



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร FACTORS AFFECTING THE IMAGE OF VOCATIONAL EDUCATION INSTITUTIONS IN VOCATIONAL EDUCATION INSTITUTIONS, BANGKOK

ปิยาอร เพชรพูล

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: S66561802070@ssru.ac.th

นนทิยา น้อยจันทร์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาระดับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์กับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 256 คน ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา 19 คนและครูผู้สอน 237 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดตามตารางของ เครจซี่และมอร์แกน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาอยู่ในระดับมาก 2) ระดับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 มีค่าอยู่ระหว่าง .843 ถึง .924 และ 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์กับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร จากตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร พบว่ามี 4 ตัวแปรที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยด้านความศรัทธา , ปัจจัยด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา , ปัจจัยด้านบรรยากาศ อาคารและสถานที่ และ ปัจจัยด้านการยอมรับ



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา, ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์, สถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the levels of factors affecting the image of vocational education institutions 2) to study the overall level of institutional image 3) to investigate the relationship between the influencing factors and the institutional image and 4) to identify the factors that significantly affect the institutional image of vocational education institutions under the Vocational Education Institute, Bangkok. The research instrument was a structured questionnaire. The sample comprised 256 respondents, including 19 administrators and 237 teachers, selected according to Krejcie and Morgan's (1970) sampling table. and the statistical methods used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and inferential statistics through Multiple Regression Analysis. The results revealed that 1) the overall level of factors affecting the institutional image of vocational education institutions was high 2) the overall institutional image was also rated at a high level 3) the factors affecting the institutional image were positively and significantly correlated with the institutional image at the 0.01 level, with correlation coefficients ranging from .843 to .924 and 4) among the six independent variables, four factors were found to have a significant positive influence at the 0.05 level, namely faith and trust, teachers and educational personnel, physical atmosphere, buildings, and environment, and social acceptance.

Keywords: Image of Vocational Education Institutions, Factors Affecting Image, Vocational Education Institutions, Bangkok

บทนำ

ประเทศไทยกำลังเผชิญแรงกดดันด้านขีดความสามารถในการแข่งขันในศตวรรษที่ 21 จากความไม่สมดุลระหว่างการผลิตบัณฑิตสายสามัญกับความต้องการแรงงานทักษะอาชีพ ส่งผลให้เกิดภาวะขาดแคลนแรงงานฝีมืออย่างต่อเนื่อง ซึ่งบั่นทอนความสามารถในการแข่งขันของประเทศในภาพรวม (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2560) สถานศึกษาอาชีวศึกษาในฐานะกลไกหลักในการพัฒนาทุนมนุษย์จึงมี

บทบาทสำคัญต่อการสร้างกำลังแรงงานทักษะสูง อย่างไรก็ตาม สถานศึกษาเหล่านี้กลับประสบปัญหา ภาพลักษณ์องค์กรที่ไม่แข็งแกร่งและการรับรู้เชิงลบจากสังคม (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2565) ซึ่งกระทบต่อการตัดสินใจของผู้เรียน ผู้ปกครอง และภาคีเครือข่าย ตลอดจนขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยรวม

รากของปัญหามาจากค่านิยมทางสังคมที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาสายสามัญมากกว่าสายอาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2560) การขาดยุทธศาสตร์ภาพลักษณ์ที่เป็นระบบภายใน สถานศึกษา การใช้สื่อดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ที่ยังไม่ต่อเนื่อง (Manowaluilou, Nilsook, & Buasuwan, 2566) และการขาดความเข้าใจร่วมกันของบุคลากรต่อบทบาทของตนในการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร (Meijer & Torenvlied, 2565) สภาพดังกล่าวทำให้สถานศึกษาอาชีวศึกษาไม่สามารถสร้างอัตลักษณ์ องค์กรที่ชัดเจนและความเชื่อมั่นจากสาธารณชนได้อย่างยั่งยืน

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสังกัดสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันสูงและมีความหลากหลายทาง เศรษฐกิจสังคม อีกทั้งยังไม่มีงานวิจัยที่เปรียบเทียบปัจจัยเชิงโครงสร้าง องค์กร บุคลากร และสภาพแวดล้อม ร่วมกันในรอบเดียว ทำให้ยังไม่ทราบชัดเจนว่าปัจจัยใดส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เพื่อให้ทราบถึง ตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการก่อรูปภาพลักษณ์องค์กรอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของสถานศึกษา อาชีวศึกษาให้มีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการ ยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) และสร้างการยอมรับในระดับสังคมอย่างยั่งยืน (Widelska, 2567)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการ อาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์กับภาพลักษณ์ของสถานศึกษา อาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา ผู้วิจัยรวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา อาชีวศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา 2) ด้านผู้เรียน 3) ด้านความน่าเชื่อถือ 4) ด้านการยอมรับ 5) ด้านความศรัทธา และ 6) ด้านบรรยากาศ อาคาร และสถานที่

2. ขอบเขตประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรในสถานศึกษา สถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร จำนวน 13 แห่งรวมทั้งสิ้น 737 คน (สถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร, 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้ให้ข้อมูล 1) ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 19 คน 2) ครูจำนวน 237 คน รวมทั้งสิ้น 256 คน โดยใช้ตารางการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

2. ขั้นตอนการวิจัย

2.1. ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 สร้างแบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการจะศึกษา

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบ และนำมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

2.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ มาทดลองใช้ (Try-out)

2.5 การทดลองใช้เครื่องมือแต่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยหาสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha)

2.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ขอหนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัยถึงผู้อำนวยการผู้อำนวยการสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 นำแบบสอบถามไปให้ด้วยตนเองและส่งแบบสอบถามทางออนไลน์ด้วยโปรแกรม Google Form และสร้าง QR Code ของแบบสอบถามแนบส่งผ่านระบบ RMS

3.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ พร้อมนำแบบสอบถามมาทำการลงรหัสเพื่อนำไปประเมินผลของข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ตัวแปรเชิงคุณภาพ คือค่าความถี่และร้อยละ พร้อมนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

4.2 วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา จากการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายด้าน และภาพรวม

4.3 วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 3 วิเคราะห์ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา จากการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์กับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

4.5 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4.6 วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ สถิติที่ใช้ ได้แก่ อภิปรายเชิงพรรณนาความ

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 256 คน จากทั้งหมด 13 วิทยาลัย พบว่า จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 256 คน จาก 13 วิทยาลัยในสังกัดสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบุคลากรจากวิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา รองลงมาคือวิทยาลัยเทคนิคมีนบุรี และวิทยาลัยอาชีวศึกษารนบุรี ตามลำดับ ในด้านตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นครูผู้สอน ขณะที่กลุ่มผู้บริหารมีสัดส่วนน้อยกว่า สำหรับลักษณะประชากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยด้านประสบการณ์ทำงาน พบว่าบุคลากรส่วนมากมีประสบการณ์ระหว่าง 5-10 ปี รองลงมาคือผู้ที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี และมากกว่า 10 ปีตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.32$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านบรรยากาศ อาคาร และสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านผู้เรียน ด้านความศรัทธา ด้านการยอมรับ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา อยู่ในระดับมากตามลำดับตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานครแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.88)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์ ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์กับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร มีค่าอยู่ระหว่าง .843 ถึง .924 พบว่า ภาพรวมทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่ในระดับ สูง

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่มีผลภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 ตัวแปร จากทั้งหมด 6 ตัวแปร เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยสุดดังนี้ ปัจจัยด้านความศรัทธา X_5 (Beta = .686) รองลงมาปัจจัยด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา X_1 (Beta = .290) ปัจจัยด้านบรรยากาศ อาคาร และสถานที่ X_6 (Beta = .286) และปัจจัยด้านการยอมรับ X_4 (Beta = .095) สมการถดถอยที่ได้เมื่อกำหนดให้อยู่ในรูปของสมการเชิงเส้น

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	อันดับที่
1) ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา (X_1)	.291	.028	.290	10.415	.000	2
2) ด้านผู้เรียน (X_2)	.057	.035	.061	1.631	.104	5
3) ด้านความน่าเชื่อถือ (X_3)	-.085	.044	-.095	-1.943	.053	6
4) ด้านการยอมรับ (X_4)	.084	.038	.095	2.214	.028	4
5) ด้านความศรัทธา (X_5)	.394	.049	.404	8.090	.000	1
6) ด้านบรรยากาศ อาคาร และสถานที่ (X_6)	.286	.043	.286	6.632	.000	3

$R = .963$, $R^2 = .928$ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สามารถเขียนได้ดังนี้ $Y=0.291X_1 + 0.084X_4 + 0.394X_5 + 0.286X_6$ โดยที่ตัวแปร ด้านความน่าเชื่อถือ X_3 และ ปัจจัยด้านผู้เรียน X_2 ไม่ถูกนำเข้ามาสมการเพราะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เพราะค่านี้สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ไม่นำมาคิดในสมการพยากรณ์

