

การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Image survey of Hatyai University

จารุมาศ มิ่งแก้ว* และ ดวงฤดี อุทัยหอม²

^{1*}อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ในทัศนะของนักเรียน นักศึกษาและประชาชน และความสัมพันธ์ระหว่าง ประเภทการศึกษา และภูมิภูมิลำเนาเกี่ยวกับการรับรู้โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลไปยังสถานศึกษา จำนวน 3,184 ชุด และประชาชนใน 14 จังหวัดภาคใต้ จำนวน 400 ชุด ผลการวิจัยพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และนักศึกษาประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ใน 14 จังหวัดภาคใต้ สนใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาค มากที่สุดและส่วนใหญ่สนใจเลือก ศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์มากที่สุด และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละประเภทของนักเรียนนักศึกษา และ จังหวัด พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอน ปลายส่วนใหญ่เห็น สอดคล้องกันในความสนใจศึกษาต่อที่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นอันดับแรก รองลงมาเลือกมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ได้แก่ นักเรียนในจังหวัดสงขลา จังหวัด กระบี่ จังหวัดระนอง และจังหวัดภูเก็ต ส่วนนักศึกษาสายอาชีพส่วนใหญ่เลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยหาดใหญ่เป็นอันดับ แรก รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และนักเรียน นักศึกษาและประชาชน เห็นสอดคล้องกันว่า มหาวิทยาลัย เอกชนที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 1 คือ มหาวิทยาลัยรังสิต ส่วนประเด็นการจัดอันดับอื่นๆ พบว่า นักเรียน นักศึกษาและ ประชาชนมีความเห็นแตกต่างกันไม่สอดคล้องกันทั้งหมด นักเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัย หาดใหญ่ที่ชี้ให้เห็นว่า มหาวิทยาลัยหาดใหญ่มีความเป็นเลิศทางธุรกิจ รองลงมาเป็นความเป็นเลิศทางวิชาการ ส่วน ประชาชนส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยหาดใหญ่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ รองลงมาเป็นความเป็นเลิศธุรกิจ

คำสำคัญ: การรับรู้, ภาพลักษณ์

บทนำ

ความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างและความหลากหลายทั้งในประเด็นทัศนคติ ความคิด การศึกษา และความเชื่อ ดังนั้นการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านอุตสาหกรรมและการบริการจึงจำเป็นต้องสร้าง ภาพลักษณ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกคน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องตระหนักในความสำคัญของภาพลักษณ์ของ องค์กรและภาพลักษณ์ของสินค้า ซึ่งหลักคงเป็นเรื่องการตลาดที่ดีต้องเริ่มต้นจากการหาข้อมูลที่เหมาะสม ให้พบ รักษากลุ่มเป้าหมายให้คงอยู่และให้เติบโตขึ้น ดังนั้นการวิจัยภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่ง ที่จะสะท้อนว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นอย่างไรกับภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ เพื่อจะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนา การผลิตและการให้บริการที่มีคุณภาพที่มั่นคงยั่งยืนต่อไปอย่างต่อเนื่อง

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ได้รับการจัดตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2540 ในนามของวิทยาลัยเมืองหาดใหญ่และได้เปลี่ยน สถานะเป็นมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ใน ปีพ.ศ. 2546 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตอบสนองความ

ต้องการของสังคมและพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นและก้าวทันการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ ในช่วงเวลา 15 ปี ที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยหาคใหญ่มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งทุกภารกิจ โดยผลการดำเนินงาน พบว่า มีนักศึกษาที่ได้รับรางวัลทั้งทางด้านวิชาการ กีฬา ดนตรี และด้านสังคม นอกจากนี้ยังมีการสร้างความร่วมมือด้วยการลงนามความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาชั้นนำทั้งในและต่างประเทศเพื่อมุ่งสู่การเป็น สถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับการยอมรับจากนานาประเทศมากขึ้น รวมทั้งความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ในการจัดกิจกรรมทางวิชาการ อาทิ งานประชุมภาคใหญ่วิชาการ งานวันนักการตลาดสัญจร เป็นต้น เป็น บทพิสูจน์ความพร้อมและความสำเร็จของมหาวิทยาลัยหาคใหญ่ ในการเป็นสถาบันการศึกษาเอกชนชั้นนำของประเทศและระดับนานาชาติ และเป็นที่ยอมรับและได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไปไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของ บัณฑิต คุณภาพของงานวิจัย และการบริการสู่ชุมชนและสังคม

