

การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา
ของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์*
The Comparative Study of Current and Desirable Image of Faculty of Liberal
Arts, Panyapiwat Institute of Management

¹เวอร์นี ประสาทธัมมภรณ์, จินตวีร์ เกษมสุข และ อีรวิร์ วรารธรไพบูลย์

¹Wethanee Prasarttummaporn, Chintawee Kasemsuk
and Teeravee Varatornpaibul

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Panyapiwat Institute of Management, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: wethaneepra@pim.ac.th



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา และ 2) เปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในทัศนะของผู้มีส่วนได้เสีย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ คณบดีคณะศิลปศาสตร์ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้มีส่วนได้เสียของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ได้แก่ 1) นักศึกษาปัจจุบัน จำนวน 182 คน 2) ศิษย์เก่า จำนวน 169 คน และ 3) สถานประกอบการ จำนวน 49 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ เป็นคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธี 1) เชิงพรรณนา 2) เชิงอนุมาน ด้วยวิธีการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความ ค่าสมมติฐาน ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ และ 3) การจำแนกวิเคราะห์องค์ประกอบตัวแปร

ผลวิจัยพบว่า 1) ภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในทัศนะของผู้มีส่วนได้เสียมีความแตกต่างกัน 2) เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ฯ ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สำหรับภาพลักษณ์ปัจจุบัน กลุ่มศิษย์เก่าและสถานประกอบการเห็นภาพลักษณ์ด้านบุคลากรมากที่สุด ส่วนกลุ่มนักศึกษาปัจจุบันเห็นภาพลักษณ์ด้านคุณภาพบัณฑิตมากที่สุด นอกจากนี้ทุกกลุ่มยังคาดหวังให้มีภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาที่ดีขึ้นไปอีก โดยนักศึกษาปัจจุบันและศิษย์เก่าพึงปรารถนาให้มีภาพลักษณ์ด้านความเป็นนานาชาติมากที่สุด และสถานประกอบการพึงปรารถนาให้มีภาพลักษณ์ด้านนวัตกรรมมากที่สุด

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ปัจจุบัน; ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา; คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์; ผู้มีส่วนได้เสีย

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to investigate the current and desirable images; and 2) to compare the current and desirable images of Faculty of Liberal Arts, Panyapiwat Institute of Management. The study used a mixed-methods approach, with qualitative research conducted with key informants who were deans in the Faculty of Liberal Arts. The data were collected using an interview form. The quantitative research was conducted with key informants who were stakeholders in the Faculty of Liberal Arts at Panyapiwat Institute of Management, including 1) 182 current students, 2) 169 alumni, and 3) 49 entrepreneurs, for a total of 400 persons. The tool used was an online questionnaire form inquiring about current and desirable images for the Faculty of Liberal Arts at Panyapiwat Institute of Management. The data collected were examined using the following methods: 1) descriptive; 2) inferential by percentage, mean, standard deviation, interpretation, p-value, and statistical significance; and 3) component analysis.

From the study, the following results were found: 1) From the perspective of stakeholders, the Faculty of Liberal Arts at Panyapiwat Institute of Management has different current and desirable images; and 2) After comparing the current and desirable images of the Faculty of Liberal Arts, each group of stakeholder has opinion level toward each aspect of image at a very high level. In terms of current image, alumni and entrepreneurs have the most positive perceptions of personnel, while current students have the most positive perceptions of graduate quality. Furthermore, all groups want the Faculty of Liberal Arts to have an even more desirable image, with current students as well as alumni expressing a preference for an international image and entrepreneurs for an image centered on innovation.

Keywords: Current Image; Desirable Image; Faculty of Liberal Arts at Panyapiwat Institute of Management; Stakeholders

บทนำ

คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จัดการเรียนการสอนภายใต้แนวคิดการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Work-based Education: WBE) โดยเล็งเห็นความสำคัญในการผลิตบัณฑิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจและสังคม ปัจจุบันมีการจัดการเรียนการสอน จำนวน 3 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีนธุรกิจ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ และหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ พร้อมทั้งมีศูนย์สนับสนุน 2 หน่วยงาน คือ ศูนย์อารยปัญญา และศูนย์ที่ปรึกษาและพัฒนาอาชีพนักศึกษา (Committee of Educational Quality Assurance, Faculty of Liberal Arts, Panyapiwat Institute of Management, 2021) สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์เป็นอีกหนึ่งองค์กรที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงาน จึงจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่คาดหวังในหลายส่วน ที่ผ่านมาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ประสบปัญหาด้านการสื่อสารภายนอก ซึ่งกลุ่มบุคคลภายนอกจะเข้าใจและมองภาพลักษณ์สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ว่าเป็นมหาวิทยาลัย



“เซเวน” โดยต่างตั้งคำถามกันว่า เมื่อนักศึกษาจบมาแล้วจะต้องทำงานในร้านเซเวน อีเลฟเว่นเพียงอย่างเดียวหรือไม่ คณะศิลปศาสตร์เองเป็นคณะที่ประสบปัญหาดังกล่าวเช่นกัน ทำให้คณะฯ ต้องมีการสื่อสารภาพลักษณ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้รับรู้และเข้าใจไปแนวทางเดียวกันว่า คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มีความแตกต่างจากที่อื่น (Sadeputtibavorn, 2018) จากบทสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง (Apiwanworarat, 2022) ภาพลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์เดิมในทุก ๆ ที่ จะถูกมองว่าเป็นคณะที่สอนเรื่องของภาษา วรรณคดี วรรณกรรมในเชิงศิลป์ ซึ่งแตกต่างจากคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ทางคณะฯ ไม่ได้สอนภาษาที่ใช้ในงานวรรณกรรม แต่เป็นภาษาที่ใช้ในเชิงธุรกิจที่มีความเป็นนวัตกรรมสอดแทรก เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนตัวเองได้อย่างรวดเร็วทันตามความต้องการของโลกภายนอก เนื่องจากเป็น Work-based Education จึงมีความโดดเด่นกว่าที่อื่นคือ นักศึกษามีโอกาสในการฝึกปฏิบัติงานมากกว่าแห่งอื่น และมีทุนการศึกษาแลกเปลี่ยนในต่างประเทศ ซึ่งคณะฯ มีเครือข่ายความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการในต่างประเทศแถบตะวันออกเป็นจำนวนมาก

