแนนตั้งแต่	3.51-4.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดี
ระดับคะแนนตั้งแต่	2.51-3.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ปานกลาง
ระดับคะแนนตั้งแต่	1.51-2.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ค่อนข้างไม่ดี
ระดับคะแนนตั้งแต่	1.00-1.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ไม่ดี

4. วิเคราะห์ความคิดเห็นอื่นๆ ของนักเรียน โดยการจัดหมวดหมู่ของความคิดเห็นและการแจกแจงความถี่ (frequency distribution)

5. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

ในการนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1” ผู้วิจัยได้ลำดับการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ โรงเรียน แผนการเรียน ระดับการศึกษาของบิดามารดา อาชีพของบิดามารดา รายได้ครอบครัว ความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อต่าง ๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านต่าง ๆ คือ ด้านการจัดการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และด้านการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test และ ANOVA ในการวิเคราะห์ความแตกต่างลักษณะทางประชากร และความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านต่าง ๆ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

จากการสำรวจลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1.1 ข้อมูลด้านประชากร

1.1.1 เพศ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามในการศึกษารัั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 375 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 และเป็นเพศชายจำนวน 148 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.5 (ตาราง 3)

1.1.2 อายุ

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 375 คน เป็นผู้ที่มียอายุ 17 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมาคือผู้ที่มียอายุ 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.1 และรองลงมาคือผู้ที่มียอายุ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.7 (ตาราง 4)

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
ชาย	148	39.5
หญิง	227	60.5
รวม	375	100

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
ต่ำกว่า 16 ปี	1	0.3
16 ปี	49	13.1
17 ปี	313	83.5
18 ปี	10	2.7
มากกว่า 18 ปี	2	0.5
รวม	375	100

1.1.3 โรงเรียน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 375 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 ศึกษาอยู่ในโรงเรียนในเขตเทศบาล และโรงเรียนนอกเขตเทศบาลร้อยละ 27.7 จำนวน 94 คน (ตาราง 5)

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของโรงเรียน

ประเภทของโรงเรียน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
โรงเรียนในเขตเทศบาล	281	72.3
โรงเรียนนอกเขตเทศบาล	94	27.7
รวม	375	100

1.1.4 แผนการเรียน

จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 208 คน ศึกษาอยู่ในแผนการเรียน วิทย์-คณิต คิดเป็นร้อยละ 55.5 และรองลงมาศึกษาอยู่ในแผนการเรียน ศิลป-ภาษา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 (ตาราง 6)

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแผนการเรียน

แผนการเรียน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
วิทย์-คณิต	208	55.5
ศิลป-ภาษา	66	17.6
ศิลป-คำนวณ	57	15.2
ศิลป-สังคม	44	11.7
รวม	375	100

1.1.5 ระดับการศึกษาบิดา

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 375 คน พบว่าบิดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 123 คน มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาอยู่ที่อื่นๆ ซึ่งรวมจากระดับการศึกษา ป. 4 และบิดาเสียชีวิต เป็นจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และระดับ ม.6/ ปวช. จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 24 (ตาราง 7)

1.1.6 ระดับการศึกษามารดา

จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามารดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 ระดับการศึกษาอยู่ที่อื่นๆ ซึ่งคือ ระดับประถมศึกษาปีที่ 4 และมารดาเสียชีวิต รองลงมา จำนวน 87 คน คือระดับ ม. 6 หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 23.2 และรองลงมาคือมารดาของกลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาตรี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 (ตาราง 8)

1.1.7 อาชีพบิดา

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 375 คน พบว่าบิดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 95 คน ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคืออาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และรับราชการ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 (ตาราง 9)

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของบิดา

ระดับการศึกษา	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
ไม่ได้เรียน	5	1.3
ป. 6	30	8.0
ม. 3	14	3.7
ม. 6 / ปวช	90	24.0
อนุปริญญา / ปวส	8	2.1
ปริญญาตรี	123	32.8
สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.7
อื่นๆ (ป. 4, เสียชีวิต)	95	25.3
รวม	375	100

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของมารดา

ระดับการศึกษา	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
ไม่ได้เรียน	6	1.6
ป. 6	39	10.4
ม. 3	22	5.9
ม. 6 / ปวช	87	23.2
อนุปริญญา / ปวส	20	5.3
ปริญญาตรี	86	22.9
สูงกว่าปริญญาตรี	6	1.6
อื่นๆ (ป. 4, เสียชีวิต)	109	29.1
รวม	375	100

1.1.8 อาชีพมารดา

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 375 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีมารดาประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมาคืออาชีพเกษตรกร จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 และอาชีพรับราชการร้อยละ 14.7 จำนวน 55 คน (ตาราง 10)

1.1.9 รายได้ครอบครัว

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 375 คน พบว่าครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 126 คน มีรายได้ของครอบครัว มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.6 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 (ตาราง 11)

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของบิดา

อาชีพ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
รับราชการ	86	22.9
พนักงานบริษัทเอกชน	17	4.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	38	10.1
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	91	24.3
ค้าขาย	11	2.9
เกษตรกร	95	25.3
รับจ้าง	23	6.1
อื่นๆ	14	3.7
รวม	375	100

1.1.10 ความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 268 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 375 คน พบว่า ไม่มีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาคือผู้ปกครอง หรือญาติของกลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 (ตาราง 12)

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของมารดา

อาชีพ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
รับราชการ	55	14.7
พนักงานบริษัทเอกชน	27	7.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	6.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	106	28.3
ค้าขาย	11	2.9
เกษตรกร	98	26.1
รับจ้าง	23	6.1
อื่นๆ	30	8.0
รวม	375	100

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน

รายได้	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	119	31.7
5,000-10,000 บาท	72	19.2
10,001-15,000 บาท	58	15.5
สูงกว่า 15,000 บาท	126	33.6
รวม	375	100

สรุป

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 จำนวน 375 คน มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี และศึกษาอยู่ในแผนการเรียนวิทย์-คณิต ในด้านการศึกษาของบิดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่าอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนมารดาส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ม. 6/ปวช. และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเกษตรกรและประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยรายได้ครัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 5,000 - 15,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ความเกี่ยวข้อง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
ไม่เกี่ยวข้อง	268	71.5
ผู้ปกครอง/ญาติ ทำงานใน มรช.	13	3.5
ผู้ปกครอง/ญาติ จบการศึกษาจาก มรช.	89	23.7
ใกล้บ้าน	4	1.1
อื่นๆ	1	0.3
รวม	375	100

วิจารณ์

จากผลการวิจัยจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เนื่องจากจำนวนนักเรียนหญิงในแต่ละโรงเรียนมีจำนวนมากกว่านักเรียนชาย (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1: 2548) ดังตาราง 13 แสดงจำนวนนักเรียนโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 แยกตามเพศ) และในด้านความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ซึ่งเป็นผลต่อการวิจัยเพราะจะทำให้ได้รับความเห็นจากกลุ่มตัวอย่างอย่างเป็นกลางไม่มีความเห็นที่เอนเอียงไปด้านใดด้านหนึ่งเนื่องจากมีความเกี่ยวพันกับมหาวิทยาลัย

1.2 ข้อมูลด้านการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับข่าวสารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากสื่อต่างๆ พบว่าสื่อที่นักเรียนพบมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สื่อวิทยุ (สถานีวิทยุชุมชนเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย FM 104.25 MHz) คิดเป็นร้อยละ 24.73 อันดับสองได้แก่ป้ายลัทธิเข้าที่คิดเป็นร้อยละ 14.40 อันดับสามคือ เว็บไซต์ (www.cru.jn.th) คิดเป็นร้อยละ 13.00 รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์แนะแนวตามโรงเรียน และแผ่นพับ ใบปลิว ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 12.00 และร้อยละ 8.07 ตามลำดับ (ตาราง 14)

ตาราง 13 แสดงจำนวนนักเรียนโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 แยกตามเพศ

	โรงเรียน	ม. 4		ม. 5		ม. 6		รวม
		ช	ญ	ช	ญ	ช	ญ	
1	เมืองเชียงราย	61	83	50	94	65	79	432
2	ดอนชัยวิทยาคม	4	18	8	6	13	9	58
3	ดอนศิลาผางามวิทยาคม	22	27	12	25	21	23	130
4	เวียงชัยวิทยาคม	9	26	17	20	25	24	121
5	คำม่างราษฎร์สงเคราะห์	104	425	118	376	123	353	1499
6	สามัคคีวิทยาคม	316	348	298	353	303	345	1963
7	ห้วยสักวิทยาคม	14	41	40	37	25	45	202
8	เมืงรามหาราชวิทยาคม	68	85	40	67	65	74	399
9	สามัคคีวิทยาคม 2	23	37	24	43	54	49	230
10	จุฬารัตนราชวิทยาลัย เชียงราย	48	87	31	71	32	71	340
11	เวียงเชียงรุ้งวิทยาคม	4	43	18	36	32	40	173
รวม		673	1,220	656	1,128	758	1,112	5,547

ที่มา: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 (2548)

สรุป

การรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 พบว่าจากสื่อของมหาวิทยาลัยที่ทำการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น เว็บไซต์ (www.cru.in.th) โทรทัศน์ วิทยุ (สถานีวิทยุชนเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ความถี่ FM 104.25 MHz) หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ก้านบัว วารสารก้านบัว ข่าวแจก ป้ายผ้าเอชที โปสเตอร์ แผ่นพับใบปลิว ศูนย์ข้อมูลมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย การประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัยตามโรงเรียน โปสเตอร์ ปฏิทินพกพา พบว่า สื่ออันดับแรกที่นักเรียนเปิดรับมากที่สุด คือ วิทยุ (สถานีวิทยุชนเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ความถี่ FM 104.25 MHz) รองลงมาคือ ป้ายผ้าเอชที เว็บไซต์ (www.cru.in.th) การประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัยตามโรงเรียน และแผ่นพับใบปลิว ตามลำดับ

ตาราง 14 การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จากสื่อต่างๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ

ลำดับ	สื่อ	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์
1	วิทยุ (สถานีวิทยุชุมชนเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ความถี่ FM 104.25 MHz)	3.71	24.73
2	ป้ายคัทเอ้าท์	2.16	14.40
3	เว็บไซต์ (www.cru.in.th)	1.95	13.00
4	การประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัยตามโรงเรียน	1.80	12.00
5	แผ่นพับ ใบปลิว	1.21	8.07
6	ศูนย์ข้อมูลมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (CRU Friends)	0.92	6.13
7	โปสเตอร์	0.91	6.07
8	นสพ.กลาง	0.43	2.87
9	ข่าวแจก	0.36	2.40
10	นสพ.ถิ่น	0.35	2.33
11	วร.ก้าน	0.33	2.20
12	นสพ.ก้าน	0.25	1.67
13	โปสการ์ด	0.23	1.53
14	โทรทัศน์	0.20	1.33
15	ปฏิทิน	0.13	0.87

วิจารณ์

สื่อที่นักเรียนเปิดรับมากที่สุด 5 อันดับแรกส่วนใหญ่ พบว่าคือสื่อเฉพาะกิจ ดังที่สมควร กวียะได้ให้นิยามของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่าคือ สื่อที่สร้างขึ้นหรือซื้อหรือเช่า โดยองค์กรใด องค์กรหนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นๆ เฉพาะ สื่อเฉพาะกิจนี้จัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหามาเพื่อระ โยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป ฉะนั้น สื่อเฉพาะกิจนี้โดยทั่วไปมีกลุ่มประชากรที่มีกลุ่มเป้าหมายแน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่ประชาชนกลุ่มนั้น ๆ การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ

สื่อเฉพาะกิจที่กล่าวถึงในงานวิจัยนี้ คือ ป้ายคัทเอ๊าท์ การประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัยตามโรงเรียน แผ่นพับ ซึ่งจะใช้ในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในแต่ละช่วงเวลา และตามโอกาสต่างๆ

อาจเนื่องจากยุคปัจจุบันสื่อค่อนข้างที่จะมีหลากหลายมากขึ้น นักเรียนระดับมัธยมปลาย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของมหาวิทยาลัยและเป็นกลุ่มวัยรุ่น เป็นวัยที่ค่อนข้างต้องการสิ่งใหม่ วัยนี้จะให้ความสนใจกับสื่อที่มีความทันสมัย มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ฉะนั้นจะต้องหาสื่อใหม่ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอมาสนองความต้องการ ดังเช่นสื่อเฉพาะกิจ ที่พบว่าเป็นสื่อที่นักเรียนพบมากที่สุด ในอันดับ 5 อันดับแรก ไม่ว่าจะเป็น สื่อวิทยุ(สถานีวิทยุชนเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ความถี่ FM 104.25 MHz) ป้ายคัทเอ๊าท์ (ป้ายโฆษณากลางแจ้ง) ที่จะต้องมีความสะดุดตา เว็บไซต์ (www.cru.in.th) จากสื่อออนไลน์ (internet) ซึ่งเป็นสื่อที่ทันสมัยรวดเร็วทันใจ และเป็นที่ยอมรับของวัยรุ่นในปัจจุบัน เห็นได้จากรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2547 : Internet User Profile of Thailand 2004 ของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ พบว่าการเข้าถึงสื่อออนไลน์ (internet) ของแต่ละช่วงอายุ นั้นพบว่า กลุ่มช่วงอายุ 15-19 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นและเป็นช่วงอายุเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในลำดับที่ 3 ร้อยละ 12.4 รองจากกลุ่มช่วงอายุ 20-29 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่มีการเข้าถึงสื่อออนไลน์มากที่สุด ถึงร้อยละ 52.3 รองลงมาคือกลุ่มช่วงอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 22.2 โดยการกระจายของกลุ่มต่างๆ นี้ไม่แตกต่างจากปีก่อนๆ ที่ผ่านมา

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริรัตน์ อานามนารด เรื่องการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมสังคมและวัฒนธรรมองค์การขององค์การภาครัฐและองค์กรภาคเอกชน ในธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่ครบวงจร ที่พบว่าสื่อที่สามารถส่งถึงผู้รับสารได้มากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ และสื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วิทยุธรรมะ ตามลำดับ เห็นได้จากลำดับสื่อที่นักเรียน พบมากส่วนใหญ่ คือ สื่อเฉพาะกิจ

เห็นได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์จึงค่อนข้างจะมีบทบาทลดลง ดังจะเห็นได้ว่าแผ่นพับซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในอันดับที่ 5 ซึ่งขัดแย้งกับการแสดงการเปรียบเทียบลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของกิตติมา สุรสนธิ ในความรู้ทางสื่อมวลชน ที่แสดงให้เห็นว่าแม้สื่อสิ่งพิมพ์จะเสียเปรียบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ในแง่ของความเร็วในการเสนอข่าวสาร ความน่าสนใจ และการใช้ประสาทสัมผัสทางตาได้เพียงอย่างเดียว แต่สื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังคงรักษาลักษณะพิเศษที่สื่อชนิดอื่นไม่อาจทดแทนได้ นั่นคือ เป็นแหล่งข่าวสารที่ใช้อ่านได้ทุกโอกาส ทุกสถานที่ และทุกเวลา สามารถพกพาโดยสะดวก ใช้เวลาในการทำความเข้าใจได้นานเท่าที่ผู้ใช้สื่อปรารถนา

สามารถตรวจสอบเนื้อหาก่อนรับสื่อและเปิดรับสื่อได้หลายครั้ง นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์แล้ว สื่อสิ่งพิมพ์มีราคาถูกกว่า (ตาราง 15)

จากผลการวิจัยดังที่พบว่าสื่อ 5 อันดับแรกที่นักเรียนพบมาก ส่วนใหญ่เป็นสื่อเฉพาะกิจนั้นนอกจากอาจเนื่องมาจากความถี่ของการนำเสนอแล้ว อาจขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร หรือกลุ่มตัวอย่างด้วย ดังแนวคิดของ ชแรมม์ ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร ว่าผู้รับสารจะคำนึงถึง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ประสพการณ์ ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ การศึกษาและสภาพสังคม อารมณ์ทัศนคติ

เห็นได้ว่าสื่อมากมายที่นำเสนอข่าวสารนั้น ใ้ว่าจะได้รับการยอมรับจากผู้รับสารทุกชนิด ผู้รับสาร จะเลือกที่จะพบเจอ หรือเลือกที่จะรับ ตามปัจจัยเฉพาะบุคคล แล้วจึงรับข่าวสารในตัวสื่อนั้นอีกทอดหนึ่ง

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

คุณลักษณะทางการสื่อสาร	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่ออิเล็กทรอนิกส์
1. ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	น้อย	มาก
2. การใช้ประสาทสัมผัส	ตา	ตาและหู
3. ข้อจำกัดในเรื่องเวลาที่จะรับ	น้อย ไม่มีเลย	มาก
4. ข้อจำกัดในเรื่องสถานที่รับ	น้อย	มาก
5. ข้อจำกัดของผู้รับ	มาก (ต้องอ่านมาก)	ไม่จำกัด
6. ความคงทนถาวร	มาก	น้อย ไม่มีเลย
7. ความน่าสนใจ การเคลื่อนไหว	น้อย	มาก
8. การเก็บรักษา	ง่าย	ยาก
9. ความจุของข่าวสาร	มาก	น้อย
10. ความสามารถในการตรวจสอบก่อนรับข่าวสาร	มาก	น้อย

ที่มา: กิตติมา สุรสนธิ (2541)

การวิเคราะห์ปัจจัยเฉพาะบุคคล ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพที่สุดนั้นจะต้องอาศัยหลักการแบ่งส่วนตลาด (market segmentation) ดังที่ กุณฑลี รื่นรมย์ (2547) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการในการแบ่งกลุ่มลูกค้ายึดหลักความคล้ายคลึงกันอย่างมีนัยสำคัญและสามารถจำแนกลักษณะต่างๆ ได้อย่างชัดเจน เพื่อจัดกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะหรือรสนิยมคล้ายๆ กัน ให้เป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อที่องค์กรจะสามารถตอบสนองความต้องการและเสนอโปรแกรมการตลาดที่เหมาะสมๆ กันได้ ดังเช่นกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าของมหาวิทยาลัยคือกลุ่มนักเรียนมัธยมปลายซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งในการแบ่งส่วนตลาดนั้นองค์กรต้องวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคในตลาดว่ามีรูปแบบอย่างไร ความต้องการของผู้บริโภคบางกลุ่มอาจมีลักษณะเหมือนกัน

แม้ว่าจะมีการแบ่งส่วนตลาดไปตามตัวแปรต่างๆ อย่างชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติแล้วจะมีการใช้เกณฑ์ดังกล่าวทั้ง 4 มาผสมผสานกัน เพื่อกำหนดส่วนตลาดที่มีรายละเอียดของลักษณะลูกค้าหรือผู้บริโภคมากขึ้น อันเป็นประโยชน์ในการพิจารณากำหนดตลาดเป้าหมายที่ชัดเจนต่อไป

1.3 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลด้านภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับมัธยมปลายในโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 จำแนกตามความเห็นภาพลักษณ์ในการจัดการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิต ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และด้านการประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษาในเรื่องความพร้อมในการจัดการเรียนการสอนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีสื่อการสอนที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.71 และในด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ อยู่ในเกณฑ์ภาพลักษณ์ที่ดี (ตาราง 16)

ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมว่าสถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีความร่มรื่น สวยงามน่าอยู่มากเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมา กลุ่ม

ตัวอย่างมีความเห็นว่าอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายกว้างขวาง ค่าเฉลี่ย 4.23 ซึ่งในด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ อยู่ในเกณฑ์ภาพลักษณ์ที่ดี (ตาราง 17)

ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิตโดยเห็นว่านักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นที่ยอมรับของสังคม มากเป็นอันดับหนึ่งโดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่านักศึกษาและบัณฑิตมีชื่อเสียง ค่าเฉลี่ย 3.55 ซึ่งในด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ อยู่ในเกณฑ์ภาพลักษณ์ที่ดี (ตาราง 18)

ภาพลักษณ์ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นโดยเห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นทางเลือกให้กับนักเรียนในท้องถิ่น มากเป็นอันดับหนึ่งโดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และมีการรณรงค์ป้องกันยาเสพติด ค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.09 ซึ่งในด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ อยู่ในเกณฑ์ภาพลักษณ์ที่ดี (ตาราง 19)

ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์

ความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างต่อภาพลักษณ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์เห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน มากเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.69 และยังเห็นว่าข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเข้าใจง่าย ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.62 (ตาราง 20)

ตาราง 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของภาพลักษณ์ในด้านการจัดการศึกษา

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (mean)	ค่า SD	ระดับ ภาพ ลักษณ์
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)	เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ (ร้อยละ)	ไม่เห็น ด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)			
มีความเป็นเลิศทาง วิชาการ	4.8	53.9	38.1	2.4	0.8	3.59	0.66	ดี
เป็นผู้นำทางด้าน การศึกษา	4.3	49.3	41.9	2.9	1.3	3.51	0.71	ดี
คณะและวิชาที่เปิด สอนมีคุณภาพ	4.8	50.1	41.1	2.7	1.1	3.54	0.70	ดี
คณะและวิชาที่เปิด สอน	7.2	57.6	31.5	2.7	1.1	3.67	0.70	ดี
มีหลากหลาย								
มีสื่อการสอนที่ทันสมัย	11.2	54.1	30.1	3.5	1.1	3.71	0.75	ดี
มีความพร้อมในการ จัดการเรียนการสอน	13.1	53.1	28.8	3.5	1.6	3.73	0.79	ดี
จัดการเรียนการสอนมี คุณภาพ	12.0	52.0	31.7	2.9	1.3	3.70	0.77	ดี
ผู้สอนมีความรู้จริงใน เรื่องที่สอน	12.8	48.8	33.9	2.9	1.6	3.68	0.79	ดี
ผู้สอนมีวิธีการสอนที่ หลากหลาย	13.1	45.6	36.8	2.9	1.6	3.66	0.80	ดี
ผู้สอนมีความสามารถ ในการถ่ายทอดความรู้	11.7	50.1	33.6	2.7	1.9	3.67	0.79	ดี
ผู้สอนเอาใจใส่ นักศึกษาอย่างทั่วถึง	12.0	47.5	34.9	4.3	1.3	3.65	0.80	ดี
อาจารย์ผู้สอนมี ชื่อเสียง	25.9	50.4	22.1	1.3	0.3	4.00	0.75	ดี
รวม						3.65		ดี