ในปีการศึกษา 2555 มหาวิทยาลัยหาคใหญ่ได้จัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยเปิดสอนในระดับปริญญาตรี 7 คณะ คือ คณะบริหารธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะศิลปศาสตร์และศึกษาศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ และวิทยาลัยนานาชาติดิษยะสริน และการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา โดยบัณฑิตวิทยาลัย ซึ่งเปิดสอนระดับปริญญาเอก หลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหาร การศึกษา ระดับปริญญาโท 3 หลักสูตร คือ หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต และเปิดสอนระดับประกาศนียบัตร อีก 1 หลักสูตร คือ หลักสูตรประกาศนียบัตร บัณฑิตวิชาชีพครู เพื่อให้การปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา มหาวิทยาลัยจึงเห็นควรที่จะมีการศึกษา สัมภาษณ์ลักษณะของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ทราบถึงผล การดำเนินงานตามภารกิจของมหาวิทยาลัยในการจัด การศึกษาดังกล่าว โดยสำรวจการรับรู้ของนักเรียน นักศึกษา ประชาชน เพื่อนำผลการประเมินการรับรู้และ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งถือว่าเป็นสารสนเทศที่เป็นประโยชน์มาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการบริหารและ การจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหาคใหญ่ เกี่ยวกับความสนใจศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา การจัดลำดับมหาวิทยาลัยเอกชน ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หาคใหญ่ในทัศนะของนักเรียน นักศึกษา และประชาชน

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพและนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 3,270 คน ดำเนินการสุ่มด้วย วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดำเนินการด้วยการสุ่มจากสถานศึกษาใน 14 จังหวัดภาคใต้ และสุ่มด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามขนาดของสถานศึกษา 20 แห่ง จาก 133 แห่ง และสุ่มห้องเรียนละ 1 ห้องในแต่ละระดับชั้นด้วยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ส่วนกลุ่มประชาชน ดำเนินการสุ่มด้วยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ประชาชนใน 14 จังหวัด และกำหนดขนาด กลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรยามานะ (Yamane, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยแบบสอบถามภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยภาคใหญ่ จำนวน 2 ฉบับ เป็นฉบับนักเรียน นักศึกษา และฉบับประชาชน ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการ 2 ลักษณะ ตามสภาพกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนักเรียน นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการขอความร่วมมือในการจัดเก็บจากอาจารย์ ในสถานศึกษา ส่วนกลุ่มประชาชนผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเอง

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้มีสาระการนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัยประกอบด้วยความสนใจศึกษา ต่อสถาบันอุดมศึกษาและการจัดอันดับมหาวิทยาลัยเอกชน ความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยภาคใหญ่และ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยภาคใหญ่ มีรายละเอียดสรุปดังนี้

1. ความสนใจศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษา

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) และนักศึกษาประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ใน 14 จังหวัดภาคใต้ สนใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาคมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยรัฐส่วนกลางและมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนกลาง (ร้อยละ 39.90 และ ร้อยละ 11.10 ตามลำดับ) เมื่อ พิจารณาความสนใจการศึกษาต่อของนักเรียนนักศึกษาแต่ละกลุ่มพบว่า นักเรียนนักศึกษาทั้งสามกลุ่มมีความสนใจ ที่สอดคล้องกัน คือ สนใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยในส่วนภูมิภาคเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยรัฐบาล ส่วนกลาง และมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนกลาง โดยนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มีความสนใจศึกษาต่อใน มหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาคสูงกว่า นอกจากนี้ยังพบว่า ความสนใจศึกษาต่อของนักเรียนนักศึกษาทั้งสามกลุ่มใน จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความสนใจสอดคล้องกัน คือ สนใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาคเป็นอันดับ 1 ทั้ง 3 กลุ่มอื่น รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยรัฐส่วนกลางและมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนกลาง ส่วนนักเรียนนักศึกษา จังหวัดอื่นๆ มีความสนใจแตกต่างกัน เช่น นักศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดสงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนราธิวาสและจังหวัดกระบี่สนใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยรัฐส่วนกลาง ขณะที่จังหวัดอื่นๆสนใจศึกษาต่อใน มหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาค แต่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดภูเก็ตสนใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ส่วนกลาง (ดังรายละเอียดในตารางที่ 1-1) การที่นักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่เห็นสอดคล้องกันในการเลือกศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาค และมหาวิทยาลัยภาครัฐส่วนกลางใกล้เคียงกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากสภาพ ความพร้อมของนักเรียน นักศึกษาเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย และที่อยู่อาศัย สำหรับการศึกษต่อในมหาวิทยาลัยของรัฐ ส่วนกลางและมหาวิทยาลัยรัฐส่วนภูมิภาคมีค่าใช้จ่ายไม่แตกต่างกันมาก จึงเป็นเหตุให้นักเรียนนักศึกษามีศักยภาพ เพียงพอจะศึกษาต่อได้ นอกจากนี้นักเรียนบางส่วนอาจสนใจที่จะแสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่างจากภูมิภาคเดิมๆ หรือความเชื่อมั่นในสถาบันที่มีชื่อเสียงในอดีต