กลยุทธ์หนึ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบให้กับสถาบันอุดมศึกษาได้ก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้นักเรียน ผู้ปกครอง และประชาชน มีความสนใจ มีความเชื่อมั่น และต้องการที่เข้ามาสมัครศึกษาต่อ (Chanapan, 2005) ภาพลักษณ์จึงกลายเป็นสิ่งที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ามีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของคนทั่วไป ผู้คนก็จะเกิดความไว้วางใจ ศรัทธา ยอมรับ จนถึงขั้นให้ความร่วมมือ สนับสนุนต่าง ๆ ให้กับองค์กร ซึ่งในทางกลับกัน หากภาพลักษณ์ถูกมองอยู่ในเชิงลบ ผู้คนก็จะขาดความเชื่อมั่นและไว้วางใจ ซึ่งจะให้ผลตรงกันข้าม ยิ่งในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้คนในสังคมสามารถรับทราบข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว เป็นผลให้ทุกคนสามารถรับรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ (Suphakawanich, 2008) คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในทัศนะของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงจำเป็นต้องศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาผ่านความคิดเห็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เพื่อนำไปเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาคณะศิลปศาสตร์ให้มีภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาสอดคล้องตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ ผู้มีส่วนได้เสียมีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กร ความต้องการและความคาดหวังจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทาง แผนการดำเนินงาน และแนวทางในการพัฒนาองค์กรได้ จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจว่า ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรคือคนกลุ่มใด มีลักษณะเฉพาะอย่างไร มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรในประเด็นใดบ้างทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อนำไปใช้พัฒนาระบบการบริหารจัดการ อันจะนำไปสู่การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย และก่อให้เกิดความผูกพัน (Kasemsuk, 2019) ปัจจัยผู้มีส่วนได้เสียจึงถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ แนวคิด หรือแลกเปลี่ยนทรัพยากรที่มีประโยชน์ระหว่างกัน และทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจสภาพแวดล้อมทางสังคมได้ดีขึ้น รวมทั้งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการด้วย (Freeman et al., 2010)

จากที่กล่าวข้างต้น หากต้องการสื่อสารภาพลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ได้ประสิทธิภาพและมีมุมมองเป็นแนวทางเดียวกันกับผู้บริหารสูงสุดของคณะฯ จึงจำเป็นต้องศึกษาจากผู้ได้รับประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมกับรูปแบบการเรียนการสอนแบบ

Work-based Education คือ นักศึกษาปัจจุบัน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ได้รับรู้และใช้บริการของคณะฯ ตลอดการศึกษา ทั้ง 4 ปีจนเป็นบัณฑิต ซึ่งกลุ่มนี้จะกลายเป็นศิษย์เก่าในเวลาต่อมา และถือว่าเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ถึงแม้จะจบไปแล้วแต่ยังรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับคณะฯ ที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการประชาสัมพันธ์ในเพจของคณะฯ การสื่อสารพบปะพูดคุย จาก E-newsletter ฯลฯ นอกจากนี้ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่สุด คือ สถานประกอบการ อันเป็นหัวใจสำคัญของรูปแบบการเรียนการสอน Work-based Education และเป็นภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่ต่างจากมหาวิทยาลัยแห่งอื่น โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 3 กลุ่มนี้จะสามารถรับรู้ เข้าใจในภาพลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์ และสามารถให้ข้อคิดเห็นในภาพลักษณ์ปัจจุบันและที่พึงปรารถนาแก่คณะฯ ได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในทัศนะของผู้มีส่วนได้เสีย
2. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในทัศนะของผู้มีส่วนได้เสีย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านภาพลักษณ์และผู้มีส่วนได้เสีย

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 1 ท่าน ในประเด็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน และภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนการสำรวจ ในฐานะผู้ส่งสาร

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบเครื่องมือในการสำรวจ ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลความสัมพันธ์กับทางคณะศิลปศาสตร์ของผู้มีส่วนได้เสีย

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของคณะศิลปศาสตร์ทั้งหมด 4 ด้าน

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านบุคลากร 2) ด้านคุณภาพบัณฑิต 3) ด้านความเป็นนานาชาติ 4) ด้านนวัตกรรม โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นการวัดระดับภาพลักษณ์ปัจจุบัน ใช้มาตราประเมินค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขั้นตอนที่ 4 ทดสอบคุณภาพและปรับแก้เครื่องมือตามผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 โดยนำเครื่องมือที่ปรับแก้แล้วไปทดลองใช้ (Try out)

ขั้นตอนที่ 5 ทำการสำรวจกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ขั้นตอนที่ 6 เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัย โดยนำผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพมาประกอบร่วมกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ร่วมกับแนวคิดด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน และการจำแนกองค์ประกอบ

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในทัศนะของผู้มีส่วนได้เสีย ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในทัศนะของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพบัณฑิต ด้านความเป็นนานาชาติ และด้านนวัตกรรม ตามความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน กลุ่มศิษย์เก่า และกลุ่มสถานประกอบการ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในทัศนะของผู้มีส่วนได้เสีย ผลการวิจัยพบว่า เมื่อทำการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ในทัศนะของผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้น แต่ละกลุ่มมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแต่ละด้านอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