ตาราง 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่า SD	ระดับภาพลักษณ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (ร้อยละ)	เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (ร้อยละ)			
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน	16.3	45.3	30.7	7.5	0.3	3.70	0.84	ดี
มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	14.9	44.0	37.1	3.5	0.5	3.69	0.78	ดี
ข่าวสารมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เข้าใจง่าย ชัดเจน	9.9	47.7	37.9	3.7	0.8	3.62	0.75	ดี
ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี ข้อมูลที่ดึงดูดใจ	10.1	45.3	38.4	4.3	1.9	3.58	0.80	ดี
รวม						3.65		ดี

สรุป

จากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนคติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ของโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 พบว่า ภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด ในทัศนะของนักเรียนกลุ่มดังกล่าวคือ ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือภาพลักษณ์ในด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดการศึกษา และด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิต ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านต่างๆ อยู่ในเกณฑ์ดี ในด้านการจัดการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ในเรื่องความพร้อมในการจัดการเรียนการสอนมากที่สุด รองลงมา คือมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีสื่อการสอนที่ทันสมัย และมีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ ตามลำดับ อีกทั้งในเรื่องอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างยังมีภาพลักษณ์ไปในทิศทางเดียวกันคือ อยู่ในเกณฑ์ภาพลักษณ์ที่ดี สำหรับภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าสถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีความร่มรื่น สวยงามน่าอยู่มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายกว้างขวาง และ

มีบรรยากาศในมหาวิทยาลัยอบอุ่นน่าเรียน ตามลำดับ ในด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่านักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นที่ยอมรับของสังคม มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมามีความเห็นว่านักศึกษาและบัณฑิตมีชื่อเสียง และมีมนุษยสัมพันธ์ดี ตามลำดับ สำหรับด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นกลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายว่าเป็นทางเลือกให้กับนักเรียนในท้องถิ่น มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และมีการรณรงค์ป้องกันยาเสพติด และในด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน มากเป็นอันดับหนึ่ง มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และเห็นว่าข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเข้าใจง่ายชัดเจน รองลงมาตามลำดับ

วิจารณ์

จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียน เขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 นั้น อยู่ในเกณฑ์ภาพลักษณ์ดีในทุกๆ ด้าน ซึ่งในด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิตนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของจรัส กลิ่นหนู เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่พบว่าหน่วยงานภาครัฐบาล หน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในระดับปานกลาง ทั้งในด้านความรู้ความสามารถและทักษะวิชาชีพ ด้านความรู้ความสามารถพิเศษ ด้านบุคลิกภาพ และด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจในด้านคุณธรรมจริยธรรมมากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนในด้านความรู้ความสามารถพิเศษ ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการปรับเปลี่ยนของมหาวิทยาลัยจากเดิมซึ่งเป็นสถาบันราชภัฏมาเป็นมหาวิทยาลัย จึงมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อยกระดับองค์กรให้ทัดเทียม และสามารถแข่งขันกับสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ จะเห็นได้จากวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัย ที่มุ่งเน้นพัฒนามหาวิทยาลัยในทุกๆ ด้าน ดังจากรายงานการประเมินตนเองของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปี 2547 ที่ระบุ ประชญา ยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ไว้

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ T-Test และ ANOVA ในการวิเคราะห์ความแตกต่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อ กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้านต่างๆ ในทัศนะของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1

สมมติฐานที่ 1 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 มีความแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนตัว การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อประเภทต่างๆ

ตัวแปรตาม ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ตาราง 21 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	df	Sig.
ชาย	148	3.78	0.47	1.79	373	0.074
หญิง	227	3.86	0.45			

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ปรากฏว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.78 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.86 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า เพศที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับการศึกษาของธนอมนุช พิทักษ์โกศล (อ้างใน สุริดา ชีโนดม, 2545: 53) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการใช้จ่าย ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่าเพศของผู้ใช้แรงงานต่างกัน ทัศนคติต่อการป้องกันยาเสพติดก็ไม่แตกต่างกัน และวิทยานิพนธ์เรื่องการประเมินผลการสื่อสารโครงการส่งเสริมประชาธิปไตยในชุมชน ศึกษาเฉพาะกรณีนักเรียน

มัธยมศึกษาตอนปลายในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ ของสุภาพร ศรีสัตตรัตน์ (2544) ซึ่งพบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ตาราง 22 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์*	F	Sig.
16 ปีและต่ำกว่า	50	3.99 ^ก	6.454	0.002
17 ปี	313	3.82 ^ข		
18 ปี – มากกว่า	12	3.49 ^ค		

หมายเหตุ: *ตัวอักษรต่างกันแสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 เป็นผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียน โดยจำแนกตามอายุ วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มากที่สุดอยู่ที่นักเรียนที่อายุ 16 ปีและต่ำกว่า โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมาคือนักเรียนที่มีอายุ 17 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.82 กลุ่มนักเรียนที่อายุ 18 ปีและมากกว่า มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์น้อยที่สุด คือ 3.49

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน โดยจำแนกตามอายุ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (sig. ≤ 0.05) จึงสามารถสรุป ได้ว่า นักเรียนที่อายุต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายแตกต่างกัน หรือ อายุมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียน

เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างช่วงอายุหลังจากพบว่าอายุมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายดังนี้

ตาราง 23 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอายุระหว่างอายุ 16 ปี และต่ำกว่า กับ 17 ปี

อายุ	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	df	Sig.
16 ปี และต่ำกว่า	50	3.99	0.07	2.57	361	0.011
17 ปี	313	3.82	0.06			

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์พบว่านักเรียนที่มีอายุ 16 ปีและต่ำกว่า มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.99 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.07 ส่วนนักเรียนที่มีอายุ 17 ปีมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.06

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ระหว่างนักเรียนที่มีอายุ 16 ปีและต่ำกว่า กับนักเรียนที่มีอายุ 17 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} \leq .05$) โดยเห็นได้ว่านักเรียนที่มีอายุ 16 ปีและต่ำกว่า มีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายดีกว่า นักเรียนที่มีอายุ 17 ปี

ตาราง 24 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอายุระหว่างอายุ 16 ปีและต่ำกว่ากับ 18 ปีและมากกว่า

อายุ	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	df	Sig.
16 ปี และต่ำกว่า	50	3.99	0.16	3.15	60	0.003
18 ปี – มากกว่า	12	3.49	0.24			

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์พบว่านักเรียนที่มีอายุ 16 ปี และต่ำกว่า มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.99 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.16 ส่วนนักเรียนที่มีอายุ 18 ปีและมากกว่า มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.49 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.24

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ระหว่างนักเรียนที่มีอายุ 16 ปีและต่ำกว่า กับนักเรียนที่มีอายุ 18 ปีและมากกว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} \leq .05$) โดยเห็นได้ว่านักเรียนที่มีอายุ 16 ปีและต่ำกว่า มีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายดีกว่า นักเรียนที่มีอายุ 18 ปีและมากกว่า

ตาราง 25 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอายุระหว่างอายุ 17 ปีกับ 18 ปีและมากกว่า

อายุ	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	df	Sig.
17 ปี	313	3.82	0.14	2.35	323	0.019
18 ปี – มากกว่า	12	3.49	0.23			

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์พบว่านักเรียนที่มีอายุ 17 ปี มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.14 ส่วนนักเรียนที่มีอายุ 18 ปีและมากกว่า 18 ปี มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.49 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.23

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายระหว่างนักเรียนที่มีอายุ 17 ปี กับนักเรียนที่มีอายุ 18 ปีและมากกว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} \leq .05$) โดยเห็นได้ว่านักเรียนที่มีอายุ 17 ปี มีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายดีกว่า นักเรียนที่มีอายุ 18 ปีและมากกว่า

ตาราง 26 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามประเภทโรงเรียน

ประเภทของ โรงเรียน	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	df	Sig.
ในเขตเทศบาล	243	3.77	0.05	3.62	373	0.000
นอกเขตเทศบาล	132	3.94	0.05			

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ปรากฏว่านักเรียนในโรงเรียนในเขตเทศบาลมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.77 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.05 ส่วนโรงเรียนนอกเขตเทศบาลมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.05

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายระหว่างนักเรียนของโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 ที่อยู่ในเขตเทศบาลกับนักเรียนของโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 ที่อยู่นอกเขตเทศบาล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} \leq .05$)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ประเภทของโรงเรียนที่แตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายแตกต่างกัน โดยนักเรียนในโรงเรียนนอกเขตเทศบาลจะมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายดีกว่า นักเรียนในโรงเรียนในเขตเทศบาล

ตาราง 27 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามแผนการเรียน

แผนการเรียน	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์	F	Sig.
วิทย์-คณิต	208	3.82	1.788	0.149
ศิลปะ-ภาษา	66	3.79		
ศิลป์-คำนวณ	57	3.80		
ศิลป์-สังคม	44	3.97		

จากตาราง 27 เป็นผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 จำแนกตามแผนการเรียน วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์โดยรวมมากที่สุดอยู่ที่นักเรียนที่ศึกษาอยู่ในแผนการเรียนศิลป์-สังคม คือ 3.97 รองลงมาคือนักเรียนที่อยู่ในแผนการเรียนวิทย์-คณิต มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.82 นักเรียนที่เรียนอยู่ในแผนการเรียนศิลป์-คำนวณ มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.80 ส่วนนักเรียนที่ศึกษาในแผนการเรียนศิลปะ-ภาษา เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์น้อยที่สุด คือ 3.79

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน โดยจำแนกตามแผนการเรียน พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. $\geq$.05) จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่ศึกษาอยู่ในแผนการเรียนที่ต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่แตกต่างกัน หรือ แผนการเรียนไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน

จากตาราง 28 เป็นผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยจำแนกตามระดับการศึกษาของบิดาของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของนักเรียนที่บิดามีการศึกษาในระดับต่างๆ มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายใกล้เคียงกัน โดยค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มากที่สุด คือ นักเรียนที่บิดามีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คือ 4.06 รองลงมา คือ กลุ่มที่ไม่ได้ศึกษา มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 4.05 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยห่างจากกลุ่มแรกเพียง 0.01 เท่านั้น ส่วนกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์น้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.67

ตาราง 28 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามระดับการศึกษาของบิดา

ระดับการศึกษา	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์	F	Sig.
ม. 6 / ปวช	90	3.86	0.974	0.450
อนุปริญญา / ปวส .	8	3.87		
ปริญญาตรี	123	3.83		
สูงกว่าปริญญาตรี	10	4.06		
ม. 3	14	3.67		
ป. 5	30	3.80		
ไม่ได้เรียน	5	4.05		
อื่น ๆ	95	3.78		

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำแนกตามระดับการศึกษาของบิดา พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่มีบิดาจบ การศึกษาแตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่ต่างกัน หรือ ระดับ การศึกษาของบิดาไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน

ตาราง 29 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามระดับการศึกษาของมารดา

ระดับการศึกษา	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์	F	Sig.
ม. 6 / ปวช	87	3.91	1.356	0.223
อนุปริญญา / ปวส	20	3.82		
ปริญญาตรี	86	3.87		
สูงกว่าปริญญาตรี	6	4.02		
ม. 3	22	3.70		
ป. 6	39	3.71		
ไม่ได้เรียน	6	3.81		
อื่นๆ	109	3.79		

จากตาราง 29 เป็นผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจำแนกตามระดับการศึกษาของมารดาของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายของนักเรียนที่มารดามีการศึกษาในระดับต่างๆ มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ใกล้เคียงกัน โดยค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มากที่สุด คือ นักเรียนที่มารดาการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คือ 4.02 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีศึกษาระดับ มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.91 ซึ่งค่าเฉลี่ยห่างจากกลุ่มแรกเพียง 0.11 ส่วนกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์น้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.70

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจำแนกตามระดับการศึกษาของมารดา พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่มารดาจบการศึกษาแตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่ต่างกัน หรือ ระดับการศึกษาของมารดาไม่มีผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน

ตาราง 30 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอาชีพของบิดา

อาชีพ	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์	F	Sig.
รับราชการ	86	3.84	1.311	0.244
พนักงานบริษัทเอกชน	17	4.02		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	38	3.74		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	91	3.84		
ค้าขาย	11	3.58		
เกษตรกร	95	3.76		
รับจ้าง	23	3.89		
อื่นๆ	14	3.89		

จากตาราง 30 เป็นผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำแนกตามอาชีพของบิดาของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายของนักเรียนที่บิดาประกอบอาชีพต่างๆ มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายใกล้เคียงกัน โดยค่าเฉลี่ย

ภาพลักษณ์มากที่สุด คือ นักเรียนที่บิดาประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คือ 4.02 รองลงมา คือ กลุ่มที่บิดาประกอบอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.89 ส่วนกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์น้อยที่สุด คือ กลุ่มที่บิดาประกอบอาชีพค้าขายมีค่าเฉลี่ย 3.58

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำแนกตามอาชีพของบิดา พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่มีบิดาประกอบอาชีพแตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่ต่างกัน หรือ อาชีพของบิดาไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน

ตาราง 31 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามอาชีพของมารดา

อาชีพ	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์	F	Sig.
รับราชการ	55	3.84	1.445	0.186
พนักงานบริษัทเอกชน	27	3.96		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	3.94		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	106	3.86		
ค้าขาย	11	3.57		
เกษตรกร	98	3.78		
รับจ้าง	23	3.83		
อื่นๆ	30	3.72		

จากตาราง 31 เป็นผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยจำแนกตามอาชีพของมารดาของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของนักเรียนที่มารดาประกอบอาชีพต่างๆ มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายใกล้เคียงกัน โดยค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มากที่สุด คือ นักเรียนที่มารดาประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คือ 3.96 รองลงมา คือ กลุ่มที่มารดาประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.94 ส่วนกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์น้อยที่สุด คือ กลุ่มที่บิดาประกอบอาชีพค้าขายมีค่าเฉลี่ย 3.57

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำแนกตามอาชีพของมารดา พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่มารดาประกอบ

อาชีพแตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่ต่างกัน หรือ อาชีพของมารดาไม่มีผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ตาราง 32 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ครอบครัว เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์	F	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	119	3.84	0.50	0.985
5,000-10,000 บาท	72	3.83		
10,001-15,000 บาท	58	3.83		
สูงกว่า 15,000 บาท	126	3.82		

จากตาราง 32 เป็นผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนใกล้เคียงกัน โดยค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มากที่สุด คือ ครอบครัวที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท คือ 3.84 รองลงมา คือ ครอบครัวที่มีรายได้ ระหว่าง 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.83 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยห่างจากกลุ่มแรกเพียง 0.01 เท่านั้น ส่วนกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์น้อยที่สุด คือ ครอบครัวที่มีรายได้สูงกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.82

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่ต่างกัน หรือรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน

ตาราง 33 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ความเกี่ยวข้องกับ มหาวิทยาลัย	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	df	Sig.
ไม่เกี่ยวข้อง	268	3.84	0.03	0.52	373	0.604
มีความเกี่ยวข้อง	107	3.81	0.05			

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ปรากฏว่านักเรียนที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.84 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.03 ส่วนนักเรียนที่มีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 3.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.05

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายระหว่างนักเรียนที่มีความเกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. $\geq$.05)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ความเกี่ยวข้องของนักเรียนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่แตกต่างกัน จะไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เห็นจากค่าเฉลี่ยทัศนคติของทั้ง 2 กลุ่ม ใกล้เคียงกัน

จากตาราง 34 เป็นผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยจำแนกตามชนิดของสื่อที่พบมากเป็นอันดับที่ 1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า ค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักเรียนที่พบสื่อแต่ละชนิดมากเป็นอันดับ 1 ใกล้เคียงกัน โดยค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด คือ นักเรียนที่เลือกสื่อเว็บไซต์เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยทัศนคติ 152.14 ส่วนกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุด คือ กลุ่มนักเรียนที่เลือกสื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลางเป็นอันดับ 1 ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 121.50 ในส่วนของสื่อโปสเตอร์ก็มีผู้เลือกเป็นอันดับ 1 เพียง 1 คนเท่านั้นจึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบได้ และสื่อปฏิทินพกพาพบว่ามีผู้เลือกเป็นอันดับ 1

ตาราง 34 เปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์จำแนกตามชนิดของสื่อที่เปิดรับมากเป็นอันดับ 1

ชนิดของสื่อ	จำนวน (n = 375)	ค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์	F	Sig.
เว็บไซต์	64	4.00	1.659	0.068
โทรทัศน์	2	3.72		
วิทยุ	179	3.84		
หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง	2	3.20		
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	3	3.52		
หนังสือพิมพ์ก้านบัว	4	3.81		
วารสารก้านบัว	3	3.65		
ข่าวแจก	4	3.77		
ป้ายรถเมล์	54	3.72		
โปสเตอร์	12	3.68		
แผ่นพับใบปลิว	13	3.70		
ศูนย์ข้อมูล	3	3.89		
การประชาสัมพันธ์แนะแนวฯ	31	3.82		

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยจำแนกตามชนิดของสื่อที่เปิดรับมากเป็นอันดับที่ 1 พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่เปิดรับสื่อมากเป็นอันดับ 1 ต่างกัน จะมีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่ต่างกัน หรือ การเปิดรับสื่อต่างชนิดกัน ไม่มีผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน

สรุป

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย คือ อายุ ประเภทของโรงเรียน ส่วนเพศ แผนการเรียน ระดับการศึกษาของบิดาและมารดา อาชีพของบิดาและมารดา รายได้ครอบครัวต่อเดือน และการ

เปิดรับสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเชียงราย

จากการสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 จำนวน 375 คน ได้มีผู้ที่แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อมหาวิทยาลัย ในด้านต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้น 158 คน ดังนี้

ความคิดเห็นของนักเรียนส่วนใหญ่จะพูดถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่มีความสวยงามทางด้านสิ่งแวดล้อมของธรรมชาติ เป็นมหาวิทยาลัยที่น่าอยู่ น่าเรียน ร่มรื่น บรรยากาศน่าเรียน มีกิจกรรม นิทรรศการน่าสนใจ มีการเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไป เช่น ประชาชน นักเรียน ได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับทางมหาวิทยาลัยในส่วนต่างๆ เป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับโรงเรียนและชุมชนในท้องถิ่น เป็นมหาวิทยาลัยของท้องถิ่น เป็นตัวอย่างที่ดีของชุมชน เป็นทางลัดให้กับคนท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักเรียนในท้องถิ่นเข้าศึกษาได้โดยสะดวก เป็นสถานที่ศึกษาแห่งหนึ่งที่มีการสอนที่ดีมีความพร้อมในทุกๆ ด้าน เช่น สถานที่น่าเรียน การเรียนการสอนมีคุณภาพ และสามารถเปิดโอกาสให้แก่คนมีรายได้น้อยได้เข้าไปศึกษา และนักศึกษาที่จบจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายส่วนใหญ่ มีคุณภาพและทำประโยชน์ให้สังคม เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป เป็นมหาวิทยาลัยที่มีคนเข้าศึกษาต่อมาก มีการพัฒนาการศึกษาศิสาสถานที่ตั้งไม่ไกลเกินไปการเดินทางสะดวก เป็นหนึ่งในตัวเลือกในการศึกษาต่อ เมื่อจบ ม.6 เป็นมหาวิทยาลัยที่น่าสนใจที่จะเข้าไปศึกษาต่อ และมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม จึงมีจุดเด่นที่ทำให้ จึงทำให้ผู้คนสนใจเข้าไปศึกษา

ข้อเสนอแนะ ที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายคือ อยากให้เปิดคณะและสาขาการเรียนให้มากขึ้น เช่น คณะทางการแพทย์ พยาบาลต่างๆ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัยให้มากขึ้น เช่น การแนะนำการศึกษา การให้ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาของสถาบัน อยากให้นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีเจตกิจกรรรมให้ความรู้บ่อยๆ และอยากให้ลดค่าใช้จ่ายทางการศึกษา อยากให้มหาวิทยาลัยพัฒนาชุมชนมากขึ้น ค่าเทอมน่าจะถูกลง เพราะตอนนี้กลายเป็นธุรกิจการศึกษาไปแล้ว

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 สามารถสรุปได้ดังนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นหนึ่งใน 41 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ และเป็นหนึ่งใน 2 มหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงราย ดังนั้นทางมหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กร และภาพลักษณ์ขององค์กรอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าเชื่อถือและศรัทธา ต่อประชาชน ผู้ปกครองและนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของมหาวิทยาลัย การศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งได้เปลี่ยนสถานะจากสถาบันราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัยแล้วนั้น จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ เพื่อผลการศึกษาวิจัยที่ได้ สามารถนำไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนา และประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและถูกต้องขึ้นกับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่อยู่ในท้องถิ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และเพื่อให้ได้แนวทางที่สามารถยกระดับคุณภาพของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ให้ทัดเทียมกับมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนอื่นๆ โดยการหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์โดยรวมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่สังกัดในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 เนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายตั้งอยู่ในเขตพื้นที่การศึกษานี้ และจากข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี จากสำนักส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายพบว่านักศึกษาที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายนั้น มีภูมิลำเนามาจากอำเภอในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 เป็นส่วนใหญ่ ผู้วิจัยจึงเริ่มศึกษาจากกลุ่มประชากรนี้ก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการขยายผลในการศึกษาเขตพื้นที่การศึกษาอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1