ผลจากการศึกษาพบว่า นักเรียนนักศึกษากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาคจำนวน 1,565 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 เมื่อจำแนกสถาบันที่สนใจเลือกพบว่า ส่วนใหญ่สนใจเลือกศึกษาต่อใน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์มากที่สุด (ร้อยละ 44.00) รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยภาคใหญ่ มหาวิทยาลัยทักษิณ และ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา (ร้อยละ 20.30 ร้อยละ 9.60 และ 9.60 ตามลำดับ) และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละ ประเภทของนักเรียนนักศึกษา และจังหวัดพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทุกจังหวัดเห็นสอดคล้องกันใน ความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นอันดับแรก รองลงมาเลือกมหาวิทยาลัยภาคใหญ่ ได้แก่

จังหวัดสงขลา จังหวัดกระบี่ จังหวัดระนอง และจังหวัดภูเก็ต ส่วนนักศึกษาสายอาชีพส่วนใหญ่เลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยภาคใหญ่เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 38.78 รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ คิดเป็นร้อยละ 17.29

2. การจัดลำดับมหาวิทยาลัยเอกชน

การจัดลำดับชื่อเสียงด้านคุณภาพการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยเอกชนดำเนินการโดยกลุ่มตัวอย่างจัดลำดับ จากมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีชื่อเสียง 22 มหาวิทยาลัยและเปิดโอกาสให้เลือกมหาวิทยาลัยที่ไม่ระบุไว้ โดยส่วนการประเมินการจัดอันดับด้วยการให้คะแนน 10 คะแนน สำหรับมหาวิทยาลัยที่ได้รับการคัดเลือกอันดับที่ 1 และให้คะแนนลดลำดับลงมาจนถึงอันดับ 10 ได้ 1 คะแนน และหาค่าเฉลี่ยของการจัดอันดับตามน้ำหนักที่ได้ให้ความสำคัญ ผลการวิเคราะห์พบว่า นักเรียน นักศึกษาจัดอันดับมหาวิทยาลัยเอกชน 10 อันดับ ตามลำดับได้แก่ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยปทุมธานี มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มหาวิทยาลัยแสตมป์ฟอร์ด มหาวิทยาลัยหัวเฉียว มหาวิทยาลัยศรีปทุม และมหาวิทยาลัยคริสเตียน ส่วนประชาชนจัดอันดับ 10 ลำดับเรียงตามลำดับได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยปทุมธานี มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยวงษ์เชาวลิตกุล และมหาวิทยาลัยราชธานี

มหาวิทยาลัยที่ได้รับการเลือกหรือได้รับการยอมรับ 10 อันดับ หรือร้อยละของการยอมรับและถูกเลือกใน 10 อันดับแรกในทัศนะของนักเรียน นักศึกษา พบว่า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เป็นมหาวิทยาลัยที่นักเรียน นักศึกษาเลือกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 78.40 รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และมหาวิทยาลัยศรีปทุม (ร้อยละ 76.20 ร้อยละ 72.00 ร้อยละ 71.70 ร้อยละ 64.40 และ ร้อยละ 59.00 ตามลำดับ) มหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับและถูกเลือกเป็นอันดับแรก มากที่สุด ได้แก่ มหาวิทยาลัยรังสิต (ร้อยละ 16.00) รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยปทุมธานี มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ร้อยละ 12.10 ร้อยละ 12.00 ร้อยละ 11.40 ร้อยละ 10.70 และ ร้อยละ 10.70 ตามลำดับ) ส่วนความคิดเห็นหรือทัศนะของประชาชนพบว่า มหาวิทยาลัยที่ประชาชนยอมรับเป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือ มหาวิทยาลัยรังสิต คิดเป็นร้อยละ 27.90 รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ร้อยละ 21.90 ร้อยละ 16.60 ร้อยละ 16.00 และ ร้อยละ 13.00 ตามลำดับ) และเมื่อวิเคราะห์มหาวิทยาลัย 5 แห่ง การเลือกและเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินทั้ง 3 เกณฑ์ ได้แก่ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

จะเห็นได้ว่า นักเรียน นักศึกษาและประชาชน เห็นสอดคล้องกันว่ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 1 คือ มหาวิทยาลัยรังสิต ส่วนประเด็นการจัดอันดับอื่นๆ พบว่า นักเรียน นักศึกษาและประชาชนมีความเห็นแตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกันทั้งหมด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเกณฑ์ในการพิจารณาแตกต่างกัน โดยนักเรียนนักศึกษาอาจประเมินหรือยอมรับและสนใจในมหาวิทยาลัยที่มีความทันสมัยแปลกใหม่ แต่ประชาชนอาจประเมินจากเกณฑ์ความเป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับในอดีต อย่างไรก็ตามผลการจัดอันดับก็มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันไม่มากนัก นอกจากนี้การจัดอันดับมหาวิทยาลัยอาจมาจากเกณฑ์ความสนใจสาขาวิชาที่นักเรียน นักศึกษา ประสงค์จะไปศึกษาหรือประชาชน