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่ายังมีปัจจัยด้านการสื่อสารองค์กรและการประชาสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัด ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ปัจจัยที่ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.32, S.D. = 0.86$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบรรยากาศ อาคาร และสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมาคือ ด้านผู้เรียน ด้านความศรัทธา ด้านการยอมรับ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา ตามลำดับซึ่งชี้ให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในยุคปัจจุบันไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพทางวิชาการเพียงประการเดียวแต่สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ความสะอาด ความปลอดภัยและการจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีผลโดยตรงต่อการรับรู้ของผู้เรียน ผู้ปกครอง และชุมชนสอดคล้องกับ Owusu และ Mensah (2023) ระบุว่า ปัจจัยที่จับต้องได้เช่น อาคารสถานที่และเทคโนโลยีมีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์เชิงบวกของสถาบันการศึกษานี้เช่นกัน ด้านผู้เรียนที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีทักษะตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานยังคงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยอมรับของสังคมและสถานประกอบการตรงกับผลการศึกษาของ (มงคล แก้วรอด, 2564) ที่พบว่า คุณภาพของผู้เรียนเป็นภาพสะท้อนโดยตรงของคุณภาพองค์กรและเป็นตัวชี้วัดสำคัญของภาพลักษณ์สถาบันอาชีวศึกษา

2. ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.36, S.D. = 0.88$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่าโดยทั่วไปผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสถาบัน ทั้งผู้บริหาร ครู บุคลากร และชุมชน มีการรับรู้เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาในหลายมิติ ทั้งในด้านคุณภาพทางวิชาการ ความน่าเชื่อถือขององค์กร และความสามารถในการผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพ ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จของสถานศึกษาในการพัฒนาองค์ประกอบภายในให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม ผลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า สถานศึกษาอาชีวศึกษาในสังกัดสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานครได้สร้างความ

เชื่อมั่นทางสังคม ในระดับที่น่าพอใจ โดยเฉพาะในด้านความมีมาตรฐานทางวิชาการ การบริหารจัดการที่โปร่งใส และความเชื่อถือในบทบาทของสถาบันในฐานะหน่วยผลิตบุคลากรสายอาชีพที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Keller (2008) ที่อธิบายว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรเกิดจากการรับรู้เชิงคุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อผลงาน ความน่าเชื่อถือ และประสบการณ์ที่ได้รับจากองค์กร หากองค์กรสามารถส่งมอบคุณค่าทางวิชาชีพและบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคมได้อย่างต่อเนื่อง ย่อมส่งผลให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ในเชิงบวก

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์และการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์กับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร ของตัวแปร X_1 - X_6 มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง ทั้ง 6 ด้าน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ได้แก่ ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา (X_1) ด้านผู้เรียน (X_2) ด้านความน่าเชื่อถือ (X_3) ด้านการยอมรับ (X_4) ด้านความศรัทธา (X_5) และด้านบรรยากาศ อาคาร และสถานที่ (X_6) มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์มีค่าความเห็นสูง ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาก็มีแนวโน้มสูงขึ้นไปด้วย โดยเรียงลำดับค่าความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านความศรัทธา ($r = .924$) ด้านบรรยากาศ อาคาร และสถานที่ ($r = .905$) ด้านความน่าเชื่อถือ ($r = .865$) ด้านผู้เรียน ($r = .862$) ด้านการยอมรับ ($r = .849$) และด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา ($r = .843$) จากผลดังกล่าวสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยทั้งหมดมีความเชื่อมโยงและเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อสถาบันมีความเข้มแข็งในด้านหนึ่ง ย่อมส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Keller (2008) ที่อธิบายว่าภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นผลสะสมจากการรับรู้คุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานและความไว้วางใจทางจิตวิทยา โดยเฉพาะปัจจัยด้านความศรัทธาที่สะท้อนถึงความเชื่อมั่นของสังคมต่อองค์กร ถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างชื่อเสียงและความยั่งยืนของสถาบันในระยะยาว

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์อย่างน้อย 2 ด้าน ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความศรัทธา 2) ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา 3) ด้านบรรยากาศ อาคาร และสถานที่ และ 4) ด้านการยอมรับ จากตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ วิเคราะห์โดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของภาพลักษณ์ของสถานศึกษาได้ ร้อยละ 92.8 ($R^2 = .928$) แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวิเคราะห์มีความสอดคล้องสูง และสามารถอธิบายพฤติกรรมของตัวแปรตามได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งถือว่าอยู่ในระดับ ดีมากตามเกณฑ์ของ (Rolph E. Anderson, 2010) ที่ระบุว่า ค่าการอธิบายความแปรปรวนเกิน