2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้าน

2.1 การจัดการศึกษา

2.2 สิ่งแวดล้อม

2.3 คุณภาพของนักศึกษา และบัณฑิต

2.4 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น

2.5 การประชาสัมพันธ์

3. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantization research) โดยการใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) และใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ในการดำเนินงานดังนี้

1. สถานที่ดำเนินการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่สังกัด ในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 ซึ่งมีจำนวน 11 โรงเรียน ได้แก่

- (1) เมืองเชียงราย
- (2) คอนชัยวิทยาคม
- (3) ดอนศิลาผางามวิทยาคม
- (4) เวียงชัยวิทยาคม
- (5) ดำรงราษฎร์สงเคราะห์
- (6) สามัคคีวิทยาคม
- (7) ห้วยสักวิทยาคม
- (8) เมืองรวมหาราชวิทยาคม
- (9) สามัคคีวิทยาคม 2
- (10) จุฬารัตนราชวิทยาลัย เชียงราย
- (11) เวียงเชียงรุ้งวิทยาคม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ใน โรงเรียนที่สังกัดในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 ซึ่งมีจำนวน 11 โรงเรียน มีจำนวน

นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ทั้งสิ้นจำนวน 5,547 คน จากการเปิดตารางสำเร็จรูปสำหรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัย (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ, 2545: 124) พบว่า ประชากรจำนวน 5,547 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับศึกษาประชากรจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คน ($N = 5,547 / n = 375$)

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ สุ่มจากตัวอย่างนักเรียนจากระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ซึ่งถือเป็นตัวแทนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สาเหตุที่เลือกระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 เนื่องจากเป็นระดับชั้นที่อยู่กลางระหว่างมัธยมศึกษาปีที่ 4 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 นั้น เพิ่งขึ้นชั้นจากมัธยมต้นและกำลังอยู่ในสภาวะการปรับตัวเข้าสู่การเรียนในระดับมัธยมปลาย ยังอาจจะยังไม่มีเป้าหมายเกี่ยวกับการเรียนต่อชัดเจนนัก ส่วนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นั้น กำลังวุ่นอยู่กับการเตรียมตัวทดสอบความรู้และสมัครเข้าเรียนต่อในสถาบันอุดมศึกษาเนื่องจากผ่านกระบวนการแนะแนวของโรงเรียนมาจึงอาจเริ่ม มีความคิดโอนเอียงไปในสถาบันใดสถาบันหนึ่งแล้ว

การหาตัวอย่างนักเรียนใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยสมาชิกแต่ละหน่วยในกลุ่มประชากรมีโอกาสได้รับเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน การสุ่มตัวอย่างขั้นแรกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเป็นกลุ่ม (cluster sampling) เนื่องจากโรงเรียนอยู่กระจัดกระจาย ดังนั้นจึงแบ่งนักเรียนออกเป็น 11 กลุ่มตามจำนวนโรงเรียน เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 11 กลุ่มแล้ว ทำการสุ่มตัวอย่างขั้นที่สอง โดยสุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม โดยใช้วิธีการสุ่มแบบมีระบบ (systematic random sampling) โดยการสุ่มลำดับแล้วเว้นระยะห่างเป็นช่วงเท่าๆ กัน จากรายชื่อนักเรียนภายใต้ระบบ $n, n+5, n+5+5, \dots$ จนกว่าจะครบ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยยึดวัตถุประสงค์ในการสำรวจภาพลักษณ์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามแบบเลือกตอบ คำถามแบบประเมินค่า (rating scale) และ คำถามแบบปลายเปิด (opened questions) โดยแบ่งรายละเอียดของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน โดย ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อต่างๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในด้านต่างๆ คือ ด้านการจัดการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1” สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 10.0 for Windows ในการประมวลผลแบบสอบถามจำนวน 375 ชุด และนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ โรงเรียน แผนการเรียน ระดับการศึกษาของบิดามารดา อาชีพของบิดามารดา รายได้ครอบครัว ความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย การรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อต่างๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านต่างๆ คือ ด้านการจัดการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และ ด้านการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้สถิติ t-test และ ANOVA ในการวิเคราะห์ความแตกต่างลักษณะทางประชากรและการเปิดรับสื่อ กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายด้านต่างๆ ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คน มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี และศึกษาอยู่ในแผนการเรียนวิทย์-คณิต ในด้านการศึกษาของบิดาส่วนใหญ่พบว่าอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนมารดาอยู่ในระดับ ม.6/ปวช. และบิดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรและมารดาประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ครอบครัว ต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,000 - 15,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

การรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อต่างๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ

การรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 พบว่าจากสื่อของมหาวิทยาลัยที่ทำการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ สื่อที่นักเรียนพบมาก 5 อันดับแรก คือ วิทยุ (สถานีวิทยุชนเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ความถี่ FM 104.25 MHz) ป้ายกัทเอ๊าท์ เว็บไซต์ (www.cru.in.th) การประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัยตามโรงเรียน และแผ่นพับ ใบปลิว ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านต่างๆ

จากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 พบว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านต่างๆ ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ภาพลักษณ์ดี ซึ่งพบว่าภาพลักษณ์ที่ดีที่สุดในทัศนะของนักเรียนกลุ่มดังกล่าวคือ ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ในด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดการศึกษา และด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิต ตามลำดับ

1. ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ในเรื่องความพร้อมในการจัดการเรียนการสอนมากที่สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีสื่อการสอนที่ทันสมัย มีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ ผู้สอนมีความรู้จริงในเรื่องที่สอน ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ คณะและวิชาที่เปิดสอนมีหลากหลาย ผู้สอนมีวิธีการสอนที่หลากหลาย ผู้สอนเอาใจใส่นักศึกษาอย่างทั่วถึง มีความเป็นเลิศทางวิชาการ คณะและวิชาที่เปิดสอนมีคุณภาพ และเป็นผู้นำทางด้านการศึกษา ตามลำดับ

2. ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ในเรื่องสถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีความร่มรื่น สวยงามน่าอยู่มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ อาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายกว้างขวาง บรรยากาศในมหาวิทยาลัยอบอุ่นน่าเรียน และมีความเหมาะสมในเรื่องทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ

3. ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ในเรื่องนักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นที่ยอมรับของสังคมมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ นักศึกษาและบัณฑิตมีชื่อเสียง นักศึกษาและบัณฑิตมีมนุษยสัมพันธ์ดี นักศึกษาและบัณฑิตมีวิสัยทัศน์กว้างไกล และนักศึกษาและบัณฑิตแต่งกายดี ตามลำดับ

4. ภาพลักษณ์ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ในเรื่องมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นทางเลือกให้กับนักเรียนในท้องถิ่น มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มหาวิทยาลัยมีการรณรงค์ป้องกันยาเสพติด มหาวิทยาลัยเปิดโอกาสให้ผู้มีรายได้เข้ามาศึกษา มหาวิทยาลัยส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเป็นที่พึ่งของคนในท้องถิ่น มหาวิทยาลัยทำประโยชน์ให้แก่สาธารณชน อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียง มหาวิทยาลัยสร้างความเจริญให้กับชุมชน มหาวิทยาลัยส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น มหาวิทยาลัยเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่สังคม มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงในด้านดีเป็นส่วนใหญ่ และส่งเสริมเรื่องคุณธรรมจริยธรรม ตามลำดับ

5. ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ในเรื่องมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน มากเป็นอันดับหนึ่ง มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเข้าใจง่ายชัดเจน และข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมีข้อมูลที่ดึงดูดใจ รองลงมาตามลำดับ

การวิเคราะห์ความแตกต่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ และการเปิดรับสื่อ กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในด้านต่างๆ ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 มีความแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง คือ อายุ และประเภทของโรงเรียน ส่วนเพศ แผนการเรียน ระดับการศึกษาของบิดาและมารดา อาชีพของบิดาและมารดา รายได้ครอบครัวต่อเดือน ความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย และการเปิดรับสื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่างระหว่างเพศชายและเพศหญิง ไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า เพศที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} \leq .05$) จึงสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย แตกต่างกัน หรือ อายุมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายในทัศนะของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย ระหว่างนักเรียนในโรงเรียนในเขตเทศบาลและนักเรียนใน โรงเรียนนอกเขตเทศบาลมีความ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ประเภทของโรงเรียนที่ แตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายแตกต่างกัน โดยนักเรียนในโรงเรียนนอกเขต เทศบาลจะมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายในเกณฑ์ดีกว่า นักเรียนใน โรงเรียนในเขต เทศบาล

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายในทัศนะของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 จำแนกตามแผนการเรียน วิเคราะห์ ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า การวิเคราะห์ ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายของนักเรียน โดยจำแนก ตามแผนการเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} > .05$) จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่ศึกษาอยู่ในแผนการเรียนที่ต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายไม่ แตกต่างกัน หรือ แผนการเรียนไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายในทัศนะของ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย จำแนกตามระดับการศึกษาของบิดาและมารดา พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่มีบิดาและมารดาจบการศึกษาแตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย ไม่ต่างกันหรือ ระดับการศึกษาของบิดาและมารดาไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายในทัศนะของนักเรียน

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายจำแนกตามอาชีพของบิดาและมารดา พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่มี บิดาและมารดาประกอบอาชีพแตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายไม่ ต่างกันหรือ อาชีพของบิดาและมารดาไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายใน ทัศนะของนักเรียน

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่ต่างกัน หรือ รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายระหว่างนักเรียนที่มีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายและนักเรียนที่มีความเกี่ยวข้องไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} \geq .05$) จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่มีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่แตกต่างกัน หรือความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียน

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยจำแนกตามชนิดของสื่อที่นักเรียนพบมากเป็นอันดับที่ 1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) พบว่า การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจำแนกตามชนิดของสื่อที่พบมากเป็นอันดับที่ 1 พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่พบสื่อมากเป็นอันดับ 1 ต่างชนิดกันจะมีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายไม่ต่างกัน หรือการเปิดรับสื่อต่างชนิดกันไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้ทราบถึงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 ในด้านต่างๆ ซึ่งภาพลักษณ์ทั้ง 5 ด้านนั้นอยู่ในระดับดีทุกด้าน เรียงตามลำดับคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ การจัดการศึกษา และคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ผู้วิจัยจึงได้ข้อเสนอดังนี้

1. จากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 พบว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับภาพลักษณ์ดี แต่ภาพลักษณ์ในด้านการจัดการศึกษาและด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต ยังอยู่ในลำดับท้าย ซึ่ง 2 ด้านนี้เป็นส่วนสำคัญของมหาวิทยาลัย การจัดการศึกษา และด้านผลผลิตของมหาวิทยาลัยหรือนักศึกษาและบัณฑิตนั้นถือว่าเป็นเหตุผลเริ่มต้นของการเลือกศึกษาต่อดังกล่าวจึงควรจะต้องอยู่ในลำดับต้นๆ ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายควรส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษาและด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิตให้มากขึ้น หรืออาจต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งก็คือ นักเรียนให้เห็นชัดเจนขึ้น

2. จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้านการจัดการศึกษา พบว่าในส่วนที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 2 อันดับท้าย คือ คณะและวิชาที่เปิดสอนมีคุณภาพ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นผู้นำทางด้านการศึกษา ฉะนั้นทางมหาวิทยาลัยจึงควรพัฒนาในสวนนี้ หรือควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในส่วนนี้ให้นักเรียนเห็นชัดเจนขึ้น

3. จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้านสิ่งแวดล้อมพบว่าในส่วนที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ 2 อันดับท้าย คือบรรยากาศในมหาวิทยาลัยอบอุ่นน่าเรียน และมีความเหมาะสมในเรื่องทำเลที่ตั้ง ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจึงควรพัฒนาหรือส่งเสริมในส่วนนี้เพิ่มขึ้น เพื่อให้นักเรียนเห็นภาพชัดเจนขึ้น

4. จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้านคุณภาพของนักศึกษา และบัณฑิต พบว่าในส่วน นักศึกษาและบัณฑิตมีวิสัยทัศน์กว้างไกล และนักศึกษาและบัณฑิตแต่งกายดี นั้นมีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์เป็น 2 อันดับท้าย ทางมหาวิทยาลัยจึงควรส่งเสริมนักศึกษาและบัณฑิตในด้านวิสัยทัศน์ และเคร่งครัดในเรื่องการแต่งกายเพิ่มขึ้น

5. จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น พบว่าเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับท้ายคือ มหาวิทยาลัยส่งเสริมเรื่อง

คุณธรรมจริยธรรม ฉะนั้นทางมหาวิทยาลัยควรส่งเสริมเรื่องดังกล่าวให้มากขึ้น หรือมีการประชาสัมพันธ์ในส่วนนี้ให้เห็นชัดเจนมากขึ้น

6. จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า 2 อันดับท้ายที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์น้อยที่สุด คือ เรื่องข่าวสารของมหาวิทยาลัยเข้าใจง่ายชัดเจน และข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมีข้อมูลที่ดึงดูดใจ ฉะนั้นทางมหาวิทยาลัยควรปรับปรุงในเรื่องข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ให้มีความชัดเจน และดึงดูดใจให้มากขึ้น

7. จากการศึกษาการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ พบว่าสื่อที่นักเรียนพบมาก 5 อันดับแรก คือ วิทยุ (สถานีวิทยุชนเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ความถี่ FM 104.25 MHz) ป้ายรถเอ๊าท์ เว็บไซต์ (www.cru.in.th) การประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัยตามโรงเรียน และแผ่นพับ ใบปลิว ตามลำดับ ทางมหาวิทยาลัยจึงควรควรลดการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนลง เพราะจากผลการศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ได้รับความสนใจมากนัก จะเห็นได้ว่าสื่อที่นักเรียนเปิดรับ 5 อันดับแรกส่วนใหญ่เป็นสื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์นั้นจัดอยู่ในลำดับท้ายๆ มหาวิทยาลัยอาจเปลี่ยนจากการนำเสนอข้อมูลในสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับกลุ่มนี้ให้อยู่ในรูปสื่อเฉพาะกิจให้มากขึ้น จะทำให้กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปิดรับข่าวสารจากมหาวิทยาลัยได้มากขึ้น อีกทั้งจากผลการศึกษาพบว่านักเรียนเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากศูนย์ข้อมูลราชภัฏเชียงราย (CRU Friends) ค่อนข้างน้อย อาจเพราะทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม ไม่ใช่สถานที่ที่นักเรียนพบเห็นได้บ่อย ดังนั้นควรนำงบประมาณของศูนย์ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ในสื่ออื่นที่นักเรียนสามารถเข้าถึงได้ดี เช่น วิทยุ ป้ายรถเอ๊าท์ เว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัยตามโรงเรียน เป็นต้น

8. จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนคติของนักเรียนด้านสิ่งแวดล้อม เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์สูงสุด แสดงว่าเป็นด้านที่ดึงดูดใจนักเรียนมากที่สุด ดังนั้นมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ควรดูแล รักษา สภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยให้สวยงาม

9. นักเรียนส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในแผนการเรียนวิทย์-คณิต ดังนั้นการรับนักศึกษาหรือการจัดการเรียนการสอน ควรสอดคล้องกับแผนการเรียนและสัดส่วนจำนวนนักเรียนในแผนการเรียนต่างๆ ที่นักเรียนเรียนอยู่ การเปิดสอนสาขาวิชาใหม่ควรคำนึงถึงพื้นฐานการเรียนของผู้ที่จะเข้ามาเรียน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการศึกษา

10. รายได้ของผู้ปกครองนักเรียนส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นการจัดเก็บ ค่าธรรมเนียม หรือค่าหน่วยกิต ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ควรให้สอดคล้องกับรายได้ของผู้ปกครอง เพราะค่าใช้จ่ายเป็นหนึ่งในปัจจัยประกอบการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันต่างๆ ด้วยเช่นกัน

11. จากผลการวิจัย พบว่านักเรียนที่อยู่ในโรงเรียนในเขตเทศบาล ซึ่งมีโอกาสและรายได้ครอบครัวดีกว่านักเรียนในโรงเรียนนอกเขตเทศบาล ให้คะแนนภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายต่ำกว่านักเรียนในโรงเรียนนอกเขตเทศบาล แสดงให้เห็นว่า หากมีทางเลือกในการศึกษาต่อ นักเรียนในโรงเรียนในเขตเทศบาลไม่ได้เลือกเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นอันดับแรก ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจึงควรส่งเสริมภาพลักษณ์ในทุกด้านให้มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียนในโรงเรียนในเขตเทศบาล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะมีการศึกษาในกลุ่มอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น กลุ่มผู้ปกครองนักเรียน กลุ่มคนทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เป็นต้น เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาในส่วน of นักเรียน ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าขององค์กร แต่ผลการศึกษาอาจยังไม่ครอบคลุมพอ เพราะการเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้อยู่ในด้านดี จะต้องศึกษาข้อมูล ข้อดี ข้อเสีย และความต้องการ ในทัศนะของกลุ่มเป้าหมาย ของกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลงานวิจัยที่ได้จะทำให้สามารถประเมินสถานการณ์และเลือกการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องเหมาะสม ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม เป็นประโยชน์แก่งานการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยได้เป็นอย่างดี
2. การสุ่มตัวอย่างจากนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 5 เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความน่าสนใจของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่น่าเข้าศึกษาต่อ ซึ่งไม่ได้สะท้อนภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ได้ชัดเจนสมบูรณ์ การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายให้ครบถ้วน ควรใช้กลุ่มตัวอย่างจากทุกช่วงอายุ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายได้ดีที่สุด
3. ควรมีการศึกษาด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพื่อหาข้อเด่นข้อด้อยเพิ่มเติม ในการนำไปปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ต่อไป
4. สื่อบางชนิด เช่น เว็บไซต์ การเข้าถึงของนักเรียนในแต่ละพื้นที่อาจมีความต่างกัน เช่นในชนบทห่างไกลอาจเข้าถึงได้ยาก ซึ่งไม่ได้หมายความว่าสื่อชนิดนั้นมีคุณภาพด้อยกว่าสื่อชนิดอื่น กรวิจัยเรื่องภาพลักษณ์จากสื่อจึงควรใช้สื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสเข้าถึงได้เท่าเทียมกัน

บรรณานุกรม

- กัญญา ศิริกุล. 2540. **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2541ก. **การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย**. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- _____. 2541ข. **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา นาคสกุล. 2547. “ภาษาไทยวันนี้ภาพลักษณ์ ภาพพจน์”. **สกุลไทย** 50, 2606 (28 กันยายน): 109.
- กิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายร่วมกับชุมชน ทำเนียบหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักการเมืองระดับท้องถิ่น และจังหวัด ในจังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2547**. 2548. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- กิตติมา สุรสนธิ. 2541. **ความรู้ทางสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลวลี รื่นรมย์. 2547. **การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น**. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- จิราภรณ์ สีขาว. ม.ป.ป. “ภาพลักษณ์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.Idea.go.th/~nithitad/image.html> (25 กันยายน 2547).
- จรัส กลิ่นหนู. 2548. **ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย**. เชียงราย: งานวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์. 2544. **การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows**. ขอนแก่น: โครงการผลิตตำรา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. 2535. **การสื่อสารสถาบันกับการสร้างภาพพจน์: ศึกษากรณีการเคหะแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงพร คำคุณวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง. 2536. **การสื่อสารการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: ทีพีพรินท์.
- ตรึงตรา ทรัพย์ส่งแสง. 2541. **ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขต กรุงเทพฯ**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เทียนชัย วงศ์ชัยสุวรรณ. 2539. **สู่กระแสบวาทชนใหม่: Global Vision**. กรุงเทพฯ: ไอโอเนิก อินเตอร์เทรค รีซอสเซส.