หรือผู้ปกครองอาจใช้เกณฑ์การจัดอันดับจากการที่บุตรหลานสนใจที่จะศึกษาต่อ ทั้งนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยแต่ละแห่งมีความโดดเด่นแตกต่างกัน ทั้งนี้การจัดอันดับครั้งนี้เป็นการจัดอันดับจากมุมมองในภาพลักษณ์โดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง

3.ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยภาคใหญ่

ศึกษารับรู้ชื่อเสียง ซึ่งเป็นองค์ประกอบแบรนด์ของมหาวิทยาลัยเอกชน 1 ใน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นนานาชาติ ด้านองค์การแห่งการเปลี่ยนแปลง ด้านการรับรู้ชื่อเสียง ด้านอัตลักษณ์ ด้านวัฒนธรรม องค์การ และด้านสัมพันธ์ภาพ (วิทวัส สัตยารักษ์ .2552) นำมาสู่การพัฒนาแบรนด์และวิเคราะห์ภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยภาคใหญ่พบว่า นักเรียนนักศึกษาที่มีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยภาคใหญ่ว่า มีความเป็นเลิศทางธุรกิจ ร้อยละ 25 รองลงมาเป็นความเป็นเลิศทางวิชาการ คุณภาพบัณฑิต ความมุ่งมั่นในการพัฒนาบัณฑิต และความเอาใจใส่ดูแลนักศึกษาของคณาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 17.10 ร้อยละ15.70 ร้อยละ12.60 ร้อยละ11.00 ตามลำดับ ส่วนประชาชนส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยภาคใหญ่ว่า มหาวิทยาลัยภาคใหญ่มีความมีความเป็นเลิศทางวิชาการคิดเป็นร้อยละ18.00 ดังรายละเอียดในภาพที่ 1 และ 2 ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการศึกษาของมหาวิทยาลัยภาคใหญ่พบว่า นักเรียน นักศึกษา ประเมินการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยภาคใหญ่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ยสูงกว่า 3.51) เรียงตามลำดับจากอันดับที่ดีที่สุดตามลำดับได้แก่ ความทันสมัยของสื่ออุปกรณ์และเทคโนโลยีทางการศึกษา ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของอาจารย์ ความทันสมัยของอาคารสถานที่ ความพึงพอใจในคุณภาพการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในภาพรวม การยอมรับคุณภาพบัณฑิตจากสังคม บรรยากาศทางวิชาการ การเสริมสร้างความความมีระเบียบวินัยแก่นักศึกษา หลักสูตรที่ทันสมัยและมีมาตรฐานในระดับชาติและนานาชาติ และความคุ้มค่าของการจัดการศึกษากับค่าใช้จ่าย ส่วนประชาชนประเมินการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยภาคใหญ่ในระดับดีเพียง 4 ประเด็น ได้แก่ ความทันสมัยของอาคาร หลักสูตรที่ทันสมัย และมีมาตรฐานระดับดี บรรยากาศทางวิชาการ และความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของอาจารย์ ส่วนประเด็นอื่นอยู่ในระดับปานกลาง ดังรายละเอียดในภาพที่ 3 และ 4 จะเห็นได้ว่า นักเรียน นักศึกษา และประชาชนประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยภาคใหญ่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันในบางประเด็น เช่น เห็นสอดคล้องกันว่าความคุ้มค่าของการจัดการศึกษากับค่าใช้จ่ายในระดับสุดท้าย (ลำดับที่ 9 มีค่าเฉลี่ย 3.77 และ 3.37 ตามลำดับ) และคุณภาพด้านผลลัพธ์ ได้แก่ ความพึงพอใจในคุณภาพการจัดการศึกษาในภาพรวม และการยอมรับคุณภาพบัณฑิตทางสังคม โดยนักเรียน นักศึกษาจัดในลำดับที่ 4 และ 5 ส่วนประชาชนจัดในลำดับที่ 6 และ 7 โดยนักเรียน นักศึกษาประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาในระดับดี แต่ประชาชนประเมินคุณในระดับปานกลาง นอกจากนี้ นักเรียน นักศึกษาและประชาชนจะเห็นสอดคล้องกันในประเด็นคุณภาพด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ส่วนใหญ่ให้เห็นสอดคล้องกันว่ามีคุณภาพในระดับดี