ทั้งนี้ สามารถสรุปเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา ทั้ง 4 ด้าน ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและที่พึงปรารถนา ด้านบุคลากร

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ด้านบุคลากร				Mean D.	t	Sig.
	ภาพลักษณ์ปัจจุบัน		ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
นักศึกษาปัจจุบัน	3.99	0.71	4.36	0.74	-0.37	-7.03	.000*
ศิษย์เก่า	4.33	0.52	4.54	0.53	-0.21	-6.83	.000*
สถานประกอบการ	4.24	0.77	4.35	0.70	-0.11	-2.45	0.18*

หมายเหตุ * Sig < 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ด้านบุคลากร ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน กลุ่มศิษย์เก่า และกลุ่มสถานประกอบการ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมองภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามากกว่าภาพลักษณ์ปัจจุบัน

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและที่พึงปรารถนา ด้านคุณภาพบัณฑิต

กลุ่มผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	ด้านคุณภาพบัณฑิต				Mean D.	t	Sig.
	ภาพลักษณ์		ภาพลักษณ์ที่				
	ปัจจุบัน		พึงปรารถนา				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
นักศึกษาปัจจุบัน	4.27	0.50	4.49	0.46	-0.22	-6.82	.000*
ศิษย์เก่า	4.16	0.57	4.50	0.48	-0.34	-8.88	.000*
สถานประกอบการ	3.57	1.13	4.07	0.95	-0.50	-4.55	.000*

หมายเหตุ * Sig < 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านคุณภาพบัณฑิต ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน กลุ่มศิษย์เก่า และกลุ่มสถานประกอบการ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมองภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามากกว่าภาพลักษณ์ปัจจุบัน

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและที่พึงปรารถนา ด้านความเป็นนานาชาติ

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ด้านความเป็นนานาชาติ				Mean D.	t	Sig.
	ภาพลักษณ์ปัจจุบัน		ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา				
	X̄	S.D.	X̄	S.D.			
นักศึกษาปัจจุบัน	4.22	0.75	4.52	0.54	-0.30	-6.04	.000*
ศิษย์เก่า	4.10	0.75	4.49	0.62	-0.40	-7.23	.000*
สถานประกอบการ	3.68	1.36	4.04	1.22	-0.36	-3.16	.003*

หมายเหตุ * Sig < 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านความเป็นนานาชาติ ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน กลุ่มศิษย์เก่า และกลุ่มสถานประกอบการ มีความคิดเห็นภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมองภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามากกว่าภาพลักษณ์ปัจจุบัน

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและที่พึงปรารถนา ด้านนวัตกรรม

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ด้านนวัตกรรม				Mean D.	t	Sig.
	ภาพลักษณ์ปัจจุบัน		ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
นักศึกษาปัจจุบัน	4.23	0.62	4.46	0.53	-0.23	-7.04	.000*
ศิษย์เก่า	4.19	0.57	4.40	0.58	-0.20	-6.43	.000*
สถานประกอบการ	3.35	1.30	3.99	1.09	-0.64	-4.41	.000*

หมายเหตุ * Sig < 0.05

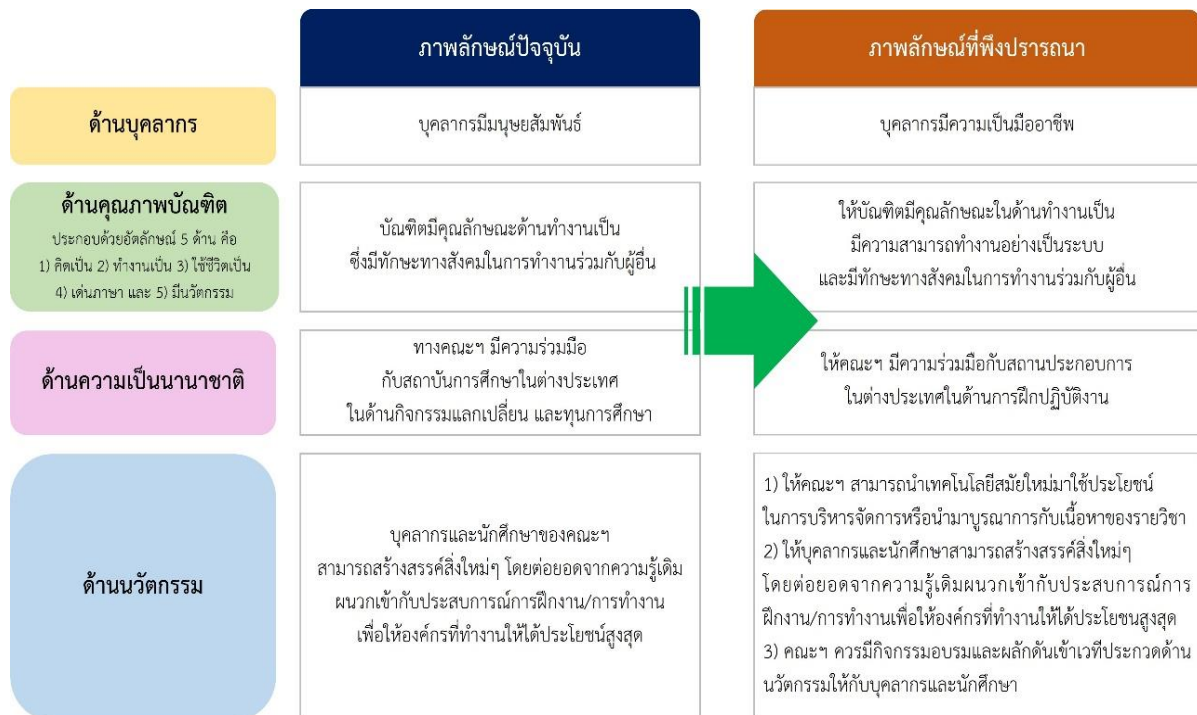
จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านนวัตกรรม ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน กลุ่มศิษย์เก่า และกลุ่มสถานประกอบการ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมองภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามากกว่าภาพลักษณ์ปัจจุบัน