- ปรเม สตะเวทิน. 2541. การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. 2546. ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. 2537. “การประเมินผลภาพพจน์และภาพพจน์เชิงลบ”. วารสารสื่อสารมวลชน 4, 1 (มิถุนายน-ตุลาคม): 124-125, 129.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2537. ภาพลักษณ์กับการประชาสัมพันธ์ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรพิชชา ภัทรากร. 2545. การรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- พัชราภรณ์ เอี่ยมสุทธา. 2541. การวางแผนการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: แผนกตำรา คำสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภูริดา สีตมา. 2544. ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนา ปัญญาดี. 2541. ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุด ในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 2548. รายงานการประเมินตนเอง สถาบันราชภัฏเชียงราย. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- วันทนา จิรนา. 2537. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ประเทศไทย จำกัด. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาลนา จันทร์สว่าง สุเทพ เชาวลิต วิทยา เทียนจวง ดวงพร คำณูนวัฒน์ และ ศรีปราชญ์ สามีคศิริธรรม. 2541. ภาพลักษณ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- วิจิตร อาวะกุล. 2541. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. 2545. สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา. 2539. ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สมควร กวียะ. 2527. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- สิริรัตน์ อานามนารถ. 2543. การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมสังคมและวัฒนธรรมองค์การขององค์การภาครัฐและองค์การภาคเอกชน ในธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่ครบวงจร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุริดา ชีโนดม. 2545. การศึกษาโครงการรณรงค์ที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่เด็กและเยาวชนเกี่ยวกับยาเสพติด: ศึกษาเฉพาะสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนกลาง. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนีย์ จุไรสินธุ์ (บรรณาธิการ). 2542. ราชภัฏ: กระบวนทัศน์และวิสัยทัศน์ใหม่ในการจัดการจัดการฝึกหัดครูไทย. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- สุภาพร ศรีสัตตรัตน์. 2544. การประเมินผลการสื่อสารโครงการส่งเสริมประชาธิปไตยในชุมชนศึกษาเฉพาะกรณีนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตจังหวัดบุรีรัมย์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: เอ เอ็น การพิมพ์.
- _____. 2542. การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและแท็กซ์.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1. 2548. “จำนวนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต1”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://210.1.20.11/web/report/indexsum_reg.php (10 มิถุนายน 2548).
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. 2548. รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2547 : Internet User Profile of Thailand 2004. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ.
- อดิษฐ์ นิमितสถาพร. 2544. ภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชน เขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิวัจ พุกสวัสดิ์. 2546. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- อานวย วีวรรณ. 2527. การแก้วิกฤตการณ์และสร้างภาพพจน์ให้กับองค์การ ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Jefkins, Frank. 1982. **Public Relations Made Simple**. London: Heinemann.

Kretch, Crutchfield, Charles, A. Kiesler. Barry E. Collins and Norman Miller. 1969. **Attitude Change: A Critical Analysis of Theretical Approaches**. New York: John Wiley & Sons.

Kotler, Phillip. 1993. **Marketing , Analysis, Planning Implementation, and Control**. New Jersey: Prenice-Hall.

_____. 2000. **Marketing Management**. New Jersey: Prenice-Hall.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดเชียงราย

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 โดยแยกแบบสอบถามเป็น 4 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จากสื่อต่างๆ
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (คำถามปลายเปิด)

การให้ข้อมูลของท่านจะช่วยให้การวิจัยครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ เป็นข้อมูลทางวิชาการ และเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามให้ครบ ไม่เว้นข้อใดข้อหนึ่ง เพราะคำตอบที่ได้จะไม่สมบูรณ์และมีผลต่อการนำไปวิเคราะห์ต่อไป

ขอขอบคุณในความร่วมมือ
ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

สำหรับผู้วิจัย

1. เพศ

()¹ ชาย

()² หญิง

☐

2. อายุ

()¹ ต่ำกว่า 16 ปี ระบุ

()² 16 ปี

()³ 17 ปี

()⁴ 18 ปี

()⁵ มากกว่า 18 ปี ระบุ

☐

3. โรงเรียน

()¹ โรงเรียนเมืองเชียงราย

()² โรงเรียนดอนชัยวิทยาคม

()³ โรงเรียนคอนสีลาผางามวิทยาคม

()⁴ โรงเรียนเวียงชัยวิทยาคม

()⁵ โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์

()⁶ โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม

()⁷ โรงเรียนห้วยสักวิทยาคม

()⁸ โรงเรียนเม็ງรายมหาราชวิทยาคม

()⁹ โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม 2

()¹⁰ โรงเรียนจุฬาภรณราชวิทยาลัย เชียงราย

()¹¹ โรงเรียนเวียงเชียงรุ้งวิทยาคม

☐

4. แผนการเรียน

()¹ วิทยาศาสตร์

()² ศิลป-ภาษา

()³ ศิลป-คำนวณ

()⁴ ศิลป-สังคม

()⁵ อื่นๆ

☐

สำหรับผู้วิจัย

5. ระดับการศึกษาของบิดา-มารดา

- บิดา () ม. 6 / ปวช. มารดา () ม. 6 / ปวช.
 () อนุปริญญา / ปวศ. () อนุปริญญา / ปวศ.
 () ปริญญาตรี () ปริญญาตรี
 () สูงกว่าปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี
 () อื่นๆ () อื่นๆ

☐

6. อาชีพของบิดา-มารดา

- บิดา ()¹ รับราชการ มารดา ()¹ รับราชการ
 ()² พนักงานบริษัทเอกชน ()² พนักงานบริษัทเอกชน
 ()³ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ()³ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ()⁴ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ()⁴ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 ()⁵ อื่นๆ (ระบุ)..... ()⁵ อื่นๆ (ระบุ).....

☐ ☐

7. รายได้ครอบครัว (/เดือน)

- () ต่ำกว่า 5,000 บาท
 () 5,000 – 10,000 บาท
 () 10,000 – 15,000 บาท
 () มากกว่า 15,000 บาท

☐

8. ความเกี่ยวข้องกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- ()¹ ไม่เกี่ยวข้อง
 ()² ผู้ปกครองหรือญาติ ทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ()³ ผู้ปกครองหรือญาติ จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ()⁴ สถานที่ตั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายใกล้บ้าน
 ()⁵ อื่นๆ (ระบุ).....

☐

ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จากสื่อต่างๆ จำแนกตามชนิดของสื่อ
ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายจากสื่อใดบ้าง (เลือกเพียง 5 แหล่ง โดยเรียงลำดับ จาก 1 หมายถึงพบมากที่สุด ถึง 5 หมายถึงพบน้อยที่สุด)

สำหรับผู้วิจัย

- ()¹ Website
- ()² โทรศัพท์
- ()³ วิทยุ (FM 104.25 MHz)
- ()⁴ หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง
- ()⁵ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
- ()⁶ หนังสือพิมพ์ก้านบัว
- ()⁷ วารสารก้านบัว
- ()⁸ ข่าวแจก
- ()⁹ ป้ายกัทเฮ้าท์ (ป้ายกลางแจ้ง)
- ()¹⁰ ไปสเตอร์
- ()¹¹ แผ่นพับ ใบปลิว
- ()¹² ศูนย์ข้อมูลมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (ในไนท์บาซ่า จ.เชียงราย)
- ()¹³ การประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัย "ไปตามโรงเรียน"
- ()¹⁴ โปสเตอร์
- ()¹⁵ ปฏิทินพกพา
- ()¹⁶ อื่นๆ

☐
☐
☐
☐
☐

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ขอให้ท่านพิจารณาว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนะของท่านในด้านต่างๆ เป็นอย่างไรบ้าง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความเห็นตามความเป็นจริง

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	
1	ด้านการจัดการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี ความเป็นเลิศทางวิชาการ						
2	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็น ผู้นำทางด้านการศึกษา						
3	คณะและวิชาที่เปิดสอนใน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี คุณภาพ						
4	คณะและวิชาที่เปิดสอนใน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี หลากหลาย						
5	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีสื่อ การสอนที่ทันสมัย						
6	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี ความพร้อมในการจัดการเรียน การสอน						
7	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายการ จัดการเรียนการสอนมีคุณภาพ						
8	ผู้สอนมีความรู้จริงในเรื่องที่สอน						
9	ผู้สอนมีวิธีการสอนที่หลากหลาย						
10	ผู้สอนมีความสามารถในการ ถ่ายทอดความรู้						
11	ผู้สอนเอาใจใส่นักศึกษาอย่าง ทั่วถึง						

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	
12	ด้านสถานที่สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี ความเหมาะสมในเรื่องทำเลที่ตั้ง						
13	อาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงรายกว้างขวาง						
14	สถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายมีความร่มรื่น สวยงาม น่าอยู่						
15	บรรยากาศในมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายอบอุ่นน่าเรียน						
	ด้านคุณภาพของนักศึกษาและ บัณฑิต						
16	นักศึกษาและบัณฑิตของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็น ที่ยอมรับของสังคม						
17	นักศึกษาและบัณฑิตของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี วิสัยทัศน์กว้างไกล						
18	นักศึกษาและบัณฑิตของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายแต่ง กายดี						
19	นักศึกษาและบัณฑิตของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี มนุษยสัมพันธ์ดี						
20	นักศึกษาและบัณฑิตของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี ชื่อเสียง						

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	
	ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนา ท้องถิ่น						
21	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็น สถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น						
22	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี ชื่อเสียงในด้านดีเป็นส่วนใหญ่						
23	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็น ที่รู้จักของคนทั่วไป						
24	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายทำ ประโยชน์ให้แก่สาธารณชน						
25	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายสร้าง ความเจริญให้กับชุมชน						
26	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่ สังคม						
27	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ส่งเสริมเรื่องคุณธรรมจริยธรรม						
28	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ส่งเสริมการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมไทย						
29	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม						
30	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีการ รณรงค์ป้องกันยาเสพติด						
31	ความมีชื่อเสียงของอาจารย์ใน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย						
32	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็น ที่พึ่งของคนในท้องถิ่น						
33	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็น ทางเลือกให้กับนักเรียนใน ท้องถิ่น						

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	
	ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนา ท้องถิ่น						
34	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเปิด โอกาสให้ผู้มีรายได้น้อยเข้ามา ศึกษา						
	ด้านการประชาสัมพันธ์						
35	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีการ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน						
36	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมีการ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ						
37	ข่าวสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงรายเข้าใจง่าย ชัดเจน						
38	ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายมี ข้อมูลที่ดึงดูดใจ						

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในปัจจุบันเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข
การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา

การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา

1. การดำเนินงานกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา

1.1 หลักการและความเป็นมา

1.1.1 เจตนารมณ์ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 และพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

1) รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้บัญญัติถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมที่สำคัญ ดังนี้ บุคคลย่อมมีสิทธิเสมอกัน ในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่าสิบสองปีที่รัฐจะต้องจัดให้ อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่ายการจัดการศึกษาอบรมของรัฐ ต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วม ร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเอกชน ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติการจัดการศึกษาอบรมขององค์กรวิชาชีพ และเอกชนภายใต้การกำกับดูแลของรัฐย่อมได้รับความคุ้มครอง ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ (มาตรา 43) รัฐต้องให้ความอุปถัมภ์ และคุ้มครองพระพุทธศาสนาและศาสนาอื่น ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความสมานฉันท์ระหว่างศาสนิกชนของทุกศาสนา รวมทั้งสนับสนุนการนำหลักธรรมของศาสนามาใช้เพื่อเสริมสร้างคุณธรรมและพัฒนาคุณภาพชีวิต (มาตรา 73) รัฐ ต้องจัดการศึกษาอบรม และสนับสนุนให้เอกชนจัดการศึกษาอบรมให้เกิดความรู้คู่คุณธรรม จัดให้มีกฎหมายเกี่ยวกับการศึกษาแห่งชาติ ปรับปรุงการศึกษาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม สร้างเสริมความรู้ และปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเมือง การปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข สนับสนุนการค้นคว้าวิจัยในศิลปวิทยาการต่างๆ เร่งรัด พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาประเทศ พัฒนาวิชาชีพครู และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ (มาตรา 81) จากบทบัญญัติที่สำคัญดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญที่ต้องการให้เรื่องของการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ได้รับการดำเนินการเพื่อเข้าสู่วิถีชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง โดยการดำเนินงานของรัฐที่ต้องจัดและให้การสนับสนุนส่งเสริม

2) พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 เป็นกฎหมายที่เกิดจากเจตนารมณ์และบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญฯ มาตรา 81 ดังกล่าว ที่ได้บัญญัติเรื่องของการศึกษา ทั้งในเรื่องของความมุ่งหมาย และหลักการสิทธิและหน้าที่ทางการศึกษา ระบบการศึกษาแนวการจัดการศึกษา การบริหารและการจัดการศึกษา มาตรฐานและประกันคุณภาพการศึกษา ครู ศึกษานิเทศก์ และบุคลากรทางการศึกษา ทรัพยากรและการลงทุนเพื่อการศึกษา และเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา โดยที่พระราชบัญญัติการศึกษา

แห่งชาติได้กำหนดความมุ่งหมาย และหลักการของการจัดการศึกษาไว้ว่า การจัดการศึกษาต้อง เป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มี จริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (มาตรา 6) ใน การจัดการศึกษาให้ยึดหลัก เป็น การศึกษาตลอดชีวิตสำหรับประชาชน ให้สังคมมีส่วนร่วมใน การจัดการศึกษา การพัฒนาสาระและกระบวนการเรียนรู้ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ได้กำหนด หลักของการจัดระบบโครงสร้าง และกระบวนการจัดการศึกษาไว้ดังนี้

(1) มีเอกภาพด้านนโยบาย และมีความหลากหลายในการ ปฏิบัติ

(2) มีการกระจายอำนาจไปสู่เขตพื้นที่การศึกษา สถานศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(3) มีการกำหนดมาตรฐานการศึกษา และจัดระบบ ประกันคุณภาพการศึกษาทุกระดับและประเภทการศึกษา

(4) มีหลักการส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพครู ณาจารย์ และ บุคลากรทางการศึกษา และการพัฒนาครู ณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

(5) ระดมทรัพยากรจากแหล่งต่างๆ มาใช้ในการจัด การศึกษา

(6) การมีส่วนร่วมของบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กร ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถาน ประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น

จากความมุ่งหมายและหลักการดังกล่าวนำไปสู่การจัดโครงสร้างและหน้าที่ของ ระดับกระทรวงการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมให้ทำหน้าที่เฉพาะการกำกับดูแลการศึกษาทุกระดับและทุกประเภท การศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม กำหนดนโยบาย แผน และมาตรฐาน การศึกษา สนับสนุนทรัพยากรเพื่อการศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม รวมทั้งการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการจัดการศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม (มาตรา 31) โดยในเรื่อง ของการบริหารและการจัดการให้กระจายไปยังเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษา กล่าวคือ ได้ บัญญัติให้การบริหารและการจัดการศึกษาขึ้นพื้นฐาน และอุดมศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาให้ยึดเขต พื้นที่การศึกษา โดยคำนึงถึงปริมาณสถานศึกษาจำนวนประชากรเป็นหลัก และความเหมาะสม ด้านอื่นด้วย และให้รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของสภาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมแห่งชาติ มีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษากำหนดเขตพื้นที่การศึกษา (มาตรา 37) ในแต่ละเขตพื้นที่

การศึกษาให้มีคณะกรรมการและสำนักงานการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษา มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และสถานศึกษาอุดมศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญา รวมทั้งพิจารณาจัดตั้ง ยุบ รวม หรือเลิกสถานศึกษา ประสาน ส่งเสริมและสนับสนุนสถานศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่การศึกษา ประสานและส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถจัดการศึกษาสอดคล้องกับนโยบายและมาตรฐานการศึกษา ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษาของบุคคล ครอบครัว องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่นที่จัดการศึกษาในรูปแบบที่หลากหลาย รวมทั้งการกำกับดูแลหน่วยงานด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมในเขตพื้นที่การศึกษา (มาตรา 38) ให้กระทรวงกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา ทั้งด้านวิชาการ งบประมาณการบริหารงานบุคคล และการบริหารทั่วไปไปยังคณะกรรมการและสำนักงานการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษา และสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาโดยตรง (มาตรา 39) จากบทบัญญัติดังกล่าว เมื่อพิจารณาโดยรวมจะเห็นได้ว่า พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ต้องการให้การบริหารจัดการด้านการศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม มีการดำเนินการในระดับเขตพื้นที่การศึกษา มีความคล่องตัว มีความเป็นอิสระที่บริหารจัดการโดยองค์กรคณะบุคคล สำหรับการดำเนินงานด้านนโยบาย แผน และมาตรฐาน เป็นภารกิจขององค์กรในกระทรวงซึ่งเป็นราชการในส่วนกลาง และไม่มีเจตนาหมายที่จะให้มีหน่วยงานบริหารอยู่เหนือหรือได้เขตพื้นที่การศึกษาอีก ดังนั้น เขตพื้นที่การศึกษาจึงเป็นองค์กรสำคัญในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ให้บรรลุตามความมุ่งหมายและหลักการของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ

1.1.2 การวิเคราะห์และวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ร่างพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 กำลังดำเนินการในรัฐสภาและมีแนวโน้มค่อนข้างชัดเจนแล้ว กระทรวงศึกษาธิการได้มีการเตรียมการปฏิรูประบบบริหารการศึกษาให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ด้วยการแต่งตั้งคณะกรรมการปฏิรูประบบบริหารการศึกษาในกระทรวงศึกษาธิการ โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ (นายชุมพล ศิลปอาชา) ในขณะนั้น สภาพและปัญหาของการจัดการศึกษาที่ดำเนินการอยู่ในขณะนั้นและเห็นว่า หากจะให้ระบบการศึกษามีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตามเป้าหมาย ควรยึดหลัก 3 ประการ คือ ความเป็นเอกภาพ การกระจายอำนาจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยการกระจายอำนาจไปให้กับหน่วยปฏิบัติในพื้นที่การศึกษา และยึดพื้นที่ที่ไม่ใหญ่มากเกินไปสามารถสะท้อนศักยภาพและความต้องการของชุมชน และประชาชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมได้อยู่อย่างแท้จริง พร้อมทั้งได้วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียระหว่างการใช้เขตอำเภอและเขตเลือกตั้งเป็นเขตพื้นที่การศึกษาไว้ว่า การใช้เขตอำเภอเป็นเขตพื้นที่การศึกษามีความเหมาะสมมากกว่าเขต

เล็กลง เพราะเขตเลือกตั้งมีการแบ่งพื้นที่ของอำเภอบางอำเภอออกไปอยู่ในเขตเลือกตั้งในหลายลักษณะ อาจก่อให้เกิดความสับสนแก่ประชาชน และอาจมีการปรับเปลี่ยนเขตพื้นที่การศึกษาได้ง่าย การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาจึงควรยึดเขตอำเภอโดยมีเกณฑ์ ดังนี้

- 1) มีประชากรประมาณ 120,000 คน ขึ้นไป
- 2) มีสถานศึกษา ตั้งแต่ก่อนระดับประถมศึกษาถึงระดับมัธยมศึกษาครบ และมีจำนวนใกล้เคียงกัน
- 3) มีสภาพภูมิศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตเหมือนกัน หรือเป็นพื้นที่ติดต่อกัน
- 4) เป็นเขตปกครองที่ประชาชนมีการกิจเกี่ยวพันและมีความเคยชินที่จำเป็นต้องปฏิบัติตามระเบียบแบบแผนของวิถีชีวิต และราชการสำหรับแนวทางการพิจารณากำหนดเขตพื้นที่การศึกษา มีดังนี้
 - (1) อำเภอที่มีปริมาณประชากรและสถานศึกษาตามเกณฑ์หรือสูงกว่าเกณฑ์ จะได้รับการกำหนดเป็นหนึ่งเขตพื้นที่การศึกษา
 - (2) อำเภอที่มีปริมาณประชากรและสถานศึกษาต่ำกว่าเกณฑ์ จะรวมเข้าด้วยกันกับอำเภอที่มีข้อมูลดังกล่าวต่ำกว่าเกณฑ์และมีพื้นที่ติดต่อกันจัดเป็นเขตพื้นที่การศึกษาเดียวกัน
 - (3) อำเภอที่มีประชากรและสถานศึกษาต่ำกว่าเกณฑ์ และไม่มีอำเภอใกล้เคียง ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่จะรวมกันได้ หากต่ำกว่าเกณฑ์เล็กน้อยจะจัดเป็นหนึ่งเขตพื้นที่การศึกษา แต่หากต่ำกว่าเกณฑ์มากจะจัดรวมกับอำเภอที่อยู่ติดกัน ซึ่งเข้าเกณฑ์อยู่แล้ว
 - (4) จังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดเล็กหรือเป็นเกาะ จัดรวมเป็นเขตพื้นที่การศึกษาเดียวกันทั้งจังหวัด

ผลการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาตามเกณฑ์และแนวทางดังกล่าว ทำให้มีเขตพื้นที่การศึกษาทั่วประเทศ จำนวน 327 เขตพื้นที่การศึกษา โดยกรุงเทพมหานครจัดเป็น 1 เขต เขตพื้นที่การศึกษาจำนวน 327 เขต สามารถจำแนกให้เห็นภาพรวมได้ดังนี้

1. เขตพื้นที่การศึกษาที่มีอำเภอเดียว จำนวน 63 เขต
2. เขตพื้นที่การศึกษาที่รวมอำเภอ จำนวน 257 เขต
3. เขตพื้นที่การศึกษาทั้งจังหวัด จำนวน 7 เขต

ในขณะเดียวกัน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ ได้สนับสนุนงบประมาณบางส่วนจากโครงการศึกษาวิจัยและการเงินเพื่อการศึกษา เงินกู้จากธนาคารพัฒนาเอเซีย (ADB) ให้แก่สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ และสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ร่วมกันวิจัย “การศึกษาตัวแปรเพื่อกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา” โดยดำเนินการเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ดำเนินการโดยสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ เป็นการศึกษา ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาทั้งหมด ด้วยการสัมภาษณ์สำรวจและสนทนา กลุ่มเพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้บริหารการศึกษาและนักวิชาการ ผลการวิจัยพบตัวแปรสำคัญ 6 ตัวแปร คือ จำนวนสถานศึกษา จำนวนประชากร อัตราความหนาแน่นของประชากรลักษณะเฉพาะทางสังคม วัฒนธรรม ลักษณะภูมิศาสตร์ การคมนาคม และการติดต่อสื่อสารและเขตอำเภอ