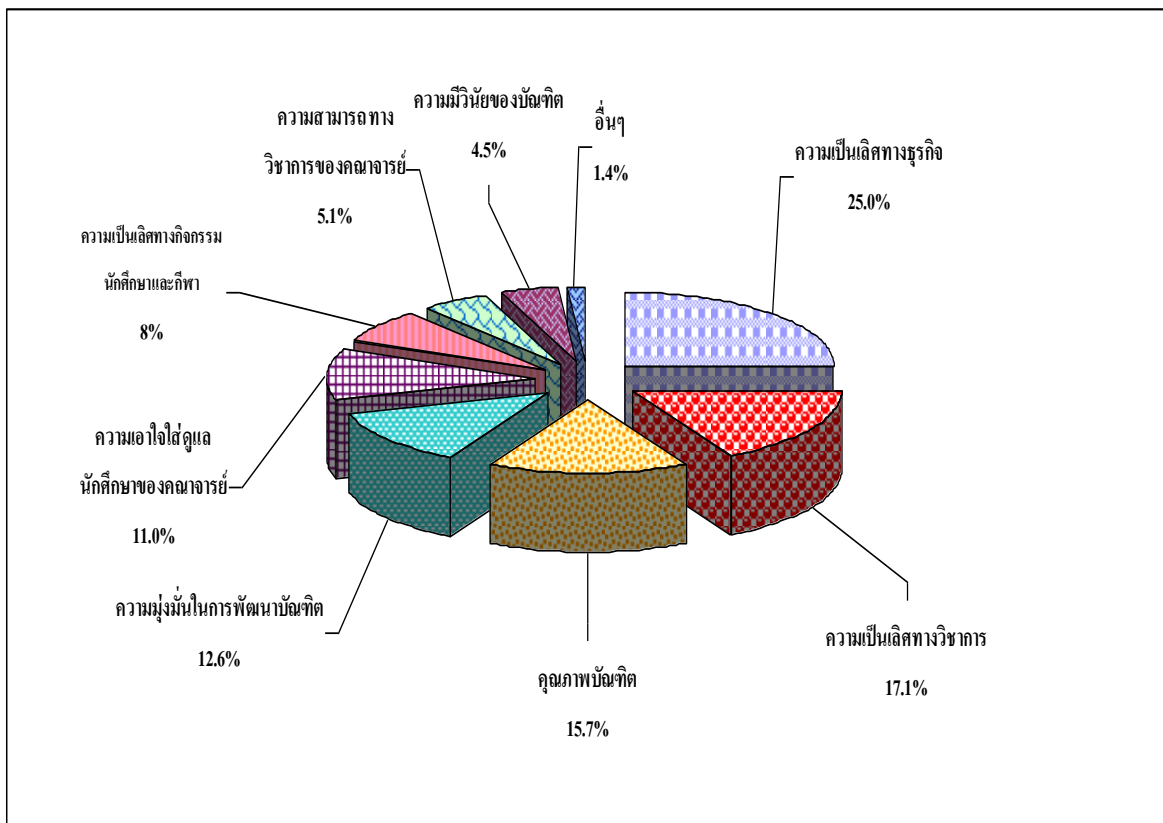
ข้อเสนอแนะ

1. มหาวิทยาลัยภาคใหญ่ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบัณฑิต เพราะนักศึกษาที่มาศึกษาต่อเพื่อมีโอกาสได้งานทำสูง ซึ่งสถานประกอบการหรือหน่วยงานส่วนใหญ่ต้องการนักศึกษาที่มีความสามารถทั้งด้านความรู้ การประยุกต์ความรู้ไปใช้ในการพัฒนางาน ตลอดจนคุณลักษณะที่เอื้อต่อการพัฒนางานและคุณธรรมจริยธรรม ถ้ามหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณภาพ บัณฑิตก็จะได้รับการยอมรับคุณภาพบัณฑิตจาก

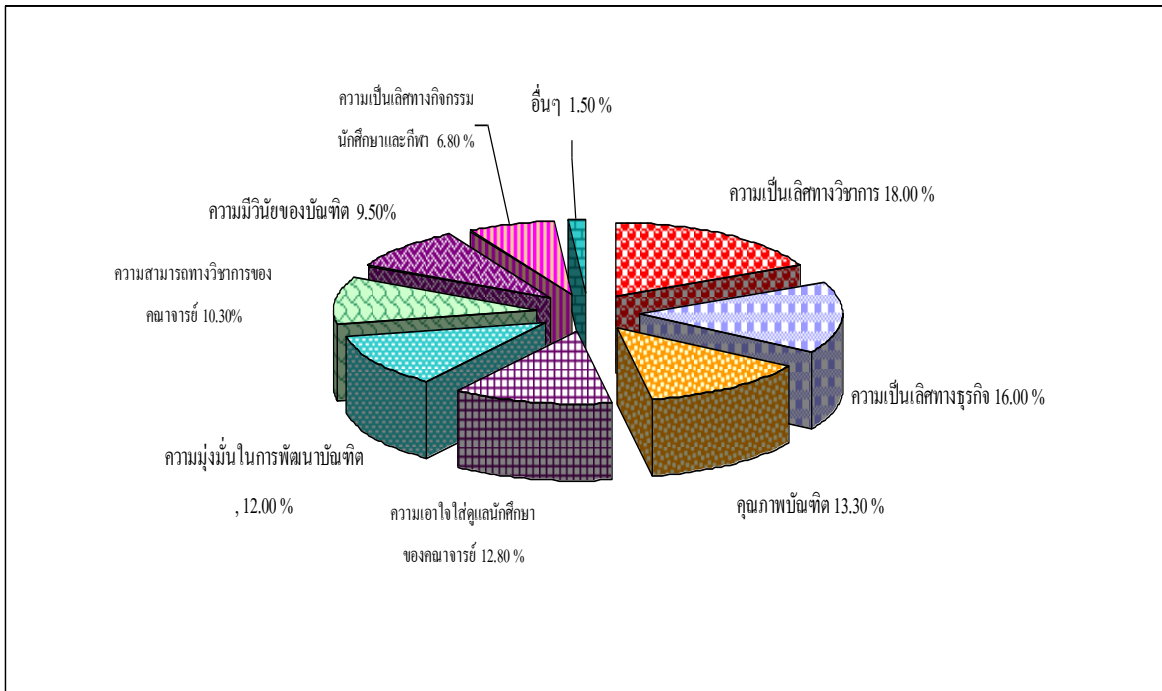
สังคม ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ด้านที่สำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับมหาวิทยาลัยและจะทำให้มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์หรือแบรนด์ที่แข็งแกร่งได้