60% ถือว่าสมการมีคุณภาพสูง ส่วน ด้านความน่าเชื่อถือ ($\beta = -0.095$) และ ด้านผู้เรียน ($\beta = 0.061$) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมองว่าทั้งสองปัจจัยเป็นผลลัพธ์ของภาพลักษณ์มากกว่าสาเหตุของภาพลักษณ์ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Álvarez-García et al. (2021) ที่ชี้ว่าภาพลักษณ์เป็นการรับรู้รวมที่เกิดจากการสัมผัสประสบการณ์ ไม่ได้เกิดจากปัจจัยเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งโดยตรง

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมปัจจัยที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด ได้แก่ การสื่อสารองค์กรและการประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน และ วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบอาชีวศึกษาตระหนักว่า การสื่อสารและหลักสูตรที่ตอบโจทย์ตลาดแรงงาน เป็นหัวใจสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ในยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Dhanesh (2022) ที่ยืนยันว่าการสื่อสาร เชิงดิจิทัลและการมีส่วนร่วมของผู้เรียนมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรโดยตรง

ข้อเสนอแนะ

1. สถาบันการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนด นโยบายการสร้างภาพลักษณ์ของสถานศึกษาและกำหนดนโยบายภาพลักษณ์เชิงรุกของสถาบัน ผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านความศรัทธา (X_5) มีอิทธิพลสูงที่สุดไปใช้ในการกำหนดนโยบายสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างเป็นระบบ เช่น การสร้างความโปร่งใสในการบริหาร และการสื่อสารความสำเร็จของผู้เรียน เพื่อเสริมความมั่นคงและความยั่งยืนของภาพลักษณ์สถาบันในระยะยาว

2. การเสริมสร้างความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมและชุมชน ผลการวิจัยยืนยันว่าปัจจัยด้านการยอมรับจากสังคม (X_4) ส่งผลต่อภาพลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นควรพัฒนาความร่วมมือกับสถานประกอบการ ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดทวิภาคี การบริการวิชาชีพ Fix It Center เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและการยอมรับในบทบาทของอาชีวศึกษา

3. การพัฒนาครูและบุคลากรให้เป็นทูตภาพลักษณ์ขององค์กร จากผลการวิจัยปัจจัยด้านครูและบุคลากร (X_1) มีอิทธิพลสูงเป็นลำดับที่สอง สถานศึกษาควรพัฒนาครูในด้านสมรรถนะวิชาชีพ คุณธรรม ทักษะการสื่อสาร และบทบาทการเป็นแบบอย่าง เพื่อให้ครูสามารถถ่ายทอดภาพลักษณ์เชิงบวกต่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้ทันสมัยและเอื้อต่อการเรียนรู้จากผลการวิจัย ปัจจัยด้านบรรยากาศ อาคารสถานที่ (X_6) เป็นปัจจัยสำคัญอันดับสาม สถานศึกษาควรจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ให้มีความปลอดภัย ทันสมัย เป็นมิตร และสนับสนุนการเรียนรู้



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการการอาชีวศึกษา, สำนักงาน. (2560). แผนพัฒนาการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2560–2579. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- คณะกรรมการการอาชีวศึกษา, สำนักงาน. (2561). รายงานบทบาทของสถานศึกษาอาชีวศึกษากับการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- คณะกรรมการการอาชีวศึกษา, สำนักงาน. (2565). แนวนโยบายและยุทธศาสตร์การสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาอาชีวศึกษา. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- มงคล แก้วรอด. (2564). คุณภาพของผู้เรียนกับภาพลักษณ์สถาบันอาชีวศึกษา [บทความวิจัย]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล.
- Álvarez-García, J., Del Rio Rama, M. C., Durán-Sánchez, A., & García Vázquez, J. M. (2021). Determinants of institutional image in education: A cumulative perception model. *Journal of Management and Business Education*, 4(1), 1–15.
- Dhanesh, G. S. (2022). Strategic digital communication and stakeholder engagement in education. *Journal of Communication Management*, 26(3), 205–221.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (3rd ed.). Pearson Prentice Hall.
- Manowaluilou, N., Nilsook, P., & Buasuwan, P.(2023). Perceptions and the new paradigm of Thai vocational education. *International Journal of Innovation and Learning*, Vol. 33.
- Meijer, A., & Torenvlied, R. (2022). Public sector image and communication in education institutions. *Public Administration Review*, 82(1), 45–58.
- Owusu, G. M., & Mensah, E. (2023). The influence of educational facilities and technology on institutional image. *International Journal of Education and Development*, 4(2), 101–112.
- Widelska, U. (2024). Teachers as living images of institutional values: A qualitative perspective. *Journal of Educational Leadership and Policy Studies*, 6(1), 32–47.