ระยะที่ 2 ดำเนินการโดยสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของการนำตัวแปรจากการศึกษาระยะที่ 1 มากำหนดเขตพื้นที่การศึกษาด้วยการทดลองในจังหวัดที่มีลักษณะแตกต่างกัน จำนวน 4 จังหวัด คือ นครราชสีมา แม่ฮ่องสอน ยะลา และพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบตัวแปรที่ควรนำมากำหนดเขตพื้นที่การศึกษามี 4 ตัวแปร คือ จำนวนประชากร เขตอำเภอ จำนวนสถานศึกษา และลักษณะทางภูมิศาสตร์ การคมนาคมและการติดต่อสื่อสาร สำหรับตัวแปรลักษณะทางสังคม ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นตัวแปรที่ควรคำนึงถึงด้วยและเสนอให้กำหนดพื้นที่เป็น 2 ลักษณะ คือ พื้นที่ลักษณะทั่วไปกับพื้นที่ลักษณะพิเศษ พื้นที่ลักษณะพิเศษ คือ พื้นที่ที่มีลักษณะของภูมิประเทศยากลำบากต่อการเดินทาง และการติดต่อสื่อสารการดำเนินการวิจัยทั้ง 2 ระยะนั้น ได้รับความร่วมมือในการดำเนินงานจากจังหวัดตัวอย่างในการ รวบรวมข้อมูลโดยผู้ประสานงานจังหวัด และวิเคราะห์ข้อมูลตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 โดยนักวิชาการส่วนกลาง

จากเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 กอรปกับการวิเคราะห์เป็นเบื้องต้น ของคณะกรรมการปฏิรูประบบบริหารการศึกษาในกระทรวงศึกษาธิการ และผลการวิจัย “การศึกษาตัวแปรเพื่อกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา” นำมาสู่การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาทั่วประเทศจำนวน 295 เขต ตลอดจนได้ดำเนินการตรวจสอบศักยภาพของเขตพื้นที่การศึกษาที่กำหนดขึ้นนี้ ด้วยการศึกษาค้นคว้าเชิงลึกใน 12 เขตพื้นที่การศึกษา ซึ่งพบว่า ในภาพรวมด้านครูและอาคารสถานที่ของเขตพื้นที่การศึกษาที่กำหนด สามารถรองรับนักเรียนขั้นพื้นฐานการศึกษาได้อย่างเพียงพอ แต่เมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีบางเขตพื้นที่การศึกษาโดยเฉพาะ

เขตพื้นที่การศึกษาที่รวมอำเภอเล็กที่มีประชากรเบาบางและอยู่ห่างไกล ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายไม่สามารถรองรับนักเรียนได้เพียงพอ การเคลื่อนย้ายของนักเรียนและประชากรวัยเรียนไม่มีผลกระทบต่อความสามารถในการรองรับนักเรียน ค่าใช้จ่ายประหยัดกว่าการบริหารและการจัดการศึกษาในรูปแบบปัจจุบัน และมีอาคารสถานที่ของสำนักงานทางการศึกษา เพียงพอต่อการกำหนดให้เป็นที่ทำกาของสำนักงานฯ เขตพื้นที่การศึกษา แต่บางเขตพื้นที่การศึกษาที่อาจมีสำนักงานแยก 2-3 ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน

1.2 การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา

จากกระบวนการได้มาซึ่งหลักการและเกณฑ์ในการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา ที่สนองต่อเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ดังกล่าวนำมาซึ่งเป็นแนวทางการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาทั่วประเทศ ดังนี้

1.1.2 หลักการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา

- 1) เขตพื้นที่การศึกษาแต่ละเขตควรมีปริมาณงานพอเหมาะและใกล้เคียงกัน ซึ่งจะส่งผลต่อการบริหาร และการจัดการที่มีประสิทธิภาพ
- 2) เขตพื้นที่การศึกษาควรสอดคล้องกับเขตปกครอง ที่ไม่ใหญ่และไม่เล็กเกินไปสะท้อนความเป็นท้องถิ่นที่ประชาชนมีความคุ้นเคยและผูกพันอยู่แล้ว และประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่
- 3) คำนึงถึงความประหยัดและคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุด และมีการเชื่อมโยงการจัดการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมกับองค์กรต่าง ๆ

1.2.2 เกณฑ์การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา

จากผลการวิจัย “การศึกษาตัวแปรเพื่อกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา” นอกจากจะพบตัวแปรที่ควรนำมากำหนดเขตพื้นที่การศึกษาจำนวน 4 ตัวแปรแล้ว ยังพบว่าแต่ละตัวแปรมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- 1) จำนวนประชากร แต่ละเขตพื้นที่การศึกษาควรมีจำนวนประชากรประมาณ 150,000 - 200,000 คน
- 2) จำนวนสถานศึกษา แต่ละเขตพื้นที่การศึกษาควรมีสถานศึกษาขั้นพื้นฐานประมาณ 100 แห่ง โดยคำนึงถึงโอกาสทางการศึกษาสายสามัญและสายอาชีพด้วย
- 3) เขตอำเภอ ใช้เขตอำเภอเป็นเกณฑ์การแบ่งเขตพื้นที่การศึกษาและไม่มีการแบ่งอำเภอ โดยอำเภอที่มีจำนวนประชากรตามเกณฑ์หรือมากกว่าเกณฑ์

ตามข้อ 1) จะจัดเป็น 1 เขตพื้นที่การศึกษา หากน้อยกว่าเกณฑ์ตามข้อ 1) จะรวมกับอำเภอใกล้เคียง เป็นเขตพื้นที่การศึกษาเดียวกัน สำหรับจังหวัดขนาดเล็กที่มีจำนวนประชากรใกล้เคียงกับเกณฑ์ตามข้อ 1) จะใช้เขตจังหวัดเป็นเขตพื้นที่การศึกษา

4) ลักษณะทางภูมิศาสตร์ การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร แต่ละเขตพื้นที่การศึกษาควรเดินทางไป-กลับได้ภายใน 1 วัน สำหรับกรุงเทพมหานคร ได้นำตัวแปรอัตราความหนาแน่นของประชากรมาพิจารณาด้วย เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีประชากรหนาแน่นและมีการคมนาคมที่มีลักษณะเฉพาะ

1.2.3 ผลการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาตามตัวแปร

คณะทำงานในพื้นที่เพื่อกำหนดเขตพื้นที่การศึกษา 2 ซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการ ส่วนกลางในสังกัดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาขั้นพื้นฐาน นักวิชาการจากมหาวิทยาลัย และนักวิชาการจากสถาบันราชภัฏในส่วนภูมิภาค ได้ร่วมกันกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาตามเกณฑ์การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาดังที่กล่าวมาแล้ว โดยใช้ฐานข้อมูลที่สร้างโดยคณะทำงานของจังหวัดทุกจังหวัดทั่วประเทศได้เขตพื้นที่การศึกษา จำนวน 295 เขต จำแนกเป็นส่วนภูมิภาค 289 เขต และกรุงเทพมหานคร 6เขต ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลตามตัวแปรสามารถวิเคราะห์ให้เห็นภาพรวมของเขตพื้นที่การศึกษาได้ ดังนี้

ส่วนภูมิภาค จำนวน 289 เขต

การกำหนดให้เขตพื้นที่การศึกษาในส่วนภูมิภาค มีจำนวน 289 เขต พบว่า

1. จำนวนประชากรต่อเขตเฉลี่ยเท่ากับ 193,209 คน มีจำนวนประชากรต่ำสุดเท่ากับ 82,009 คน มีจำนวนประชากรสูงสุด 425,592 คน
2. จำนวนสถานศึกษาต่อเขตเฉลี่ยเท่ากับ 126 แห่ง มีจำนวนสถานศึกษาต่ำสุด 52 แห่ง มีจำนวนสถานศึกษาสูงสุด 210 แห่ง
3. จำนวนอำเภอที่รวมกันเฉลี่ยเท่ากับ 3 อำเภอ ในการนี้ มีความหลากหลายของเขตพื้นที่การศึกษา ดังนี้
 - 1) เขตที่เป็นเขตจังหวัดมี จำนวน 7 เขต
 - 2) เขตที่มี 1 อำเภอมี จำนวน 26 เขต
 - 3) เขตที่รวมอำเภอ 2-5 อำเภอมี จำนวน 255 เขต
 - 4) เขตที่รวมอำเภอ 7 อำเภอมี จำนวน 1 เขต

กรุงเทพมหานคร จำนวน 6 เขต

การกำหนดให้กรุงเทพมหานคร มีเขตพื้นที่การศึกษาจำนวน 6 เขต ได้ใช้เกณฑ์ เช่นเดียวกับส่วนภูมิภาคแต่เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศ มีจำนวน ประชากร 5,603,782 คน¹ ในขณะที่มีพื้นที่เท่ากับ 1,568.74 ตารางกิโลเมตร มีอัตราความหนาแน่นของประชากรเท่ากับ 3,572 คนต่อตารางกิโลเมตร มีจำนวนสถานศึกษาในกำกับดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ 690 แห่ง กรุงเทพมหานครจึงมีลักษณะพิเศษในเรื่องอัตราความหนาแน่นของประชากร จึงกำหนดให้มีเขตพื้นที่การศึกษาจำนวน 5 เขต ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามตัวแปรพบว่า แต่ละเขตพื้นที่การศึกษามี จำนวน ประชากรระหว่าง 700,000 - 1,200,000 คน สถานศึกษามีจำนวน ระหว่าง 56 - 169 แห่ง การกำหนดให้กรุงเทพมหานครมีเขตพื้นที่การศึกษาจำนวน 6 เขต สอดคล้องกับการบริหารจัดการ ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพราะกรุงเทพมหานครได้จัดกลุ่มสำนักงานเขต เพื่อความคล่องตัวของการประสานงาน และการกำกับติดตามนโยบายด้านการศึกษาของกรุงเทพมหานคร โดยรวมเขตการปกครองเป็นการภายใน 6 กลุ่มสำนักงานเขต

1.2.4 กรอบโครงสร้าง อำนาจหน้าที่และอัตรากำลังของเขตพื้นที่การศึกษาพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 นอกจากกำหนดให้กระทรวงกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษาขึ้นพื้นฐานและอุดมศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญา ทั้งด้านวิชาการ งบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไปไปยังคณะกรรมการและสำนักงานการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาโดยตรง (มาตรา 39) แล้ว ยังกำหนดให้ประธาน ส่งเสริม และสนับสนุนสถานศึกษาเอกชน ประธานส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่งเสริม และสนับสนุนการจัดการศึกษาของบุคคล ครอบครัว องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น รวมทั้งการกำกับดูแลหน่วยงานด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมด้วย ดังนั้น เมื่อได้มีการวิเคราะห์ภารกิจที่ต้องปฏิบัติในเขตพื้นที่การศึกษาแล้ว สำนักงานปฏิรูปการศึกษาจึงได้มีข้อยุติเบื้องต้นในการจัดโครงสร้าง องค์กรและแบ่งส่วนงานของสำนักงานการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษาเพื่อรองรับภารกิจออกเป็น 9 กลุ่มงาน มีอัตรากำลังโดยเฉลี่ยเขตพื้นที่การศึกษาละประมาณ 70 อัตรา ดังนี้

1. กลุ่มงานอำนวยการ รับผิดชอบงานเกี่ยวกับบริหารทั่วไป และการประสานกับส่วนราชการต่าง ๆ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงเป็นเลขานุการของ คณะกรรมการการศึกษาศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษา

2. กลุ่มงานบุคลากร รับผิดชอบงานเกี่ยวกับงานเลขานุการ คณะอนุกรรมการข้าราชการครู และบุคลากรทางการศึกษา งานการเจ้าหน้าที่ งานพัฒนาบุคลากร และงานนิติการ

3. กลุ่มงานนโยบายและแผน รับผิดชอบงานเกี่ยวกับนโยบาย แผน และงบประมาณรวมถึงพิจารณาการจัดตั้ง ยุบ รวม หรือเลิกสถานศึกษา

4. กลุ่มงานส่งเสริมการศึกษาปฐมวัยและการศึกษาขั้นพื้นฐาน รับผิดชอบงานเกี่ยวกับการศึกษาปฐมวัยและการศึกษาขั้นพื้นฐาน ส่งเสริมการศึกษาแก่ผู้ด้อย โอกาส ส่งเสริมมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา ภูมิปัญญาท้องถิ่น และจัดให้มีเครือข่ายในการเรียนรู้

5. กลุ่มงานส่งเสริมการอาชีวศึกษาและการศึกษาเอกชน รับผิดชอบงานเกี่ยวกับประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และประกันคุณภาพการจัดการอาชีวศึกษาและการศึกษาของเอกชนองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น บุคคล ครอบครัว องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถานประกอบ การ และสถาบันสังคมอื่นที่จัดการศึกษา รวมถึงดูแลกองทุนและสวัสดิการครูเอกชน

6. กลุ่มงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและตามอัธยาศัย รับผิดชอบงานเกี่ยวกับการประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และประกันคุณภาพการศึกษานอกระบบ และตามอัธยาศัยของรัฐ และองค์กรอื่น

7. กลุ่มงานส่งเสริมพลานามัยและกิจการพิเศษ รับผิดชอบงาน เกี่ยวกับการส่งเสริมพัฒนาพลานามัยและการกีฬา งานลูกเสือ เนตรนารี และยุวกาชาด งานสารวัตร นักเรียนและงาน โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

8. กลุ่มงานส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม รับผิดชอบ งานเกี่ยวกับประสานส่งเสริม และพัฒนาการดำเนินงานด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ตลอดจน การส่งเสริมสถาบันศาสนาที่จัดการศึกษา

9. หน่วยนิเทศ ติดตามและประเมินผลการจัดการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม รับผิดชอบงานเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา การบริหารและการจัดการเรียนการสอน นิเทศระบบการบริหารและการจัดการเรียนการสอน การประกันคุณภาพการเรียนการสอน นิเทศ การดำเนินงานด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม ติดตามและประเมินผลของหน่วยงานสถานศึกษา

นอกจากนี้ ร่างระเบียบบริหารราชการในกระทรวงการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ที่ร่างขึ้น ยังได้กำหนดให้เขตพื้นที่การศึกษาต้องปฏิบัติงานงานที่ได้รับมอบหมายจากสำนักงานปลัดกระทรวง สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และสำนักงานคณะกรรมการการศาสนา และวัฒนธรรม และปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นหน้าที่ของสำนักงานการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษา เพื่อปฏิบัติหน้าที่ในภาพรวมของกระทรวงการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม และในเขตพื้นที่การศึกษา

1.3 การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษากับหลักการและเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 เมื่อพิจารณาเขตพื้นที่การศึกษาที่กำหนดขึ้นจำนวน 295 เขต ตรวจสอบย้อนกลับถึงเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่นำมาสู่หลักการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาทั้งในเรื่องปริมาณงานขนาดของพื้นที่การศึกษาความเป็นท้องถิ่นที่ประชาชนคุ้นเคยและผูกพัน การมีส่วนร่วมของประชาชน และการประหยัดคุ้มค่าจะพบว่า การแบ่งเขตพื้นที่การศึกษาดังกล่าว สอดคล้องและสนองหลักการอันเป็นเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ดังนี้

1.3.1 การบริหารและการจัดการ

การบริหารจัดการซึ่งจะต้องทำ หน้าที่ทั้งหมดได้อย่างครอบคลุม มีประสิทธิภาพประหยัดดังนี้

1) การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาเช่นนี้ ทำให้มีการกำกับดูแลการบริหารและการจัดการศึกษาแบบเบ็ดเสร็จ สายการบังคับบัญชาสั้น ไม่มีหน่วยเหนือหรือใต้เขตพื้นที่การศึกษา ทำให้การติดต่อประสานงาน การติดตามประเมินผลสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุม สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่ต้องการให้มีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษาทั้งด้านวิชาการงบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไปไปยังคณะกรรมการและสำนักงานการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาโดยตรง

2) เขตพื้นที่การศึกษาที่กำหนดขึ้นสามารถดูแลรับผิดชอบประชากร และนักเรียนไม่มากเกินไป เพียงประมาณ 193,209 คน สถานศึกษาประมาณ 126 แห่ง ดังนั้น การดูแลช่วยเหลือสนับสนุนสถานศึกษาทั้งของรัฐ เอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะทำได้อย่างทั่วถึงซึ่งต่าง จากรูปแบบปัจจุบันที่มีศูนย์รวมอยู่ที่จังหวัด และมีหน่วยบริหารหลายหน่วยงาน ทั้งสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สำนักงานการประถมศึกษาจังหวัด สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด สำนักงานศึกษาธิการอำเภอ และสำนักงานการประถมศึกษาอำเภอ เป็นต้น ซึ่งทำให้

ขาดเอกภาพทั้งในด้านนโยบายและการบริหาร รวมทั้งมีจำนวนประชากรภายในจังหวัดโดยเฉลี่ย จังหวัดละ 720,000 คน ซึ่งมากเกินไปที่จะดูแลสนับสนุนส่งเสริมให้ได้รับการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมได้ทั่วถึง

3) การจัดโครงสร้าง องค์กร และการแบ่งส่วนงานของเขตพื้นที่การศึกษา เป็นองค์กรขนาดเล็ก ครอบคลุมงานมีลักษณะเป็นกลุ่มงานที่มีจำนวนผู้ปฏิบัติงานประมาณ 70 คน การปฏิบัติงานจะคล่องตัว และมีความยืดหยุ่น และจากการที่รัฐมนตรีนโยบายนำเทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงานด้วยจะช่วยให้การปฏิบัติงานมีความยืดหยุ่นลดขั้นตอนการดำเนินงานและมีความคล่องตัวมากขึ้น

4) สถานศึกษาจะมีอิสระในการบริหารและการจัดการศึกษา ตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 เพราะการจัดองค์กรเหนือสถานศึกษาที่มีระดับเดียวสามารถบริหารและตัดสินใจได้ง่าย รวดเร็ว และเป็นอิสระ เกิดความคล่องตัวกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันส่งผลให้ต้นทุนการบริหารต่ำ การบริหารและการจัดการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมในเขตพื้นที่การศึกษาต้องมีการปรับตัวในการปฏิบัติงานสอดคล้องกันด้วย

5) อาคารสำนักงานการศึกษาที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถนำมาปรับใช้ป็นสำนักงานการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษาได้ จากผลการศึกษาข้อมูลเชิงลึกใน 12 เขตพื้นที่การศึกษาที่พบว่า มีอาคารสำนักงานที่สามารถรองรับผู้ปฏิบัติงานจำนวนประมาณ 70 คน เพียงหนึ่งในสองของจำนวนเขตพื้นที่การศึกษาทั้งหมด แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าไม่เพียงพอ เพราะยังมีอาคารสำนักงานในระดับอำเภออีกจำนวนมากกว่า 1,000 แห่งที่สามารถรองรับผู้ปฏิบัติงานได้ตั้งแต่ 10-30 คน เพียงแต่กลุ่มงานทั้ง 9 กลุ่มงาน อาจจะแยกกันปฏิบัติงานคนละอาคาร ไม่จำเป็นต้องอยู่ในพื้นที่อาคารเดียวกัน การจัดที่ทำงานเช่นนี้มีอยู่ในหลายหน่วยงาน เช่น ที่ว่าการอำเภอที่มีหลายหน่วยงานอยู่นอกที่ว่าการอำเภอ หรือสำนักงานที่ดินจังหวัดที่มีหน่วยงานแยกไปตั้งในแต่ละพื้นที่การศึกษา เป็นต้น

1.3.2 การสะท้อนความเป็นท้องถิ่น

จากการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาจำนวน 295 เขต ที่มีขนาดเล็กไม่ใหญ่เกินไปนั้น ทำให้เห็นความหลากหลายในความแตกต่างของประชาชนในท้องถิ่นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าในแต่ละจังหวัดจะมีชนเผ่าหรือกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมต่าง ๆ กันซึ่งโดยธรรมชาติของแต่ละอำเภอและรวมถึงอำเภอที่ติดต่อกันจะ

1) มีความคุ้นเคยผูกพันกัน มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันในชีวิตวิถีชีวิตแบบที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ตลอดจนความเอื้ออาทรต่อกันตามแบบของการดำรงชีวิตในแต่ละ

ละท้องถิ่น โดยเฉพาะความสัมพันธ์จะแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น หากเป็นการรวมกลุ่มที่เอื้อต่อการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ดังนั้น การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาครั้งนี้ จึงถือได้ว่าได้สร้างความใกล้ชิดชุมชน และสะท้อนความเป็นท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ท้องถิ่นอีกด้วย

2) มีความเชื่อมโยงกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้วยขนาดของเขตพื้นที่การศึกษาที่ไม่ใหญ่นัก และมีฐานเป็นอำเภอเขตพื้นที่การศึกษาจึงมีความใกล้ชิดกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและองค์กรอื่นในเขตอำเภอและในจังหวัดการศึกษา อีกทั้งเขตพื้นที่การศึกษามีหน้าที่ประสาน ส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงต้องมีการเรียนรู้และเข้าใจความต้องการของแต่ละองค์กรทำให้เกิดการประสานส่งเสริมและมีความเชื่อมโยงกันทั้งด้านนโยบาย การบริหารและการจัดการ การระดมทรัพยากร และการร่วมมือดำเนินการในท้องถิ่น

3) ประชาชนมีความคุ้นเคย เขตพื้นที่การศึกษาใช้เขตอำเภอเป็นฐานและไม่ข้ามจังหวัดมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของประชาชนที่ต้องติดต่อ ประสานกับอำเภอตั้งแต่เกิดจนตาย ไม่ว่าจะเป็นการเกิด การตาย การย้ายเข้า-ย้ายออก การจดทะเบียนสมรส ซึ่งเป็นวัฒนธรรมการปกครองดั้งเดิม ความคุ้นเคยในการติดต่อประสานงานเช่นนี้ยังคงอยู่ไม่ทำให้เกิดความยุ่งยากหรือสูญเสียความคุ้นเคยเดิม ทั้งยังไม่ทำให้เกิดการกระทบความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