2. สำนักสื่อสารองค์กรและคณะต่างๆ ควรนำผลการสำรวจภาพลักษณ์เกี่ยวกับความสนใจศึกษาต่อของกลุ่มประชาชนและนักเรียนนักศึกษา จำแนกตามจังหวัดเพื่อนำไปวางแผนการประชาสัมพันธ์และแผนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

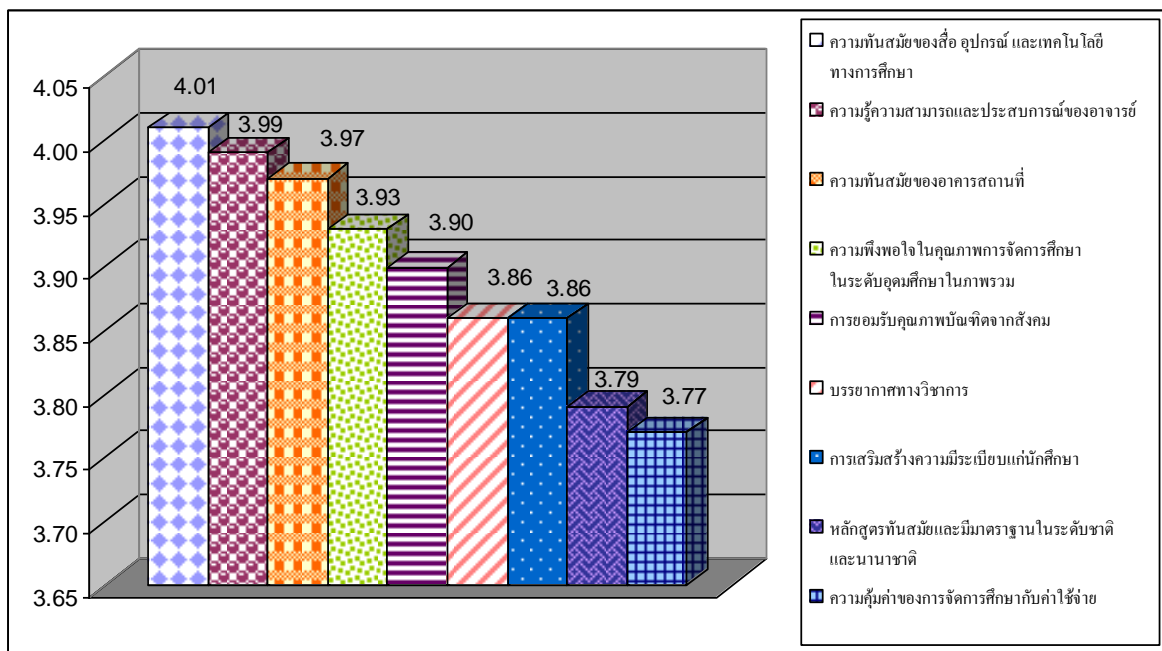
3. ควรพัฒนาโครงการ กิจกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับการเป็นเลิศทางวิชาการ และความเป็นเลิศทางธุรกิจ เพื่อการสร้างเสริมเข้มแข็งของภาพลักษณ์หรือแบรนด์ของมหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ในด้านนี้ต่อไป