ทั้ง 4 ด้านนี้ ไม่ว่าจะเป็นด้านบุคลากร ด้านคุณภาพบัณฑิต ด้านความเป็นนานาชาติ และด้านนวัตกรรม กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน กลุ่มศิษย์เก่า และกลุ่มสถานประกอบการ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาแตกต่างกัน จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มศิษย์เก่าเห็นด้วยมากที่สุด ด้านคุณภาพบัณฑิต พบว่า กลุ่มนักศึกษาปัจจุบันเห็นด้วยมากที่สุด ด้านความเป็นนานาชาติ พบว่า กลุ่มนักศึกษาปัจจุบันเห็นด้วยมากที่สุด และด้านนวัตกรรม พบว่า กลุ่มนักศึกษาปัจจุบันเห็นด้วยมากที่สุด โดยสรุปได้ว่า กลุ่มนักศึกษาปัจจุบันเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ปัจจุบันใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพบัณฑิต ด้านความเป็นนานาชาติ และด้านนวัตกรรม และยังพบอีกว่ากลุ่มสถานประกอบการเห็นด้วยน้อยที่สุดกับภาพลักษณ์ในทุก ๆ ด้าน

สำหรับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มศิษย์เก่าเห็นด้วยมากที่สุด ด้านคุณภาพบัณฑิต พบว่า กลุ่มศิษย์เก่าเห็นด้วยมากที่สุด ด้านความเป็นนานาชาติ พบว่า กลุ่มนักศึกษาปัจจุบันเห็นด้วยมากที่สุด และด้านนวัตกรรม พบว่า กลุ่มนักศึกษาปัจจุบันเห็นด้วยมากที่สุด โดยสรุปได้ว่า กลุ่มศิษย์เก่าเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพบัณฑิต และกลุ่มนักศึกษาปัจจุบันเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพบัณฑิต ด้านความเป็นนานาชาติ และยังพบอีกว่า กลุ่มสถานประกอบการเห็นด้วยน้อยที่สุดกับภาพลักษณ์ในทุก ๆ ด้าน

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปประเด็นภาพลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพบัณฑิต ด้านความเป็นนานาชาติ และด้านนวัตกรรม โดยเสนอเป็นแบบจำลอง (Model) เพื่อให้เข้าใจถึงการศึกษาลักษณะปัจจุบันและที่พึงปรารถนาของ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน กลุ่มศิษย์เก่า และกลุ่มสถานประกอบการ ดังนี้



Picture 1: Image Model of the Faculty of Liberal Arts, Panyapiwat Institute of Management

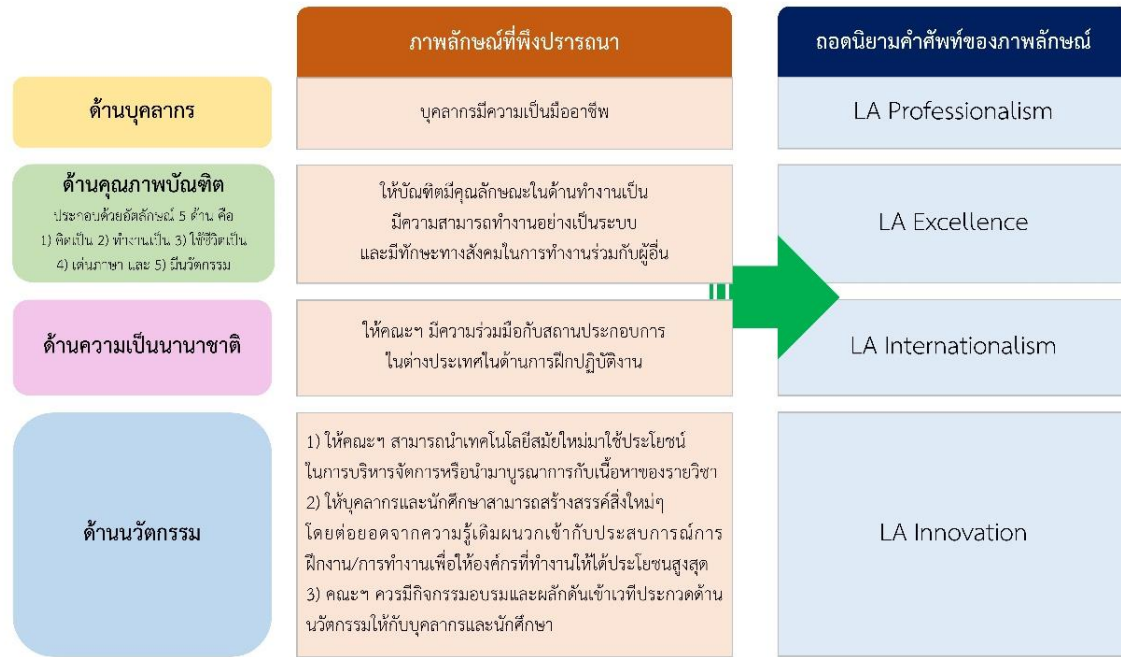
จากแบบจำลองดังกล่าวจะเห็นว่า ทั้งภาพลักษณ์ปัจจุบันและที่พึงปรารถนา มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ในอนาคตอาจจะเปลี่ยนแปลงได้เสมอตามสถานการณ์ ทำให้ผู้วิจัยต้องทำการศึกษเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์ว่า ณ ปัจจุบัน ผู้มีส่วนได้เสียมองภาพลักษณ์เป็นแบบใด และพึงปรารถนา ให้เป็นแบบใดในอนาคต เพื่อที่จะสามารถพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้เกิดภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับ ความต้องการในปัจจุบันหรือความคาดหวังในอนาคต อีกทั้งยังสามารถกำหนดเป็นแนวทางในการสร้าง ภาพลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ต่อไป ให้มีความโดดเด่นจากคณะ ศิลปศาสตร์ของสถาบันอื่นได้