1.3.3 การมีส่วนร่วมของชุมชน

โอกาสที่ประชาชนในชุมชนจะมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมในการบริหารและการจัดการศึกษา ตลอดจนการส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาได้มากขึ้น ทั้งในรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยเฉพาะแบบเป็นทางการจะมีมากขึ้น ดังนี้

1) มีโอกาสร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษามากขึ้น เพราะมีหลายเขตพื้นที่และแต่ละเขตพื้นที่มีประชากรไม่มากนัก

2) มีโอกาสร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการสถานศึกษามากขึ้น เช่นเดียวกับโอกาสที่จะมีส่วนร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม เขตพื้นที่การศึกษา

3) เมื่อเขตพื้นที่การศึกษาสะท้อนความเป็นท้องถิ่น และชุมชนใกล้ชิดกับเขตพื้นที่การศึกษา ประชาชนจะตื่นตัวในการเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม อย่างกว้างขวางและทั่วถึง ทั้งการร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผลประโยชน์

และร่วมติดตามผล ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการจัดการศึกษาและการระดมทรัพยากรเพื่อการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

1.3.4 ความประหยัด

การศึกษาข้อมูลเชิงลึกใน 12 เขตพื้นที่การศึกษา ได้ศึกษาถึงค่าใช้จ่ายของหน่วยงานทางการศึกษาในส่วนภูมิภาค 75 จังหวัด พบว่า ค่าใช้จ่ายของการบริหารและการจัดการศึกษาปัจจุบันเป็นเงินประมาณ 9,669,521,750 บาท ในขณะที่ค่าใช้จ่ายของการบริหารและการจัดการศึกษารูปแบบใหม่ 289 เขต ประมาณ 5,612,368,440 บาท นั่นคือ ค่าใช้จ่ายตามรูปแบบการบริหารและการจัดการศึกษาแบบใหม่น้อยกว่าค่าใช้จ่ายของการบริหารและการจัดการศึกษาปัจจุบันประมาณร้อยละ 42 เมื่อพิจารณาจำนวนอัตราค่าจ้างและจำนวนหน่วยงานในปัจจุบันภูมิภาค 75 จังหวัด ยกเว้นกรุงเทพมหานคร มีอัตราค่าจ้าง 29,875 อัตรา และมีหน่วยงาน 1,962 หน่วยงาน จำแนกดังนี้

- 1) ระดับเขตการศึกษา จำนวน 12 หน่วยงาน
- 2) ระดับจังหวัด จังหวัดละ 4 หน่วยงาน จำนวน 300 หน่วยงาน ประกอบด้วยสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สำนักงานการประถมศึกษาจังหวัด สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด
- 3) ระดับอำเภอ อำเภอละ 2 หน่วยงาน จำนวน 1,650 หน่วยงาน ประกอบด้วย สำนักงานศึกษาธิการอำเภอ / กิ่งอำเภอ สำนักงานการประถมศึกษาอำเภอ/ กิ่งอำเภอ ในขณะที่อัตราค่าจ้างตามโครงสร้างการบริหารและการจัดการศึกษารูปแบบใหม่ 295 เขตทั่วประเทศ มีจำนวน 20,650 อัตรา และมีหน่วยงานเพียง 295 หน่วยงานดังนั้น การจัดโครงสร้างการบริหารและการจัดการศึกษาตามรูปแบบที่สำนักงานปฏิรูปการศึกษากำหนดขึ้น จากฐานของงานวิจัยและการตรวจสอบข้อมูลเชิงลึกตามที่กล่าวมาอาจกล่าวได้ว่าจะก่อให้เกิดความประหยัดคุ้มค่าและมีประโยชน์สูงสุดต่อการบริหารและการจัดการศึกษาทั้งด้านบุคลากรและด้านงบประมาณ รวมทั้งการลดจำนวนหน่วยงานบริหารและการจัดการลงมากกว่า 1,000 แห่ง

1.3.5 ความเป็นธรรม

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กำหนดในเรื่องที่เกี่ยวกับความเป็นธรรมไว้ว่า การจัดการศึกษาต้องจัดให้บุคคลมีสิทธิและโอกาสเสมอกันในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่าสิบสองปี ที่รัฐต้องจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย (มาตรา 10) และกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีสิทธิจัดการศึกษาในระดับใดระดับหนึ่ง หรือทุกระดับตามความพร้อมความเหมาะสม และความต้องการภายในท้องถิ่น (มาตรา 41) ดังนั้น ความเป็นธรรม จึงพิจารณาได้ดังนี้

1) ด้านการให้บริการ การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาแบบ 295 เขต ที่มีจำนวนประชากร จำนวนนักเรียน และจำนวนสถานศึกษา แต่ละเขตพื้นที่การศึกษา ไม่มากนัก จะช่วยให้สามารถดูแลเด็กนักเรียนได้ทุกคน ทั้งในส่วนที่รัฐจัดให้เอง จัดโดยเอกชน และจัดโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือที่จัดโดยบุคคล ครอบครัว องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น ทั้งยังสามารถกำกับ ดูแล และส่งเสริมสนับสนุนการศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมได้ครอบคลุมทั่วถึงด้วย

2) ด้านคุณภาพการศึกษา จากสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นกับระบบการบริหารและการจัดการศึกษาของชาติ ที่ใช้การบริหารและการจัดการศึกษาโดยฐานจังหวัด อำเภอเมืองจะเป็นอำเภอที่มีศักยภาพสูงสุดของแต่ละจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงาน ตัวแทนหน่วยงาน องค์กรเอกชน องค์กรท้องถิ่น หรือภาคเอกชน จะรวมศูนย์อยู่ในอำเภอเมือง หรืออำเภอใหญ่ๆ เท่านั้น ด้วยสภาพที่เป็นจริงอยู่นี้ พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 จึงได้กำหนดเรื่องมาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา ไว้ดังนี้ กำหนดให้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยระบบประกันคุณภาพ การศึกษาภายในและระบบการประกันคุณภาพ การศึกษาภายนอก โดยให้อธิบายว่าการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำรายงานประจำปีเสนอต่อหน่วยงานต้นสังกัดหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเปิดเผยต่อสาธารณชน (มาตรา 48) และกำหนดให้มีสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษามีฐานะเป็นองค์การมหาชน ทำหน้าที่พัฒนาเกณฑ์ วิธีการประเมินคุณภาพภายนอก และทำการประเมินผลการจัดการศึกษาเพื่อให้มีการตรวจสอบคุณภาพของสถานศึกษา อย่างน้อยหนึ่งครั้งในทุกห้าปี (มาตรา 49) ดังนั้น การกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาเป็นจำนวน 295 เขต พบว่า จะสามารถบริหารและจัดการศึกษารองรับระบบการประกันคุณภาพการศึกษาดังกล่าว ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นจริงขึ้นด้วยภาระความรับผิดชอบที่มีต่อประชากรและสถานศึกษาที่ไม่มากเกินไปนัก สามารถดูแลได้ทั่วถึงความเข้มแข็ง การดำเนินงานจะมีมากกว่าเขตที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ มีประชากรและสถานศึกษาจำนวนมากอย่างไรก็ตาม ตามสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันบางเขตพื้นที่การศึกษาที่รวมอำเภอเล็กอยู่ห่างไกลและมีประชากรเบาบาง การศึกษาจะดูดีอยู่คุณภาพและมีสถานศึกษาบางระดับรองรับนักเรียนได้ไม่เพียงพอ 1 เมื่อพิจารณาโดยรวม จะพบว่าสภาพเช่นนี้จะดำรงอยู่เพียงระยะแรกเท่านั้น เพราะจากการบริหารที่มีประสิทธิภาพ และระบบการประกันคุณภาพการศึกษา จะทำให้เกิดการพัฒนา หรือเป็นตัวกระตุ้น หรือตัวเร่งการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการศึกษาให้ได้ทัดเทียมกันระหว่างเขตพื้นที่ การศึกษาต่าง จากการคงเขตพื้นที่การศึกษาเป็นเขตจังหวัด เพราะสภาพความแตกต่างของอำเภอ ใหญ่/อำเภอเล็ก หรือระหว่างในเมืองและชนบทจะดำรงอยู่เช่นเดิม

3) ด้านการจัดสรรทรัพยากรให้แก่สถานศึกษาสภาพปัจจุบันมีการกระจายทรัพยากร ไม่ทั่วถึง มีการจัดสรรที่ไม่เป็นธรรม เพราะทรัพยากรจะกระจุกตัวในเขตเมือง ส่วนอำเภอเล็กและห่างไกลจะมีสภาพความขาดแคลนมาก ทั้งที่เกิดจากคุณลักษณะของท้องถิ่น และการจัดสรรงบประมาณหรือทรัพยากรอื่นๆ ไปไม่ถึง ต่อกรณีดังกล่าวสามารถใช้วิธีแก้ไขด้วยการระดมทรัพยากร ทั้งด้านบุคลากรและงบประมาณให้แก่เขตพื้นที่ของอำเภอเล็กและอยู่ห่างไกลได้อย่างเต็มที่ เพราะพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 หมวด 8 เรื่อง ทรัพยากรและการลงทุนเพื่อการศึกษา ได้กำหนดให้มีการระดมทรัพยากรและการลงทุนด้านงบประมาณ การเงินและทรัพย์สินทั้งจากรัฐ องค์กรต่าง ๆ สถาบันสังคมอื่น สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และต่างประเทศมาใช้จัดการศึกษา (มาตรา 53) และให้รัฐจัดสรรงบประมาณแผ่นดินให้กับการศึกษา ในฐานะที่มีความสำคัญสูงสุดต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ โดยจัดสรรเงินงบประมาณเพื่อการศึกษา เป็นเงินอุดหนุนทั่วไปเป็นค่าใช้จ่ายรายบุคคลจัดสรรเงินทุนการศึกษาในรูปของกองทุนกู้ยืม ให้แก่ผู้เรียนที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อยตามความเหมาะสมและจำเป็น จัดสรรงบประมาณและทรัพยากรทางการศึกษาอื่นเป็นพิเศษให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความจำเป็นในการจัดการศึกษา สำหรับผู้เรียนที่มีความต้องการพิเศษ จัดสรรงบประมาณเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินการ และงบลงทุนให้สถานศึกษาของรัฐตามนโยบาย แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติและภารกิจของสถานศึกษา โดยให้มีอิสระในการบริหารงบประมาณและทรัพยากรทางการศึกษา จัดสรรกองทุนกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำให้สถานศึกษาเอกชน และจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาการศึกษา (มาตรา 60) จึงเห็นได้ว่าในอนาคตสำนักงานการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเขตพื้นที่การศึกษา และสถานศึกษา จะมีอิสระในการบริหารงบประมาณและทรัพยากรทางการศึกษา การจัดสรรงบประมาณไม่ต้องผ่านการจัดสรรจากจังหวัด หรือหน่วยงานอื่นที่เหนือเขตพื้นที่การศึกษา พร้อมกันนี้สำนักงานปฏิรูปการศึกษากำลังดำเนินการด้านการจัดสรรทรัพยากรให้มีการคำนวณค่าถ่วงน้ำหนักตามคุณลักษณะของผู้เรียน และคุณลักษณะของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนและสถานศึกษาในพื้นที่ด้อยโอกาส ได้มีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้สูงขึ้น และใกล้เคียงกันกับเขตพื้นที่การศึกษาอื่นการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาเช่นนี้ จึงเท่ากับเป็นการเตรียมการพัฒนาเพื่อให้ประชาชนมีสิทธิและโอกาสเสมอกันในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่าสิบสองปี อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพเพราะขนาดของเขตพื้นที่การศึกษาที่มีประชากรนักเรียน และสถานศึกษาไม่มาก จะสามารถสร้างความเป็นธรรมได้มากกว่าสภาพที่เป็นอยู่ปัจจุบัน

1.4 ผลการรับฟังความคิดเห็น

โดยที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กำหนดให้สำนักงานปฏิรูปการศึกษาปฏิบัติหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 75 โดยให้คำนึงถึงความคิดเห็นของประชาชนประกอบด้วย ดังนั้น สำนักงานปฏิรูปการศึกษาจึงได้ดำเนินการรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาจากประชาชนและผู้เกี่ยวข้องมาโดยตลอด ทั้งการประชุมสัมมนา การรับฟังจากสื่อมวลชน การปรึกษาหารือระหว่างหน่วยงาน และจากหนังสือแสดงความคิดเห็นเหล่านี้ เป็นต้น ในการนี้ จากการรับฟังความคิดเห็นเรื่อง “การปฏิรูปการศึกษาตามภารกิจของ สำนักงานปฏิรูปการศึกษา” ใน 10 ภูมิภาค คือ จังหวัดลำปาง จังหวัดอุดรธานี จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดปัตตานี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดจันทบุรี จังหวัดเพชรบุรี และกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 10 พฤศจิกายน 2543 – วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2544 มีผู้เข้าร่วมสัมมนาทั้งสิ้นจำนวน 11,371 คน และมีผู้เห็นด้วยกับการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาจำนวน 295 เขต ทั่วประเทศ ร้อยละ 84.77 ผู้ที่เห็นด้วยให้ความเห็นว่า เป็นการปฏิรูปและเป็นการบริหารที่กำหนดขึ้นใหม่ มีความเหมาะสม ใกล้เคียงประชาชน และบริการการศึกษาได้ทั่วถึงในส่วนของผู้ที่ไม่เห็นด้วยร้อยละ 15.23 นั้น ได้แสดงความเห็นเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรแบ่ง 400 เขต ตามเขตเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
2. การแบ่งเขตพื้นที่ที่มีขนาดเล็กอาจต้องใช้งบประมาณมาก
3. คุณภาพการศึกษาของแต่ละเขตจะไม่เท่ากัน
4. การแบ่งเขตพื้นที่การศึกษาที่ต่างไปจากเดิมประชาชนอาจสับสน

เพราะมีทั้งเขตบริหารและเขตบริการ

5. การแบ่งเขตพื้นที่การศึกษาตามจังหวัดเป็น 76 เขต อาจไม่เข้าชั้นจากผลการรับฟังความคิดเห็นดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ากลุ่มบุคลากรทางการศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกับการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาออกเป็น 295 เขต



ภาคผนวก ค

รายงานกิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

กิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายร่วมกับชุมชนทำเนียบหน่วยงานราชการ
รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักการเมือง
ระดับท้องถิ่นและจังหวัดในจังหวัดเชียงราย

พ.ศ. 2547



รวบรวมโดย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2547

การดำเนินงานกิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในการบริการแก่ชุมชน ปี พ.ศ. 2546-2547

งานประชุม / สัมมนา / การอบรม

คณะสังคมศาสตร์

- อบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำแผนกลยุทธ์ของสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงราย เมื่อวันที่ 22-27 มีนาคม 2547 โดยมีผู้เข้ารับการอบรม คือ สมาชิกและผู้บริหารสหกรณ์เกษตรจังหวัดเชียงราย
- อบรมการเมืองการปกครองไทย เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2547 โดยอบรมให้กับ นักเรียน และนักศึกษา จากอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย จีน ลาว พม่า)

คณะวิทยาศาสตร์

- อบรมเรื่อง วิธีการสร้างสมรรถภาพทางกายให้กับประชาชน เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2547 ณ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ โดยอบรมให้กับ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ สาธารณสุขและนักศึกษา
- อบรมเรื่องการดูแลผู้ป่วยเบื้องต้น เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2547 ณ โรงเรียนผาเสด็จ จังหวัดเชียงราย โดยอบรมให้กับนักเรียนโรงเรียนเมืองปานวิทยา จังหวัดเชียงราย
- วิทยากรอบรมเรื่อง ดาราศาสตร์ เมื่อวันที่ 12-13 กุมภาพันธ์ 2547 ณ โรงเรียนอนุบาลนางแล โดยอบรมให้กับนักเรียนโรงเรียนนางแล ชั้น ป.4- ป.6
- อบรมองค์ประกอบน้ำนม เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2547 ณ กลุ่มวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์นม จังหวัดเชียงใหม่ โดยอบรมให้กับสมาชิกสหกรณ์ผู้เลี้ยงโคนมจังหวัดเชียงใหม่
- เป็นวิทยากรสัมมนาเรื่อง การจัดการเรียนการสอนและการจัดทำแผนการสอน เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2547 ณ ห้องประชุมโรงเรียนบุญพิทักษ์ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมสัมมนา คือ อาจารย์โรงเรียนบุญพิทักษ์
- อบรมเทคนิคการคลายเครียดสำหรับตนเองและผู้ร่วมงาน เมื่อวันที่ 24-30 พฤษภาคม 2547 ณ ศูนย์ฝึกอบรมที่ 4 อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยอบรมให้กับข้าราชการและลูกจ้างในสังกัดกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช
- อบรมกลยุทธ์การประกอบอาชีพ เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2547 ณ โรงเรียนเม็กรายมหาราช โดยอบรมให้กับนักเรียนชั้น ม.5 โรงเรียนเม็กรายมหาราช

สถาบันชาติพันธุ์

- ต้อนรับและพาณาจารย์จากมหาวิทยาลัยมินดาเนา ประเทศฟิลิปปินส์ลงพื้นที่และศึกษาหาความรู้กับกลุ่มชาติพันธุ์ในอำเภอแม่สรวย เมื่อวันที่ 20-24 มีนาคม 2546 ณ บ้านห้วยหก และบ้านแม่ยางมัน ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- จัดโครงการค่ายเยาวชนฟื้นฟูวัฒนธรรมลาหู่เพื่อเสริมสร้างศักยภาพชุมชน เมื่อวันที่ 4-7 มิถุนายน 2546 ณ บ้านห้วยหก ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการ คือ นักศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ และชาวบ้านห้วยหก จำนวน 60 คน
- ประชุมเพื่อทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชนบนพื้นที่สูงและการดำเนินการพัฒนาขององค์การพัฒนาเอกชนในจังหวัดเชียงราย เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยประชุมร่วมกับเครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชนในเชียงรายและคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ จำนวน 150 คน
- จัดเวทีเสวนาวิชาการ แนวทางในการจัดการศูนย์การเรียนรู้วิทย์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมชาวเชียงราย เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยร่วมกับกลุ่มแรงงานเชียงราย ชมรมนักศึกษา มสท. เทศบาล อบต. และผู้ประกอบการต่าง ๆ จำนวน 90 คน
- ต้อนรับและพาณาจารย์จากมหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ลงพื้นที่และศึกษาหาความรู้กับกลุ่มชาติพันธุ์ในอำเภอแม่สรวย เมื่อวันที่ 14-16 กรกฎาคม 2546 ณ บ้านห้วยหก ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ประชุมปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางการดำเนินงานด้านสถานบุคคลบนพื้นที่สูงและวางระบบฐานข้อมูล เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยประชุมร่วมกับเครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานด้านสิทธิ จำนวน 30 คน
- จัดเวทีเสวนา เรื่อง “สิทธิมนุษยชนชาติแห่งชาติ” เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยร่วมกับเครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานด้านสิทธิในภาคเหนือตอนบน ตัวแทนชาติพันธุ์ในแต่ละหมู่บ้านของภาคเหนือตอนบน องค์กรเอกชน และรัฐ จำนวน 100 คน
- ดำเนินการต่อประปาภูเขาหมู่บ้าน เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2546 ณ บ้านห้วยหก ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยร่วมมือกับชาวบ้านห้วยหก และนักศึกษา จำนวน 100 คน
- ประชุมเวทีแลกเปลี่ยนเรื่องระบบการจัดการไร่มุมนเวียนกับการพัฒนาพื้นที่สูง เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2546 ณ บ้านห้วยหก ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยร่วมประชุมกับชาวบ้านห้วยหก ชาวบ้านแม่ยางมัน และชาวบ้านอายุโก๊ะ จำนวน 150 คน

- ดือนรับและนำคณะผู้บริหารวิทยาลัยสร้างครูหลวงพระบางศึกษาดูงานและลงพื้นที่ศึกษาวิถีชีวิตชาวบ้าน เมื่อวันที่ 22-27 กรกฎาคม 2546 ณ บ้านห้วยหก ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

- จัดเวทีประชุมเรื่องสิทธิทางชาติพันธุ์ และการกำหนดสถานะบุคคลบนพื้นที่สูง เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยประชุมร่วมกับเครือข่ายสตรีจังหวัดเชียงราย กลุ่มแกนนำสตรีชาวบ้าน และนักศึกษา จำนวน 50 คน

- เป็นวิทยากรในการประชุมเตรียมความพร้อมในการรองรับกับการประกาศเขตอุทยานทับที่ดินทำกิน เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2546 ณ บ้านห้วยส้าน โดยผู้เข้าร่วมประชุมคือ ชาวบ้านห้วยส้าน หัวหน้าชุมชน และชาวบ้านเวียงหนองล่อง จำนวน 100 คน

- ประชุมเพื่อระดมความคิดและแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาสถานะบุคคลบนพื้นที่สูง เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยประชุมร่วมกับชาวบ้าน และองค์กรพัฒนาเอกชน จำนวน 50 คน

- ดำเนินการจัดตั้งธนาคารข้าวชาวบ้านลาหู่ เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2546 ณ บ้านห้วยหก ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

- ประชุมติดตามความก้าวหน้าของการเปิดสอนสัญชาติของชาวบ้าน เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยประชุมร่วมกับชาวบ้านโพธิ์ไทย และนักศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ จำนวน 500 คน