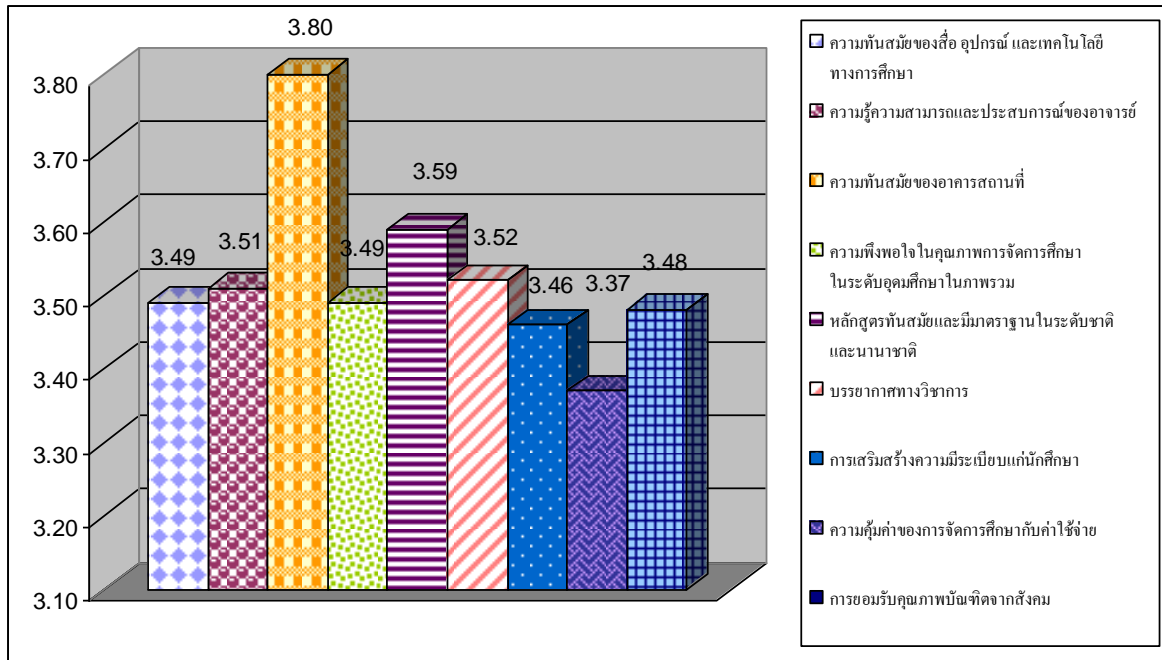
ภาพที่ 1 ร้อยละของภาพลักษณ์ต่อ ม.หาดใหญ่ในทัศนะของนักเรียน นักศึกษา



ภาพที่ 2 ร้อยละของภาพลักษณ์ต่อ ม.หาดใหญ่ในทัศนะของประชาชน



ภาพที่ 3 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ในทัศนะของนักเรียน นักศึกษา



ภาพที่ 4 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยภาคใหญ่ ในทัศนะของประชาชน

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์การจัดอันดับของมหาวิทยาลัยเอกชนจำแนกตามวิธีวิเคราะห์และกลุ่มผู้ประเมิน

มหาวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ยคะแนนการจัดอันดับ		ร้อยละมหาวิทยาลัยที่ได้รับการเลือก		ร้อยละมหาวิทยาลัยที่ได้รับการเลือกเป็นอันดับแรก	
	นักเรียนนักศึกษา	ประชาชน	นักเรียนนักศึกษา	ประชาชน	นักเรียนนักศึกษา	ประชาชน
ม.ปทุมธานี	6.00	5.92	54.60	45.39	12.10	12.20
ม.รังสิต	7.00	6.64	76.20	68.00	16.00	27.90
ม.แสตมฟอร์ดฯ	5.89	4.46	52.70	39.00	5.30	5.10
ม.คริสเตียน	5.17	4.70	51.60	42.30	1.10	5.30
ม.ภาคกลาง	5.15	5.05	30.2	31.00	1.10	5.60
ม.เจ้าพระยา	4.43	4.85	43.20	35.50	0.50	5.60
ม.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.87	5.45	26.00	25.30	1.00	9.90
ม.หอการค้าไทย	6.52	6.71	78.40	72.50	11.40	13.40
ม.อีสัมชัญ	6.10	6.71	64.40	65.50	10.70	13.00

มหาวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ยคะแนนการจัดอันดับ		ร้อยละมหาวิทยาลัยที่ได้รับการเลือก		ร้อยละมหาวิทยาลัยที่ได้รับการเลือกเป็นอันดับแรก	
	นักเรียนนักศึกษา	ประชาชน	นักเรียนนักศึกษา	ประชาชน	นักเรียนนักศึกษา	ประชาชน
ม.ราชธานี	4.04	5.17	26.20	35.00	1.60	2.90
ม.หาดใหญ่	5.99	6.39	71.70	70.80	12.00	21.90
ม. อื่นๆ	6.15	5.32	8.80	6.30	2.80	16.00
ม.ชินวัตร	4.20	4.39	18.00	29.50	0.60	8.50
ม.เว็บบสเตอร์	4.90	4.34	22.30	28.80	0.90	1.70
ม.หัวเฉียว	5.44	3.71	53.00	51.00	4.50	5.90
ม.เวสเทิร์น	4.14	4.07	27.20	39.00	0.30	1.90
ม.พายัพ	4.58	4.67	40.90	48.30	0.80	6.20
ม.นอร์ท-เชียงใหม่	4.68	4.58	40.40	42.80	1.90	2.90
ม.วงษ์สวัสดิกุล	4.51	5.18	15.60	15.30	0.70	1.60
ม.กรุงเทพ	6.59	6.89	72.00	72.50	10.70	16.60
ม.ศรีปทุม	5.28	6.06	59.00	73.50	2.90	6.10
ม.สยาม	3.59	4.40	29.20	52.30	0.50	1.00