ด้านบุคลากร กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียพึงปรารถนาให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ ซึ่งคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มีจุดเด่นที่แตกต่างจากที่อื่น คือ มีรูปแบบการเรียนการสอนแบบ Work-based Education ซึ่งบุคลากรในคณะฯ ล้วนมีความรู้เชิงวิชาการและประสบการณ์เชิงวิชาชีพทางด้านภาษา ในภาคธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์และเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากสำหรับการเรียนการสอนในรูปแบบดังกล่าว ทำให้บุคลากรมีความคิดที่ทันสมัยทันโลกทันสถานการณ์ อีกทั้งความเป็นมืออาชีพนี้ หากได้รับการยอมรับจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มได้ จึงนิยามศัพท์ภาพลักษณ์ด้านนี้ว่า “LA Professionalism”

ด้านคุณภาพบัณฑิต กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียพึงปรารถนาให้บัณฑิตมีคุณลักษณะในด้านทำงานเป็น มีความสามารถทำงานอย่างเป็นระบบ และมีทักษะทางสังคมในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งคุณลักษณะด้านทำงานเป็นนั้นเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากที่อื่นและเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของการเรียนการสอนแบบ Work-based Education เป็นการเรียนรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติงาน โดยก่อนลงฝึกปฏิบัติงานนั้น ทางคณะฯ มีรายวิชาที่สามารถนำไปประยุกต์ตอนฝึกปฏิบัติงาน มีการจัดอบรม Career Development เกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นที่นอกเหนือจากการเรียนในรายวิชา เป็นความรู้จากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญศาสตร์ต่าง ๆ นักศึกษาจะฝึกงานตั้งแต่ชั้นปีที่ 1-4 ซึ่งล้วนแตกต่างสถานประกอบการด้วย ทำให้ได้เรียนรู้วัฒนธรรมขององค์กร ทักษะทางสังคม และประสบการณ์การทำงานจริงในสถานประกอบการแต่ละแห่ง คณะฯ ยังมีการส่งเสริมและพัฒนา นักศึกษาตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์และตามค่านิยมของคณะฯ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ คิดเป็น ทำงานเป็น ใช้ชีวิตเป็น เติบโตภาษา และมีนวัตกรรม อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักศึกษาเป็นบัณฑิตที่มีความเป็นเลิศทั้งทางวิชาการและวิชาชีพ จึงนิยามศัพท์ภาพลักษณ์ด้านนี้ว่า “LA Excellence”

ด้านความเป็นนานาชาติ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียพึงปรารถนาให้คณะฯ มีความร่วมมือในด้านการฝึกปฏิบัติงานกับสถานประกอบการในต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นของคณะศิลปศาสตร์ที่แตกต่างจากที่อื่น เพราะทางคณะฯ มีเครือข่ายความร่วมมือกับต่างประเทศหลากหลายประเทศ นักศึกษามีโอกาสการฝึกปฏิบัติงานและได้รับทุนการศึกษาแลกเปลี่ยนในต่างประเทศ ซึ่งส่วนมากเป็นสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการในต่างประเทศแถบตะวันออก ในอนาคตจะเพิ่มเติมเครือข่ายสถานประกอบการในต่างประเทศแถบตะวันตกเพิ่มขึ้นตามความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย จึงนิยามศัพท์ภาพลักษณ์ด้านนี้ว่า “LA Internationalism”

ด้านนวัตกรรม กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียพึงปรารถนา 1) คณะฯ ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการหรือนำมาบูรณาการกับเนื้อหาของรายวิชา 2) บุคลากรและนักศึกษาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยต่อยอดจากความรู้เดิมผนวกเข้ากับประสบการณ์การฝึกงาน/การทำงานเพื่อให้องค์กรได้ประโยชน์สูงสุด 3) คณะฯ ควรมีกิจกรรมอบรมและผลักดันเข้าเวทีประกวดด้านนวัตกรรมให้กับบุคลากรและนักศึกษา ถือว่าเป็นจุดเด่นของคณะศิลปศาสตร์ที่แตกต่างจากที่อื่น เพราะคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ไม่ใช่คณะศิลปศาสตร์แบบเดิมที่สอนภาษาอังกฤษจากวรรณกรรม ปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต การรู้เพียงภาษาอย่างเดียวไม่พอ ซึ่งทางคณะฯ มีการสนับสนุนให้บุคลากรและนักศึกษาเกิดกระบวนการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และสร้างสรรค์ผลงานส่งเข้าร่วมประกวดอย่างสม่ำเสมอ โดยทั้งบุคลากรและนักศึกษาสามารถนำสิ่งที่ได้รับไปต่อยอดในการทำงานได้ จึงนิยามศัพท์ภาพลักษณ์ด้านนี้ว่า “LA Innovation”



Picture 2: Desirable Image Definition Model of the Faculty of Liberal Arts, Panyapiwat Institute of Management