- จัดอบรมอาสาสมัครนักจัดรายการวิทยุชุมชนคนเชียงราย เพื่อพัฒนาทักษะและความเข้าใจต่อการดำเนินงานด้านวิทยุชุมชน เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมอบรม คือ เครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชนในจังหวัดเชียงราย และคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ จำนวน 50 คน

- จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรื่อง “ผู้หญิง กับศาสนา ความเชื่อ และวัฒนธรรม” เพื่อแสวงหาทางเลือกในการแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิสตรีแก่แกนนำชาวบ้าน เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยร่วมกับกลุ่มแรงงานเชียงราย ชมรมนักศึกษา มสท. เทศบาล อบต. และผู้ประกอบการ จำนวน 35 คน

- จัดอบรมให้ความรู้เรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเสริมสร้างวัฒนธรรมสิทธิมนุษยชน” ร่วมกับคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ เมื่อวันที่ 24-25 กันยายน 2546 ณ โรงแรมราชภัฏอินน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมอบรม คือ คณาจารย์จากมหาวิทยาลัยแห่งชาตินิปปอริ และชาวบ้าน จำนวน 50 คน

- ต้อนรับและบรรยายเรื่องทิศทางการดำเนินงานด้านชาติพันธุ์ให้แก่คณะครูจากสถาบันราชภัฏอุดรธานีและนักเรียนโรงเรียน คริสเตียน กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 14-16 ตุลาคม 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 49 คน

- อบรมและให้ความรู้เรื่องทิศทางและนโยบายการพัฒนาประเทศไทยในกระแสโลกาภิวัตน์ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2546 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมอบรม คือ คณะผู้บริหารวิทยาลัยสร้างครูหลวงพระบาง ชาวบ้านห้วยหก และนักศึกษา จำนวน 30 คน

- ร่วมงานประเพณีปีใหม่ขงลาหู่ เมื่อวันที่ 3-4 มกราคม 2546 ณ บ้านห้วยลูล่วง ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

- จัดงานเขาะจะเว วัฒนธรรมวันปีใหม่ของพี่น้องลาหู่ เมื่อวันที่ 5 มกราคม 2547 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ ชาวบ้านห้วยหก ชาวบ้านปู่ไข่ ชาวบ้านลิไข่ ชาวบ้านห้วยลูล่วง ชาวบ้านผาใต้ ชาวบ้านจะพือ และนักศึกษา จำนวน 250 คน

- ประชุมเตรียมความพร้อม สำหรับโครงการวิจัยกระบวนการทัศน์ใหม่สู่การพัฒนาชนของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงๆ เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2547 ณ ศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยประชุมร่วมกับคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ เครือข่ายพันธมิตร และนักศึกษา จำนวน 20 คน

- ประชุมเชิงปฏิบัติการ วิถี “พลังร่วมสร้าง กระบวนทัศน์และฐานคิดใหม่ในการพัฒนาบนพื้นที่สูง สิทธิความมั่นคงของมนุษย์ และสิทธิทางวัฒนธรรม” เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2547 ณ สมาคมรวมการศึกษาและวัฒนธรรมของชาวไทยภูเขาในประเทศไทย โดยประชุมร่วมกับคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ และเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 56 คน

- ประชุมเชิงปฏิบัติการ วิถี “พลังร่วมสร้าง กระบวนทัศน์” เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2547 ณ โรงแรมราชภัฏอินน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยประชุมร่วมกับคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ เครือข่ายพันธมิตร จำนวน 70 คน

- จัดกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการเรียนรู้ภูมิปัญญาในการจัดการป่าของชุมชน และการทำแนวป้องกันไฟฟ้า เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2547 ณ บ้านห้วยหก ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยทำกิจกรรมร่วมกับชาวบ้านห้วยหก ชาวบ้านแม่ยางมัน และนักศึกษา

- อบรมเรื่อง “การส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อต่อต้านการค้าเด็กและหญิง” เมื่อวันที่ 22-28 เมษายน 2547 ณ หอประชุมสุพรรณิการ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

เชียงราย โดยผู้เข้าร่วมอบรม คือ คณะทำงานศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา องค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILC) องค์การพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง และนักศึกษา จำนวน 53 คน

- ประชุม “โครงการพัฒนาเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของกลุ่มแรงงานข้ามชาติ” เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2547 ณ ศาลาการเปรียญ สำนักสงฆ์ป่าเหมือดรุ่งเรือง อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย โดยประชุมร่วมกับคณะทำงานศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ กลุ่มชาวบ้านผู้ใช้แรงงาน และนักศึกษา จำนวน 60 คน

- ประชุมเพื่อนกลั่นกรองเผยแพร่องค์ความรู้สาธารณะฯ กรณีศึกษา “สບซอน” เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2547 ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลท่าตอน โดยประชุมร่วมกับคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ กลุ่มชาวบ้านผู้ประสบปัญหาเบียดเบียนสัญญา ผู้นำชุมชนสບซอน และนักศึกษา จำนวน 45 คน

- ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดงานมหกรรมชนเผ่าครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 13-14 พฤษภาคม 2547 ณ หอประชุมสุพรรณิการ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยประชุมร่วมกับเครือข่ายผู้รู้ (IKAP) ตัวแทนผู้รู้ชนเผ่า คณะทำงานศูนย์ชาติพันธุ์ศึกษา และนักศึกษา จำนวน 70 คน

- เข้าร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับแนวทางการศึกษาและพัฒนาระบบการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพในโครงการนำร่อง เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2547 ณ โรงแรมหลุยส์ แพเวอร์ิน กรุงเทพฯ โดยประชุมร่วมกับกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาชีวศึกษาและกระบวนการยุติธรรม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 75 คน

- ประชุมชี้แจงโครงการวิจัย เรื่องผลกระทบจากโครงการพัฒนาหกลำเหมี่ยมเศรษฐกิจต่อชุมชนท้องถิ่นฯ เมื่อวันที่ 9-10 มิถุนายน 2547 ณ บ้านห้วยเกียง ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยประชุมร่วมกับชาวบ้านห้วยเกียง องค์การพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง และนักศึกษา จำนวน 45 คน

- ดำเนินโครงการร่วมแลกเปลี่ยนกับนักศึกษาสิงคโปร์ เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน – 15 กรกฎาคม 2547 ณ บ้านปู่ไข่ ตำบลบ้านคู้ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมโครงการคือนักศึกษาสิงคโปร์ ชาวบ้านปู่ไข่ นักศึกษาชาติพันธุ์ จำนวน 17 คน

- งานวัฒนธรรมสัมพันธ์มิตรภาพลุ่มน้ำโขง ร่วมกับวิทยาลัยครูผู้ดี มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อวันที่ 18-19 กรกฎาคม 2547 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- ประชุมระดมความคิดเห็น เรื่อง ภูมิเวชน ผังเมือง และการพัฒนาที่อยู่อาศัยเมืองเชียงราย ในมุมมองของผู้รู้ และองค์กรท้องถิ่น เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2547 ณ โรงแรมราชภัฏอินน์ โดยประชุมร่วมกับองค์กรท้องถิ่น ผู้รู้เมืองเชียงราย การเคหะแห่งชาติ และนักวิชาการจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 60 คน

- เข้าร่วมประชุมสัมมนาการศึกษาเรื่อง “สถานการณ์สิทธิมนุษยชนจากมุมมองของประชาชน” เมื่อวันที่ 7-8 สิงหาคม 2547 ณ โรงแรมลานนาวิว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยประชุมร่วมกับตัวแทนเกษตรกรภาคเหนือ สมัชชาชนเผ่าแห่งประเทศไทย สหพันธ์เกษตรกรภาคเหนือ ชาวบ้านจากแม่อาว เครือข่ายจากผลกระทบจากโรงไฟฟ้าแม่เมาะลำปาง และพัฒนาชุมชนเวียงแหงและเวียงชัย จำนวน 135 คน

สถาบันภาษา

- อบรมภาษาต่างประเทศ เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2546 – 30 มกราคม 2547 ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับบุคคลภายนอกที่มีความสนใจ จำนวน 20 คน

- อบรมภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและกานำเสนอผลงาน เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2547 – 4 กุมภาพันธ์ 2547 ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับ หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัดเชียงราย จำนวน 22 คน

- ประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “เทคนิคการอ่านภาษาอังกฤษ (Extensive Reading for EFL Classroom)” เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2547 ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมประชุม คือ อาจารย์จากโรงเรียนมัธยมในเขตภาคเหนือตอนบน

- อบรมครูผู้สอนภาษาอังกฤษในจังหวัดเชียงราย เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2547 – 7 พฤษภาคม 2547 ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับครูผู้สอนภาษาอังกฤษในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในจังหวัดเชียงราย จำนวน 500 คน

- อบรมภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารให้แก่บุคคลทั่วไป เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2547 – 6 มิถุนายน 2547 ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับครูโรงเรียนประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดเชียงราย จำนวน 17 คน

- อบรมภาษาอังกฤษให้แก่ผู้ปฏิบัติงานเวรการทำอากาศยานเชียงราย เมื่อวันที่ 7 -25 มิถุนายน 2547 ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับพนักงานการทำอากาศยานจังหวัดเชียงราย จำนวน 12 คน

- อบรมภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2547 – 11 กรกฎาคม 2547 ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับเจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงรายและพนักงานโรงพยาบาลเชียงราย จำนวน 8 คน

- อบรมภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2547 – 25 กรกฎาคม 2547 ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับครูสอนภาษาอังกฤษ โรงเรียนบุญยสิทธิ์วิทยา จังหวัดพะเยา จำนวน 19 คน

- อบรมภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เมื่อวันที่ 12-30 กรกฎาคม 2547 ณ สถาบันภาษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับบุคคลทั่วไปที่สนใจ จำนวน 6 คน
- ให้บริการห้องศูนย์การเรียนรู้ภาษาด้วยตนเอง โดยให้บริการตลอดปีการศึกษา ณ สถาบันภาษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยให้บริการแก่บุคคลทั่วไป ประมาณ 6000 คน

สำนักศิลปะและวัฒนธรรม

- อบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ “ทิศทางการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น” เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2546 ณ โรงแรมริมกก จังหวัดเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมอบรม คือ เครือข่ายองค์กรทางวัฒนธรรม จำนวน 70 คน
- สัมมนา เรื่อง “การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมเมืองโบราณดงเวียงแก่น” เมื่อวันที่ 11-13 มีนาคม 2547 ณ โรงแรมสวนดอกแก้ว จังหวัดเชียงใหม่
- สัมมนา เรื่อง “แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองประวัติศาสตร์เชียงแสนให้เป็นมรดกโลก” เมื่อวันที่ 15-17 มีนาคม 2547 ณ โรงแรมสวนดอกแก้ว จังหวัดเชียงใหม่
- การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดทำแนวทางเพื่อกำหนดเขตอนุรักษ์ศิลปกรรม เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2547 ณ หอประชุมที่ว่าการอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
- การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วม ในการจัดทำแนวทางเพื่อกำหนดเขตอนุรักษ์ศิลปกรรม และแผนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมเมืองโบราณเชียงแสน เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2547 ณ หอประชุมวัดสถานใต้ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมสัมมนา คือ กลุ่มแม่บ้านสถานใต้ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำนวน 200 คน

สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ

- อบรม Window Excel Powerpoint Internet รุ่นที่ 1-4 เมื่อวันที่ 9-30 กรกฎาคม 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับสำนักงานเขตพื้นที่เชียงราย จำนวน 98 คน
- อบรม Internet เบื้องต้น เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับกลุ่มโรงเรียนครูสามัคคีสันมะเค็ด จำนวน 50 คน
- อบรมการผลิตและสอบผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เมื่อวันที่ 23-24 สิงหาคม 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับสื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 15 คน

- อบรม CAI เมื่อวันที่ 27-29 สิงหาคม 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับสำนักงานเขตพื้นที่เชียงราย จำนวน 14 คน
- อบรม Microsoft Access รุ่นที่ 1 เมื่อวันที่ 2-3 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ศาลากลางจังหวัดเชียงราย จำนวน 50 คน
- อบรม Homepage เมื่อวันที่ 4 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับโรงเรียนในฝัน 27 แห่ง จำนวน 54 คน
- อบรม E-Learning รุ่นที่ 1 เมื่อวันที่ 5-6 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย 1 จำนวน 150 คน
- อบรม E-Learning รุ่นที่ 2 เมื่อวันที่ 7-8 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย 2 จำนวน 150 คน
- อบรม E-Learning รุ่นที่ 3 เมื่อวันที่ 12-13 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย 3 จำนวน 150 คน
- อบรม E-Learning รุ่นที่ 4 เมื่อวันที่ 14-15 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย 4 จำนวน 150 คน
- อบรม Dream weaver เมื่อวันที่ 16-18 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ศาลากลางจังหวัดเชียงราย จำนวน 50 คน
- อบรม E-Learning รุ่นที่ 5 เมื่อวันที่ 19-20 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา 1 จำนวน 150 คน
- อบรม E-Learning รุ่นที่ 6 เมื่อวันที่ 21-22 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา 2 จำนวน 150 คน
- อบรม E-Learning รุ่นที่ 7 เมื่อวันที่ 26-27 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา (สำรอง) จำนวน 100 คน
- อบรม Microsoft Excel, Microsoft Word ขั้น Advance เมื่อวันที่ 19-30 กันยายน 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับโรงเรียนบ้านสันติคีรี ตำบลมาสลอง จำนวน 75 คน
- อบรมโครงการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารเอดส์ (Frontpage) รุ่นที่ 1-2 เมื่อวันที่ 2-8 ตุลาคม 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย จำนวน 45 คน
- อบรม E-Learning เมื่อวันที่ 9-10 ตุลาคม 2546 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับโรงเรียนบ้านสันติคีรี ตำบลมาสลองนอก จำนวน 75 คน

- อบรมการใช้งาน Web Tools เมื่อวันที่ 24-25 มกราคม 2547 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับ อบต. เชียงราย-พะเยา จำนวน 10 คน
 - สัมมนาเชิงปฏิบัติการ E-procurement เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2547 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับข้าราชการและบุคคลทั่วไป จำนวน 127 คน
 - สัมมนาเชิงปฏิบัติการ E-Learning เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2547 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับข้าราชการและบุคคลทั่วไป จำนวน 65 คน
 - อบรมหลักสูตรซ่อมแซมบำรุงและอัพเกรดคอมพิวเตอร์ เมื่อวันที่ 16-20 มีนาคม 2547 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับข้าราชการและบุคคลทั่วไป จำนวน 12 คน
 - อบรมหลักสูตรการติดตั้งและแก้ไขปัญหาเครือข่ายและ Internet เมื่อวันที่ 23-27 มีนาคม 2547 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับข้าราชการและบุคคลทั่วไป จำนวน 30 คน
 - โครงการอบรม Animation & Multimedia รุ่นที่ 1-4 เมื่อวันที่ 22-29 มิถุนายน 2547 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับนักเรียนชั้นป.4-ม.3 จำนวน 117 คน
 - โครงการอบรม Internet เบื้องต้น เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2547 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับสำนักงานยาสูบ จำนวน 45 คน
 - สัมมนาเชิงปฏิบัติการ “การจัดซื้อ ออนไลน์ ร้านค้าต้องเตรียมตัวอย่างไร” เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2547 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับข้าราชการและบุคคลทั่วไป จำนวน 68 คน
 - โครงการอบรม E-Learning รุ่นที่ 1-4 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม – 8 สิงหาคม 2547 ณ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอบรมให้กับข้าราชการ จำนวน 200 คน
- สำนักบริการวิชาการแก่สังคม
- อบรมการแปรรูปมะขาม น้ำสมุนไพรว่ากบหอย และน้ำเต้าหู้ เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2546 ณ วัดปางลาว ตำบลแม่ข้าวต้ม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยอบรมให้กับกลุ่มแม่บ้าน
 - การจัดทำแผนการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในลุ่มน้ำกกและน้ำโขงตอนบน เมื่อเดือน มิถุนายน – สิงหาคม 2546 โดยร่วมกับอำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน อำเภอเวียงแก่น และอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
 - อบรมอาหารแปรรูปจากถั่วเหลือง เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2546 ณ ศาลาอเนกประสงค์ บ้านแม่ข้าวต้ม โดยอบรมให้กับผู้สนใจ ตำบลแม่ข้าวต้ม

- อบรมการแปรรูปพืชผักสมุนไพร (ทำน้ำมะเฟือง และมะเฟืองแช่อิ่ม, ทำน้ำว่านกาบหอย และน้ำข้าวโพด) เมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2546 ณ สหกรณ์เครดิตยูเนียนบ้านป่าขางวิวัฒน์ ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยอบรมให้กับนักเรียนและกลุ่มผู้ผลิตสับปะรด
- จัดทำโครงการวิสาหกิจชุมชน เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2546 โดยร่วมกับตำบลนางแล และ อบต.แม่ข้าวต้ม
- อบรมการจัดดอกไม้เพื่อผ่อนคลาย เมื่อวันที่ 11-27 พฤศจิกายน 2546 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับอาจารย์ บุคลากรและนักศึกษาในมหาวิทยาลัยฯ นักเรียนโรงเรียนสาธิต และแม่บ้านตำบลบ้านคู่
- จัดทำแผนแม่บทชุมชนตำบลนางแล และ อบต.แม่ข้าวต้ม เมื่อเดือนธันวาคม 2546
- เวทีรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนในโครงการปรับปรุงร่องน้ำเพื่อการเดินเรือพาณิชย์ ในน้ำโขง เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2546-กุมภาพันธ์ 2547 โดยร่วมกับอำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน และอำเภอเวียงแก่น ในจังหวัดเชียงราย
- อบรมน้ำพริกเผาเค็ล แกงเขียวหวาน เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2547 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับกลุ่มแม่บ้านหัวฝายและบ้านแม่ข้าวต้ม
- อบรมเรื่องการเขียนหลักสูตรตามแนวทางการปฏิรูปการศึกษา เมื่อวันที่ 14-18 พฤษภาคม 2547 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับ ครู ดชด.สังกัดกองกักกับการ ที่ 32 จังหวัดพะเยา และกองกักกับการที่ 34 จังหวัดน่าน
- อบรมการแปรรูปลิ้นจี่ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2547 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับผู้ประกอบการทำลิ้นจี่ และเกษตรกรอำเภอ
- อบรมมาตรฐาน GMP ที่ใช้ในการผลิตอาหาร เมื่อเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม 2547 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับผู้ประกอบการอาหารหน้ามหาวิทยาลัยฯ กลุ่มผู้ผลิตถั่วเน่าตำบลแม่ข้าวต้ม อำเภอเมือง กลุ่มผู้ผลิตชาสุวิรัตน์อำเภอแม่ลาว กลุ่มผู้ผลิตกล้วยตากอำเภอแม่ลาว กลุ่มสมุนไพร 3 รส ตำบลป่าสัก อำเภอเชียงแสน กลุ่มผู้ผลิตชาดอยแม่สลองอำเภอแม่จัน กลุ่มผู้ผลิตชาโชคจำเริญ ดอยแม่สลอง กลุ่มเกษตรบ้านป่าแกวตำบลริมกก อำเภอเมือง กลุ่มผู้ผลิตถั่วเน่า ตำบลศรีคำ กลุ่มผู้ผลิตชาดอยแม่สลอง กลุ่มผู้ผลิตถั่วเน่า ตำบลแม่ข้าวต้ม และกลุ่มผู้ประกอบการตลาดบ้านคู่
- อบรมเรื่องออกแบบบรรจุภัณฑ์ เมื่อวันที่ 3-6 สิงหาคม 2547 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยอบรมให้กับกลุ่มผู้ผลิตผลไม้กรอบ บ้านป่าขางม. ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง กลุ่มผู้ผลิตสมุนไพร บ้านข้าวแตะ อำเภอเมือง กลุ่มผู้ผลิตชาโชคจำเริญ และว้าวพุดตาล ดอยแม่สลอง และกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกแดงเกษตรสันป่าจี้ ตำบลแม่ฮึง กิ่งอำเภอภูพานยาว จังหวัดพะเยา

ศูนย์มวลชนสัมพันธ์

- อบรมเยาวชนไทยห่างไกลยาเสพติด เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2546 ณ บ้านนางแลใน ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยอบรมให้กับเยาวชนบ้านนางแลใน จำนวน 120 คน
- กิจกรรมรณรงค์ เทเหล้า-เผาบุหรี่ เมื่อวันที่ 21-22 ตุลาคม 2546 ณ สนามกีฬาากลางจังหวัดเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ ชุมชนในเขตอำเภอเมือง
- สัมมนาเชิงประสบการณ์เมืองโบราณกับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจชายแดน เมื่อวันที่ 21-22 พฤศจิกายน 2546 ณ ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน โดยผู้เข้าร่วมสัมมนา คือ อบต. เทศบาล ประชาชนในอำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ จำนวน 1,000 คน
- ประชุมการพัฒนาภูมิทัศน์-ผาตั้ง เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2547 ณ ที่ว่าการ อบต. ดับเต่า โดยผู้เข้าร่วมประชุม คือ อบต.ดับเต่า จำนวน 50 คน
- ร่วมประชุมการพัฒนาหนองอ่าง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2547 ณ ศาลาประชาคมหมู่บ้านห้วยคู้ม โดยร่วมประชุมกับ อบต.ห้วยม้อ อบต.ทานตะวัน และอบต.ม่วงคำ จำนวน 50 คน
- ร่วมเสวนาเชิงสนทนาระหว่างเมืองมรดกโลก เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2547 ณ วัดพระธาตุผาเงา โดยร่วมเสวนากับ อบต. และเทศบาลอำเภอเชียงแสน จำนวน 300 คน