ตารางที่ 2 ร้อยละความสนใจศึกษาต่อของนักเรียน นักศึกษาในแต่ละประเภทจำแนกตามจังหวัดและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	สถานศึกษา		
	ม.รัฐส่วนกลาง	ม.เอกชนส่วนกลาง	ม.ส่วนภูมิภาค
จ.สงขลา			
ม.ปลาย	51.50 %	5.40 %	43.20%
ปวช.	15.20 %	17.40 %	67.40 %
ปวส.	23.70 %	6.10 %	70.20 %
จ.นครศรีธรรมราช			
ม.ปลาย	42.70 %	13.60 %	43.70%
ปวช.	21.40 %	14.30 %	64.30 %
ปวส.	33.33 %	33.33 %	33.33 %
ระดับการศึกษา	สถานศึกษา		

	ม.รัฐส่วนกลาง	ม.เอกชนส่วนกลาง	ม.ส่วนภูมิภาค
จ.สุราษฎร์ธานี			
ม.ปลาย	73.90 %	8.10 %	18.00%
ปวช.	0 %	0 %	100 %
ปวส.	66.70 %	16.70 %	16.70 %
จ. ชุมพร			
ม.ปลาย	21.60 %	12.70 %	65.70%
ปวช.	0 %	60.00 %	40.00 %
ปวส.	0 %	17.40 %	82.60 %
จ.ระนอง			
ม.ปลาย	18.10 %	11.10 %	70.80%
ปวช.	43.00 %	11.40 %	45.60 %
ปวส.	15.40 %	30.80 %	53.80 %
จ. พัทลุง			
ม.ปลาย	33.90 %	14.30 %	51.80%
ปวช.	40.60 %	4.70 %	54.70 %
ปวส.	0 %	33.30 %	66.70 %
จ. สตูล			
ม.ปลาย	47.30 %	0 %	52.70%
ปวช.	53.30 %	26.70 %	20.00 %
ปวส.	28.60 %	14.30 %	57.10 %
จ.ตรัง			
ม.ปลาย	30.10 %	5.20 %	64.80%
ปวช.	33.30 %	43.10 %	23.50 %
ปวส.	23.30 %	10.00 %	66.70 %
จ.ยะลา			
ม.ปลาย	43.30 %	1.00 %	55.70%
ปวช.	41.70 %	25.00 %	33.30 %
ปวส.	58.30 %	0 %	41.70 %
จ.ปัตตานี			
ม.ปลาย	31.30 %	14.70 %	54.00%
ระดับการศึกษา	สถานศึกษา		

	ม.รัฐส่วนกลาง	ม.เอกชนส่วนกลาง	ม.ส่วนภูมิภาค
จ. ปัตตานี (ต่อ)			
ปวช.	0 %	0 %	100 %
ปวส.	12.20 %	29.30 %	58.50 %
จ. นราธิวาส			
ม.ปลาย	49.20 %	2.20 %	48.60%
ปวช.	23.50 %	0 %	76.50 %
ปวส.	28.60 %	21.40 %	50.00 %
จ. พังงา			
ม.ปลาย	41.30 %	12.30 %	46.40%
ปวช.	33.00 %	66.70 %	0 %
ปวส.	18.80 %	31.30 %	50.00 %
จ. กระบี่			
ม.ปลาย	50.00 %	6.40 %	43.60%
ปวช.	34.40 %	9.40 %	56.30%
ปวส.	22.90 %	28.60 %	48.60 %
จ. ภูเก็ต			
ม.ปลาย	0 %	66.70%	33.33%
ปวช.	38.40 %	15.20 %	46.40 %
ปวส.	63.90 %	15.20 %	20.90 %
อื่นๆ			
ม.ปลาย	63.90 %	15.20 %	20.90%
ปวช.	36.40%	36.40%	27.30%
ปวส.	57.10%	42.90%	0%

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยการสนับสนุนงบประมาณของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ และความร่วมมือจากสถานศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ประชาชนใน 14 จังหวัดภาคใต้ และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างสูง

เอกสารอ้างอิง

วิทวัส สัตยารักษ์.(2552). กลยุทธ์การสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัยเอกชน. ปริญญาโท กศ.ด. (การบริหารการศึกษา).

กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.