จากแบบจำลองดังกล่าวนี้ สามารถเป็นแนวทางในพัฒนาและปรับกระบวนการดำเนินงานเพื่อกำหนดภาพลักษณ์ให้สอดคล้องกับการเรียนการสอนรูปแบบ Work-based Education จนเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีและเด่นชัด และมีความสอดคล้องกับความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย โดยสามารถนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดภาพลักษณ์ในอนาคตของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่บ่งบอกถึงความโดดเด่นและแตกต่างจากที่อื่น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานต่อไปในอนาคต และส่งผลให้เป็นที่ยอมรับต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในทัศนะของผู้มีส่วนได้เสียนั้นมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 3 กลุ่ม ได้รับประสบการณ์กับทางคณะฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อมแตกต่างกัน ซึ่งนักศึกษาปัจจุบันเป็นกลุ่มผู้ได้รับรู้และใช้บริการของคณะฯ ตลอดการศึกษาทั้ง 4 ปี จนเป็นบัณฑิตในอนาคต เป็นกลุ่มที่คณะฯ ผลักดันและปลูกฝังผ่านค่านิยมหรืออัตลักษณ์ทั้ง 5 ด้าน ถูกหล่อหลอมให้เป็นนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ที่มีคุณภาพสู่การเป็นบัณฑิตที่ดีในอนาคต และกลายสถานภาพเป็นศิษย์เก่า ซึ่งศิษย์เก่าเองถือว่าเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับประสบการณ์ทางตรงตั้งแต่ช่วงที่กำลังศึกษาอยู่ และทางอ้อมคือยังคงรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับคณะฯ ที่พัฒนาให้ทันสมัยขึ้นผ่านการประชาสัมพันธ์ในเพจศิษย์เก่า การสื่อสารพบปะพูดคุย จาก E-Newsletter ฯลฯ นอกจากนี้ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญที่สุด คือ สถานประกอบการเป็นหัวใจสำคัญของรูปแบบการเรียนการสอน Work-based Education ที่ได้รับประสบการณ์ทางตรงกับนักศึกษาที่ไปฝึกงานหรือศิษย์เก่าที่ได้เข้าไปทำงาน อีกทั้งมีการประสานพูดคุยกับบุคลากรของทางคณะฯ เรื่องการฝึกงานหรือเชิญเป็นวิทยากร โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 3 กลุ่มนี้สามารถรับรู้ เข้าใจในภาพลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์ และสามารถให้ข้อคิดเห็นแก่คณะฯ ได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumnoonwat,

and Chansawang (2005) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรเกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือ สิ่งที่เกิดขึ้นเอง โดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยที่องค์กรไม่ได้ดำเนินการใด ๆ และเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการการสร้างภาพที่องค์กรปรารถนาที่จะให้เป็น ภาพลักษณ์เกิดขึ้นต่อเมื่อผู้บริหารหรือผู้รับสารมีการสรุปความคิดรวบยอดจากการรับรู้ข้อมูล มุ่งประเด็นที่เป็นภาพลักษณ์จำนวนมากพอ จากหลายช่องทางอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จนสามารถทำให้เกิดความเข้าใจและรู้สึกได้ว่า องค์กร สินค้าและบริการนั้นเป็นอย่างไร หากมีการสื่อสารดี ภาพนั้นจะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดความมั่นใจและเกิดเป็นภาพลักษณ์ ซึ่งการศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันเพียงอย่างเดียวนั้นอาจไม่เพียงพอ จำเป็นต้องศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาในอนาคตด้วย เพื่อองค์กรได้รับทราบถึงความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียว่า พึงปรารถนาภาพลักษณ์ในอนาคตแบบใด และสามารถนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานในอนาคตได้ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sennok (2013) ที่ให้ความหมายของภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์หรือพึงปรารถนา (Wish Image) ไว้ว่าเป็นภาพลักษณ์ที่องค์กรปรารถนาให้เกิดขึ้นในใจของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ สิ่งที่สำคัญคือ การสร้างภาพลักษณ์องค์กรหรือสร้างแบรนด์ขององค์กรนั้นถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ฝ่ายบริหารองค์กรต้องตัดสินใจ ต้องกำหนดภาพลักษณ์องค์กรที่ต้องการให้เกิดขึ้น แล้วจึงวางแผนดำเนินการให้สอดคล้องกัน

จากผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า เมื่อทำการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ในทัศนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น แต่ละกลุ่มมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแต่ละด้านอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สำหรับภาพลักษณ์ปัจจุบัน กลุ่มศิษย์เก่าและกลุ่มสถานประกอบการเห็นภาพลักษณ์ด้านบุคลากรมากที่สุด ส่วนกลุ่มนักศึกษาปัจจุบันมองเห็นภาพลักษณ์ด้านคุณภาพบัณฑิตมากที่สุด นอกจากนี้ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มยังคาดหวังให้มีภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาที่ดีขึ้นไปอีก โดยกลุ่มนักศึกษาปัจจุบันและศิษย์เก่า พึงปรารถนาให้มีภาพลักษณ์ด้านความเป็นนานาชาติมากที่สุด และกลุ่มสถานประกอบการ พึงปรารถนาให้มีภาพลักษณ์ด้านนวัตกรรมมากที่สุด จึงสามารถสรุปภาพลักษณ์แต่ละด้านของคณะศิลปศาสตร์ ได้ดังนี้

1) ด้านบุคลากร บุคลากรของคณะฯ มีความเชี่ยวชาญทางศาสตร์ด้านภาษาและมีประสบการณ์ในภาคธุรกิจ และทางสถาบันฯ มีการจัดอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถทันโลกปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสามารถเป็นที่ยืนยันได้ว่า ทางคณะฯ มีความเป็นมืออาชีพสำหรับการนำความรู้ไปถ่ายทอดให้แก่นักศึกษาหรือการบริการวิชาการให้กับสถานประกอบการ ส่วนมิติอื่น ๆ ยังคงต้องเพิ่มศักยภาพมากขึ้นเพื่อให้เห็นภาพลักษณ์ด้านบุคลากรที่เด่นชัดยิ่งขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของผู้บริหารระดับสูงของคณะศิลปศาสตร์ที่มองว่า ภาพลักษณ์นั้นไม่สามารถเกิดขึ้นเองได้ จะต้องมีการขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Chairasmisak (2009) ที่กล่าวว่า การเรียนการสอนแบบ Work-based Education เป็นแนวคิดในการสร้างบัณฑิตมืออาชีพด้วยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Creating Professionals through Work-based Education) นักศึกษาจะได้รับความรู้เชิงวิชาการจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์การทำงานโดยตรงจากบริษัทในเครือฯ และพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongwattana et al. (2016) ศึกษา “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม” ซึ่งหากเปรียบเทียบกับคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในส่วนของภาพลักษณ์ด้านบุคลากร ก็มีการผลักดันให้บุคลากรเข้าร่วมอบรมหรือกิจกรรมต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของตนเอง และเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่นักศึกษา

2) ด้านคุณภาพบัณฑิต ด้วยรูปแบบการเรียนการสอนแบบ Work-based Education คือ การเรียนรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติงาน นักศึกษาและบัณฑิตทุกคนควรพึงมีทักษะทางสังคมในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งตลอดระยะเวลาของการฝึกงานนั้น นักศึกษาได้ไปฝึกงานแต่ละแห่ง จะได้รับประสบการณ์

ที่แตกต่างกันตามสายงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานบริการ งานสุขภาพ งานธุรกิจ ซึ่งมีความแตกต่างกัน ทำให้ต้องมีการปรับตัวและเรียนรู้สังคม อีกทั้งยังได้เรียนรู้การทำงานอย่างเป็นระบบด้วย ทั้งนี้ทางคณะฯ และสถานประกอบการได้ร่วมกันปลูกฝังทักษะทางสังคม โดยจัดอบรมเตรียมความพร้อมก่อนการทำงาน สถานประกอบการเป็นพี่เลี้ยงคอยชี้แนะ ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bucha, and Sukumolchan (2021) เพียงแต่เมื่อเปรียบเทียบกับคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ค่อนข้างได้เปรียบในเรื่องของภาพลักษณ์ด้านคุณภาพบัณฑิต เนื่องด้วยรูปแบบการเรียนการสอนแบบ Work-based Education คือเรียนควบคู่กับฝึกปฏิบัติงาน ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกรับนักศึกษาฝึกงานและเป็นที่ยอมรับสำหรับสถานประกอบการ

3) ด้านความเป็นนานาชาติ ปัจจุบันความร่วมมือของคณะฯ กับสถานประกอบการในต่างประเทศนั้นจะเน้นไปทางทวีปเอเชียภูมิภาคตะวันออกเป็นหลักคือ ประเทศญี่ปุ่น แต่ยังคงความร่วมมือกับภูมิภาคตะวันตก ทำให้เห็นว่าทางคณะฯ ต้องทำความร่วมมือเครือข่ายสถานประกอบการในต่างประเทศสำหรับการฝึกปฏิบัติงานเพิ่มเติม เพื่อที่จะได้ตอบสนองกับสิ่งที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียพึงปรารถนาในภาพลักษณ์ด้านความเป็นนานาชาติที่เด่นชัดยิ่งขึ้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonrat (2014) พบว่า ด้านความเป็นนานาชาตินั้นพึงปรารถนาให้มีความร่วมมือหรือทุนแลกเปลี่ยนมหาวิทยาลัยต่างประเทศ หากแต่เพียงต่างกันตรงที่ของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จะเน้นความร่วมมือกับสถานประกอบการ เนื่องด้วยการเรียนการสอนเป็นรูปแบบ Work-based Education และกลุ่มสถานประกอบการเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ

4) ด้านนวัตกรรม ทางคณะฯ มีการจัดอบรมและผลักดันเข้าเวทีประกวดด้านนวัตกรรมให้กับบุคลากรและนักศึกษาอยู่เสมอ เพื่อเป็นแนวทางให้กับบุคลากรและนักศึกษาสามารถคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ คิดสร้างสรรค์เรื่องนวัตกรรม โดยสามารถนำสิ่งใหม่ ๆ หรือสิ่งที่ได้เรียนรู้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานและการเรียนได้ อีกทั้งคณะฯ เองได้ใช้นวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ในการบริหารให้คณะฯ มีความทันสมัยและรู้ทันการเปลี่ยนแปลงของโลก ยิ่งปัจจุบันเทคโนโลยีมีวิวัฒนาการที่ก้าวหน้ามากขึ้น หากสามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการบริหารจัดการ หรือนำมาบูรณาการกับเนื้อหาของรายวิชา อาจทำให้รายวิชาเกิดความน่าสนใจ ทำให้นักศึกษาเองมีความอยากเรียนรู้มากขึ้น นอกจากนี้บุคลากรและนักศึกษายังสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยต่อยอดจากความรู้เดิมผนวกเข้ากับประสบการณ์การฝึกงานหรือการทำงานเพื่อให้องค์กรที่ทำงานได้ประโยชน์สูงสุด เพื่อจะตอบสนองกับสิ่งที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียพึงปรารถนาในภาพลักษณ์ด้านความเป็นนวัตกรรมที่เด่นชัดยิ่งขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonrat (2014) ศึกษา “แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย” หากเปรียบเทียบกับคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มีความสอดคล้องกันในภาพลักษณ์ด้านนวัตกรรม โดยเน้นจัดกิจกรรมอบรมและผลักดันนักศึกษาเข้าสู่เวทีประกวดด้านนวัตกรรม เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยต่อยอดจากความรู้เดิมผนวกเข้ากับประสบการณ์การฝึกงานมาประยุกต์กับความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมอันส่งผลไปสู่การเข้าเวทีประกวดได้ ซึ่งมีความคล้ายกับผลงานวิจัยดังกล่าวคือ มุ่งองค์กรวิชาชีพรองรับ ผู้เรียนสามารถต่อยอดระดับสูงขึ้นได้ จึงเห็นได้ว่าหากนักศึกษา มีผลงานนวัตกรรม จะสามารถเป็นใบเบิกทางสำหรับการต่อยอดวิชาชีพในอนาคตได้

สรุป

จากที่กล่าวข้างต้น สามารถสรุปผลของการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ได้ดังนี้ว่า ด้านบุคลากร ภาพลักษณ์ปัจจุบันที่มองเห็นได้ชัดที่สุด คือ บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ แต่ในภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนานั้น กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอยากให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพที่สุด ด้านคุณภาพบัณฑิต ประกอบด้วยอัตลักษณ์ 5 ด้าน คือ 1) คิดเป็น 2) ทำงานเป็น 3) ใช้ชีวิตเป็น 4) เด่นภาษา และ 5) มีนวัตกรรม โดยภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามองเห็นได้ชัดที่สุดและเป็นในทิศทางเดียวกัน คือ ให้บัณฑิตมีคุณลักษณะด้านทำงานเป็น มีความสามารถทำงานอย่างเป็นระบบ และมีความซื่อสัตย์ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ด้านความเป็นนานาชาติ ภาพลักษณ์ปัจจุบันที่มองเห็นได้ชัดที่สุด คือ คณะฯ มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศในด้านกิจกรรมแลกเปลี่ยนและทุนการศึกษา แต่ในภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังให้คณะฯ มีความร่วมมือกับสถานประกอบการในต่างประเทศในการฝึกปฏิบัติงาน และด้านนวัตกรรม ภาพลักษณ์ปัจจุบันที่มองเห็นได้ชัดที่สุด คือ บุคลากรและนักศึกษาของคณะฯ สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยต่อยอดจากความรู้เดิมผนวกเข้ากับประสบการณ์การฝึกงานหรือการทำงาน เพื่อให้องค์กรที่ทำงานให้ได้ประโยชน์สูงสุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนานั้น กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 3 กลุ่ม มองเห็นต่างกันว่า 1) อยากให้คณะฯ นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการหรือนำมาบูรณาการกับเนื้อหาของรายวิชา 2) ให้บุคลากรและนักศึกษาสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยต่อยอดจากความรู้เดิมผนวกเข้ากับประสบการณ์การฝึกงานหรือการทำงาน เพื่อให้องค์กรที่ทำงานให้ได้ประโยชน์สูงสุด 3) คณะฯ ควรมีกิจกรรมอบรมและฝึกฝนเข้าเวทีกิจกรรมด้านนวัตกรรมให้กับบุคลากรและนักศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 สามารถนำภาพลักษณ์ที่คาดหวังไปเป็นแนวทางในการปรับกระบวนการกำหนดอัตลักษณ์และการเรียนการสอนรูปแบบ Work-based Education ต่อไป

1.2 ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ เช่น ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพบัณฑิต ด้านความเป็นนานาชาติ และด้านนวัตกรรม ในกลุ่มสถานประกอบการยังคงเห็นภาพลักษณ์เหล่านี้ในระดับน้อย จึงควรมีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เนื่องจากสถานประกอบการเป็นส่วนสำคัญในรูปแบบการเรียนการสอน Work-based Education

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ขยายกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้นตามประเภทของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่อาจเพิ่มขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครอบคลุมและหลากหลายมุมมองมากขึ้น

2.2 ต่อยอดการวิจัยเปรียบเทียบภาพลักษณ์ปัจจุบันและที่พึงปรารถนาในระดับสถาบันฯ เพื่อเป็นตัวกำหนดทิศทางให้แต่ละคณะวิชา และตอบโจทย์กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียได้

2.3 อาจศึกษาการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาภาพลักษณ์ด้วย



References

- Apiwanworarat, T. (2022) Dean of Faculty of Liberal Arts. *Interview*. November, 10.
- Boonrat, A. (2014). *The Roadmap for Developing Image of Private University in Thailand*. (Doctoral Dissertation). Prince of Songkla University. Songkla.
- Bucha, S., & Sukumolchan, W. (2021). *Image of Students of the Faculty of Liberal Arts Rajamangala University of Technology Thanyaburi that Affects the Decision to Accept Students to Practice Cooperative Education in the Organization*. (Research Report). Pathum Thani: Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Chairasmisak, K. (2009). *CEO and Love*. Bangkok: Book Smile Publisher.
- Chanapan, T. (2005). *Communication Management of Faculties of Communication Arts in Private Universities: A Study of the Decision Making of First Year Students to Apply for Bachelor's Degree*. (Master's Thesis). Thammasat University. Bangkok.
- Committee of Educational Quality Assurance, Faculty of Liberal Arts, Panyapiwat Institute of Management. (2021). *SAR, Faculty of Liberal Arts, 2021*. Nonthaburi: Panyapiwat Institute of Management.
- Freeman, R. E. et al. (2010). *Stakeholder Theory: The State of the Art*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kasemsuk, C. (2019). *Stakeholder Relationship Management*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Kumnoonwat, D., & Chansawang, W. (2005). *Public Relations and Communications*. (2nd ed.). Bangkok: Intime Trade Limited Partnership.
- Sadeputtibavorn, I. (2018). *Creating Image of Panyapiwat Institute of Management*. (Master's Thesis). Panyapiwat Institute of Management. Nonthaburi.
- Sennok, M. (2013). *Company Image and Marketing Mix Strategies Affecting Purchasing Decisions New Brand of Soft Drink Products of Consumers in Bangkok: A Case Study of S Brand Soft Drink Products of Serm Suk Public Company Limited*. (Master's Thesis). Burapha University. Chonburi.
- Suphakawanich, C. (2008). *Brand Building. Thai Contractors*. Retrieved March 23, 2023, from <http://www.thaicontractors.com/content/cmenu/1/20/41.html>
- Wongwattana, S., Amsa-art, L., Phothisang, P., & Prakongja, P. (2016). The Image of Pibulsongkram Rajabhat University. *Humanities and Social Sciences Journal of Graduate School, Pibulsongkram Rajabhat University*, 10(1), 1-13.