ศูนย์ความหลากหลายทางชีวภาพ

- กิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ป่าชุมชน เมื่อวันที่ 10-14 กุมภาพันธ์ 2546 ณ ป่าชุมชนบ้านร่องบอน ตำบลม่วงคำ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย โดยทำร่วมกับชุมชนบ้านร่องบอน จำนวน 15 คน
- กิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้สมุนไพรวัดพระธาตุจอมสัก เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2546 ณ วัดพระธาตุจอมสัก บ้านเหล่า ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- ประชุมเครือข่ายอนุรักษ์เวียงหนองล่อง เพื่อหาแนวทางในการจัดการ อย่างยั่งยืน เมื่อวันที่ 27-28 มีนาคม 2546 ณ บ้านหนองมนโนราห์ ตำบลจันจว้า อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย โดยผู้เข้าร่วมประชุมคือ ชุมชนตำบลจันจว้าและตำบลท่าข้าวเปลือก จำนวน 100 คน
- กิจกรรมเดือนรักษ์น้ำกก เมื่อวันที่ 4-6 เมษายน 2547 ณ บริเวณหาดเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนริมฝั่งแม่น้ำกก จำนวน 500 คน
- จัดนิทรรศการ “ป่าเวณีป่าใหม่เมือง” เมื่อวันที่ 11-15 เมษายน 2547 ณ สวนตุง(เรือนจำกลางเดิม) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก

- จัดเวทีเรียนรู้และประชุมสัมมนาทางด้านสุขภาพ เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2546 ณ โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์
- คณะอาสาสมัครสำนักงานสาธารณสุข อำเภอสองยาง ศึกษางานเกี่ยวกับสมุนไพร เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- โรงพยาบาลวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว ศึกษางานกิจกรรมการดำเนินงานด้านการแพทย์แผนไทย เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- จัดนิทรรศการเผยแพร่องค์ความรู้ของการแพทย์พื้นบ้าน (หมอเมือง) “ความรู้เพื่อชีวิต 10 ปี สกว.” เมื่อวันที่ 17-24 กุมภาพันธ์ 2546 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,000 คน
- Y.M.C.A เชียงราย นำเยาวชน Summer Day Camp ศึกษางานด้านภูมิทัศน์ เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 50 คน
- จัดนิทรรศการภูมิปัญญาท้องถิ่นในการรักษาสุขภาพพื้นบ้านล้านนา เนื่องในงานอนุรักษ์มรดกไทย เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2546 ณ ศาลากลางหลังเก่า อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 300 คน
- คณะโรตารีสากล จากสหรัฐอเมริกา ศึกษางาน เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 5 คน
- ประชุมปฏิบัติการ หมอชนเผ่า เพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านการดูแลรักษาสุขภาพของหมอชนเผ่า 6 เผ่า เมื่อวันที่ 15-16 พฤษภาคม 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 60 คน
- Mr.Kevin Watkins จาก University of South Australia ศึกษางาน เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ศึกษางานด้านการพัฒนาหลักสูตร ป.โท และการพัฒนาคุณภาพนักศึกษา เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- นักเรียนโรงเรียนถ้ำปลาวิทยาคม ศึกษาฐานเรื่องสมุนไพร และสถานพยาบาลการแพทย์แผนไทย เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 120 คน

- กิจกรรม “นวดถวายแม่” เนื่องในโอกาส 12 สิงหาคม วันแม่แห่งชาติ เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยทำกิจกรรมร่วมกับประชาชนทั่วไปในตำบลบ้านดู่ ตำบลนางแล ตำบลโป่งพระบาท และตำบลแม่ใจว้าตัม จำนวน 500 คน

- คณะวิทยาลัยครู ยูซี ประเทศจีน ศึกษาฐาน เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- คณะกรรมการสภาประจำสถาบันราชภัฏสมเด็จพระยาเยียมชมและฐาน เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- คณะอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ตำบลจันจว้า ศึกษาฐาน เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 70 คน

- บรรยายเรื่อง “เปิดโลกกว้างด้วยแหล่งการเรียนรู้และภูมิปัญญาล้านนา” ให้แก่ผู้นำเยาวชนจากโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 1 เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 150 คน

- จัดนิทรรศการเผยแพร่องค์ความรู้ของการแพทย์พื้นบ้าน (หมอเมือง) “งานประชุมความร่วมมือระหว่างประเทศด้านสาธารณสุขไทย สหภาพพม่า” เมื่อวันที่ 27-29 กันยายน 2546 ณ บริษัทสินธานีคอมเพล็กซ์ จำกัด

- จัดนิทรรศการเผยแพร่องค์ความรู้ของการแพทย์พื้นบ้าน (หมอเมือง) เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน-ปัจจุบัน ณ อาคารนิทรรศการ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- องค์การ กัวโซ ประจำประเทศลาว นำคณะหมอชาพื้นเมืองและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ศึกษาฐาน เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 25 คน

- ศูนย์เครือข่ายพัฒนาผู้สูงอายุนานาชาติ อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาฐาน เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 50 คน

- มหกรรมและการส่งคายนางค์ความรู้หมอมืองครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 27-30 พฤศจิกายน 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 500 คน
- คณะผู้แทนจาก College Catering Tourism (CCCT) ประเทศฮังการี ศึกษาดูงานเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- นิทรรศการความรู้เพื่อชีวิต 10 ปี สกว. สัญจรภาคเหนือ เพื่อวิถีล้านนาเผยแพร่องค์ความรู้ของการแพทย์พื้นบ้าน (หมอมือง) เมื่อวันที่ 17-21 ธันวาคม 2546 ณ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- โปรแกรมพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์ สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์ ศึกษาดูงาน เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 29 คน
- ทีมงานศูนย์ประสานงานประชาสังคมและภูมิปัญญาแพทย์แผนไทยและเครือข่าย DOF Group จังหวัดปราจีนบุรี ศึกษาดูงาน เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2546 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 15 คน
- การศึกษาดูงานของคณะปราชญ์พื้นบ้านขององค์การบริหารมนตรีศึกษาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ซี มี ไอ) จำนวน 30 คน
- บรรยายให้ความรู้ในเรื่องการแพทย์พื้นบ้านให้แก่นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์ เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 590 คน
- สถาบันราชภัฏภูเก็ต ศึกษาดูงาน เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 25 คน
- การศึกษาดูงานของคณะอาจารย์จากคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 12 คน
- อาจารย์ประจำและคณาจารย์พิเศษของคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ วัดสวนดอก ศึกษาดูงานด้านการจัดการเรียนการสอน เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 9 คน

- ฝึกอบรมการวัดขั้นพื้นฐาน เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยฝึกให้กับประชาชนที่มีความสนใจ จำนวน 19 คน

- คณะอาจารย์จากมหาวิทยาลัยเกาหลี ศึกษาดูงาน เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- เทศบาลนครเชียงราย นำผู้บริหาร พนักงานเทศบาลและผู้เข้าอบรมตามโครงการแพทย์แผนไทยและระบบหมอพื้นบ้าน และโครงการส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพร ศึกษาดูงาน เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 70 คน

- คณะอาจารย์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน ศึกษาดูงาน เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 32 คน

- กลุ่มงานพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน นำผู้ปฏิบัติงานรวมถึงผู้บริหารระดับกลางและระดับสูงของประเทศสมาชิกอนุภูมิภาคน้ำโขง คือ กัมพูชา พม่า ลาว เวียดนาม และไทย ศึกษาดูงาน เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 20 คน

- บรรยายให้ความรู้เรื่อง “หมอเมือง” กับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนแม่จันวิทยาคม เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2547 ณ โรงเรียนแม่จัน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย จำนวน 467 คน

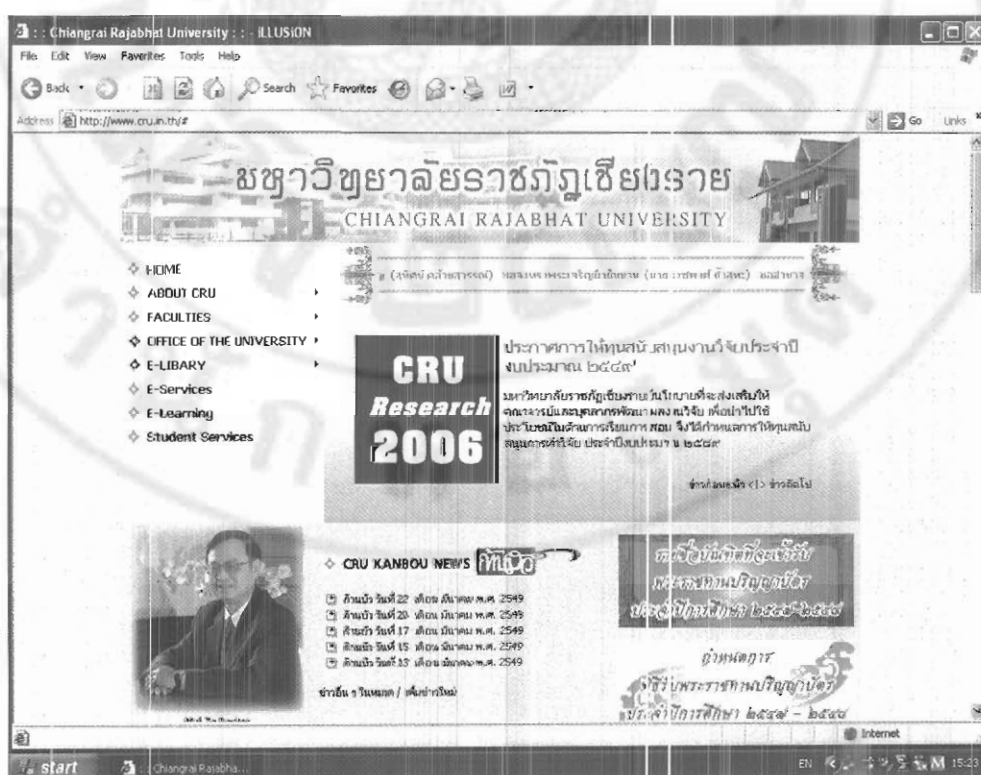
- คณะกรรมการแก้ไขปัญหาคาสิโนดำบลป่าสักและกลุ่มผู้ติดเชื่อตำบลดป่าสัก ศึกษาดูงาน เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2547 ณ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 30 คน

ภาคผนวก ง
ตัวอย่างสื่อของมหาวิทยาลัย





วิทยุ (สถานีวิทยุชุมชนเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ความถี่ FM104.25 MHz)



เว็บไซต์ (www.cru.in.th)



ศูนย์ข้อมูลมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (CRU Friends)



แผ่นพับ ใบปลิว



โปสเตอร์



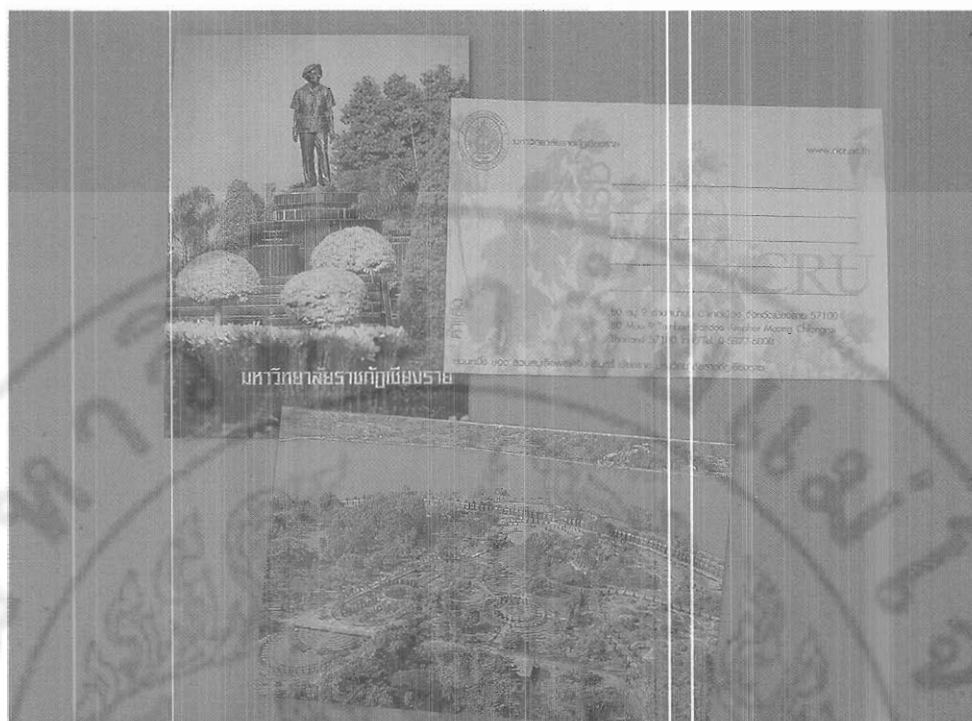
หนังสือพิมพ์ก้านบัว



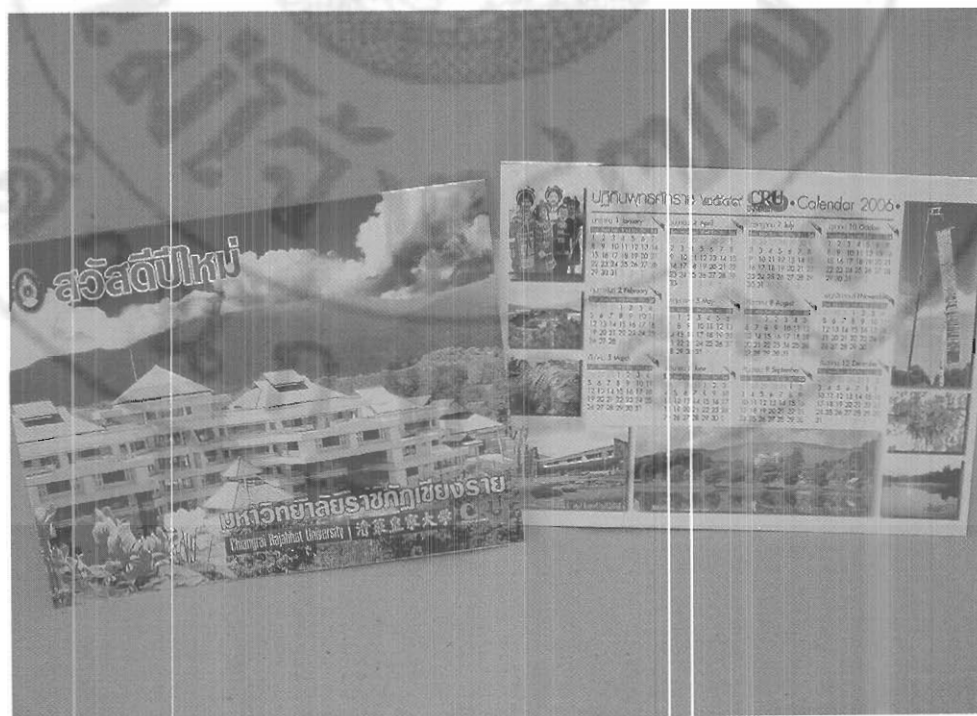
ป้ายหลักเอ้าท์



ป้ายหลักเอ้าท์



โปสการ์ด



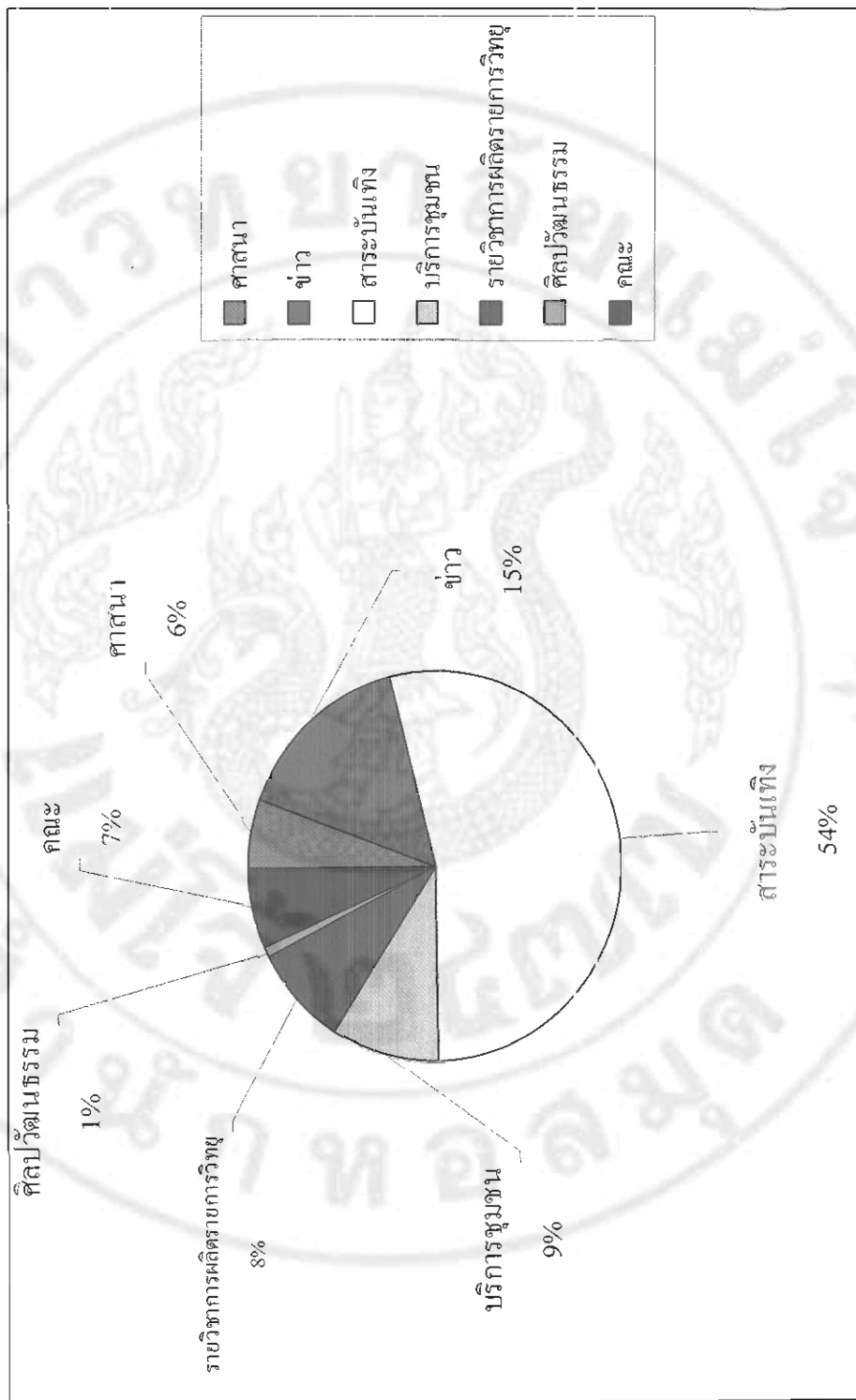
ปฏิทิน

ภาคผนวก จ

ตัวอย่างสัปดาห์รายการวิทยุและผังรายการ



กราฟแสดงส่วนรายการสถานีวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



เวลา วัน	06.00- 07.00 น.	07.00- 08.00 น.	08.00- 09.00 น.	09.00- 10.00 น.	10.00- 11.00 น.	11.00- 12.30 น.	12.00- 13.00 น.	13.00- 14.00 น.	14.00- 15.00 น.	15.00- 16.00 น.	16.00- 17.00 น.	17.00- 18.00 น.	18.05- 19.00 น.	19.30- 20.00 น.	20.00- 21.00 น.	21.00- 22.00 น.	22.00-19.00- 23.00 น. 19.30 น.	23.00- 24.00 น.
เสาร์	นริศ+ ชาตพร (เจ้าหญิงอื่น)		รายการ นันทฯ พบ ประชาชน	ภูมิทัศน์ คุณเรื่อง บ้าน (เพลง สตริง)	ป๊อ+ สิริหัดฯ (ป๊อ)	ตำรวจ ประชาชน (เพลง ลูกทุ่ง)		ร.ม.ราช สีหัด	ชาตพร ลูกทุ่ง (เจ้าหญิง แรงงาน)	ป๊อ (เพลง สตริง)	ป๊อ (เพลงเพื่อ ชีวิต)	นุช Dance Relax	อิด+กัง Lovely Song	ป๊อ/สิริ (Blue Heart Radio)	ทอพี CRU Brand New	อื่น Coollove Radio	วุฒิ Aday Time	
อาทิตย์	สาธิตภริศ (พระผู้เป็น เจ้า)		ป๊อ+สิริ (ข่าว/สาระ)	ป๊อ+สิริ กั สิริหัดฯ (ป๊อ)	ชาตพร ลูกทุ่ง (เจ้าหญิง แรงงาน)		ร.ม.ราช สีหัด	ชาตพร ลูกทุ่ง (เจ้าหญิง แรงงาน)	กนกพร (สตริง)	กนกพร นอ+ดอ (เพื่อชีวิต)		กนกพร	อิด+กัง Lovely Song	ป๊อ/สิริ (Blue Heart Radio)	ทอพี CRU Brand New	ป๊อ Ware Radio	วุฒิ Aday Time	



ภาคผนวก จ
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาววาสนี วรรณศรี	
เกิดเมื่อ	3 เมษายน 2522	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2545	ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาบรรณารักษศาสตร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2545 - 2547	ฝ่ายข้อมูลและประชาสัมพันธ์ สถานวิชาการนานาชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	พ.ศ. 2547 – ปัจจุบัน	อาจารย์ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย