

ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดลในมุมมองของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

Survey of MUIC's Corporate Image among Grade Twelfth School Students

รสสุคนธ์ พระเนตร*

Rossukon Pranut*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล (MUIC) และเปรียบเทียบทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล จำแนกตามเพศ หลักสูตรของโรงเรียนที่กำลังศึกษา และหลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 410 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา Independent Sampling t-test และ One-way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหญิง (ร้อยละ 72.68) นักเรียนส่วนใหญ่ศึกษาในหลักสูตรไทย (ร้อยละ 52.44) และสนใจเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยนานาชาติในหลักสูตรธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) มากที่สุด (ร้อยละ 17.32) ในส่วนของภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนมีทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติในระดับดีมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.65) รองลงมาคือด้านชื่อเสียง/การยอมรับ (ค่าเฉลี่ย = 4.63) และด้านบรรยากาศ (ค่าเฉลี่ย = 4.62) ผลเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติตามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ จำแนกตามเพศ หลักสูตรการศึกษาที่เรียน และหลักสูตรที่สนใจเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยนานาชาติ ไม่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่าภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติอยู่ในระดับดีมาก ดังนั้นการรักษาภาพลักษณ์ให้คงอยู่และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ถือเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้ให้นักเรียน ผู้ปกครอง หรือ บุคคลภายนอกเชื่อมั่นในวิทยาลัยนานาชาติ และเลือกวิทยาลัยนานาชาติเป็นสถาบันแรกที่จะเข้ารับการศึกษาต่อ อีกทั้งผลการศึกษานี้ สามารถนำข้อมูลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์ต่อองค์กรมากที่สุด

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์, วิทยาลัยนานาชาติ, มุมมอง

งานสื่อสารองค์กร วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

Corporate Communications Section, Mahidol University International College

*Corresponding Author: rossukon.pra@mahidol.edu

Abstract

This research aimed to study and compare the image of Mahidol University International College as perceived by grade 12 students. The sample was 410 students in grade 12 who participated in the Road Show activities. Rating-scale questionnaires were used to collect the data, and descriptive analysis, independent sampling t-test and One-way ANOVA were used to analyze the data.

The results found that the majority of the sample were female students (72.68%). Most of the students were enrolled in Thai programs (52.44%) and interested in studying at MUIC for international business program (17.32%). In part of image of MUIC, the study results reveal a very good level of overall. When considered in each aspect was examined, quality ranked highest, followed by reputation/acceptance and atmosphere.

When comparing the image of MUIC by gender, program studies, and interested program in MUIC, no difference was found.

Conclusion; the image of the International College was very good. Therefore, the maintain image and develop better is important. Then, the students, parents or others will believe in MUIC and choose International College as the first institution to study. Moreover, the results of this study can guideline for planning strategies to create a good image in various fields appropriately and benefit to the organization as much as possible

Keywords: Corporate Image, Mahidol University International College, Perceptions

หลักการและเหตุผล

ในการดำเนินธุรกิจนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการศึกษา “ภาพลักษณ์” เป็นสิ่งสำคัญอย่างมากทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือภาพลักษณ์ที่ดีจะส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดและการดำเนินงาน อันเนื่องมาจากได้รับความร่วมมือ ความเชื่อถือ ความไว้วางใจและสามารถสร้างความประทับใจให้เกิดในจิตใจของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องได้ งานสื่อสารองค์กรมีหน้าที่หลักในการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในภายนอก และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรซึ่งเป็นแนวคิดที่หลายองค์กรให้ความสำคัญ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นสถาบันการศึกษาของรัฐแห่งแรกที่เปิดหลักสูตรนานาชาติ จัดการศึกษา

แบบ Liberal Arts Education ที่เน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้รอบด้าน ในหลากหลายมิติทั้งวิทยาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และบริหารธุรกิจ มีอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้ ความสามารถตรงกับสาขาที่สอน ปัจจุบันเปิดหลักสูตรปริญญาตรี 17 สาขาวิชา ให้เลือกเรียนตามความสนใจ มีข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาชั้นนำในต่างประเทศจากทั่วโลก ซึ่งนักศึกษาสามารถไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมกับมหาวิทยาลัยที่เป็นคู่สัญญาได้

จากประสบการณ์ที่สั่งสมมาตลอด 37 ปี และด้วยชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมหิดลที่มีชื่อเสียงมาช้านาน ทำให้เห็นได้ว่า วิทยาลัยนานาชาติเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำในหลักสูตรนานาชาติ ผลิต

บัณฑิตที่มีคุณภาพ ตรงความต้องการของตลาดมาหลายต่อหลายรุ่น ถือเป็นสถาบันการศึกษาอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ได้มีการปรับปรุงหลักสูตรเพื่อให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป มีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาปรับใช้ให้เข้ากับการเรียนการสอน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมของนักศึกษา มีการฝึกงานเพื่อให้ได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติจริง เพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพในอนาคต มีการปรับแผนกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ตามที่กล่าวมานั้น ก็เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัยนานาชาติให้บุคคลทั่วไปได้รับทราบ เนื่องจากภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว หากองค์กรใดมีสมาชิกที่เข้มแข็ง มีผลงานเป็นที่ปรากฏเป็นรูปธรรม มีการบริการที่เป็นเลิศ มีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นที่น่าเลื่อมใสศรัทธา ภาพขององค์กรที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนย่อมเป็นภาพที่ดี น่าเชื่อถือ มีผลให้การปฏิบัติงานตามพันธกิจขององค์กรบรรลุ เกิดความน่าเชื่อถือ

จากการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและคุณภาพในด้านต่าง ๆ จนประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้ อาจกล่าวได้ว่าวิทยาลัยนานาชาติ ถือเป็นสถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรนานาชาติ ที่หากใครต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรนานาชาติจะต้องนึกถึงเป็นอันดับต้นๆ อย่างไรก็ตามการพัฒนาคุณภาพการศึกษายังคงต้องพัฒนาไปเรื่อยๆ อย่างไม่หยุดนิ่ง ทั้งนี้เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับผู้พบเห็น ไม่ว่าจะเป็นผู้ปกครองที่มีส่วนสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจเลือกเรียนในระดับมหาวิทยาลัยของบุตรหลาน หรือแม้แต่ครูแนะแนวที่มีหน้าที่สำคัญในการให้คำแนะนำแก่นักเรียนเพื่อศึกษาต่อในอนาคต และที่สำคัญที่สุดตัวคือนักเรียนเองที่จะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกเรียนมหาวิทยาลัยที่ตนเองต้องการ หากมหาวิทยาลัยมีคุณภาพการศึกษาที่ดี และภาพลักษณ์ที่ดีแล้วนั้น มหาวิทยาลัยย่อมเป็นที่รู้จักและสามารถเป็น

มหาวิทยาลัยในใจของนักเรียนหลายๆ คนได้ จากเหตุผลต่างๆ นี่จึงเป็นที่มาของการศึกษา เรื่องภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เพื่อนำผลที่ได้มาปรับเพื่อเป็นแนวทางในการดำรงไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีและสามารถรองรับการเจริญเติบโตของตลาดการศึกษาในอนาคตได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษามุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล จำแนกตามเพศ หลักสูตรของโรงเรียนที่กำลังศึกษา หลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อที่วิทยาลัยนานาชาติ

วิธีการศึกษา

รูปแบบการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่เข้าร่วมตอบแบบสอบถาม จากกิจกรรม Road show ที่เจ้าหน้าที่ของงานสื่อสารองค์กร วิทยาลัยนานาชาติ เดินทางไปแนะนำการศึกษาต่อยังโรงเรียนต่าง ๆ ในช่วงเดือน มีนาคม – ตุลาคม 2564

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่เข้าร่วมกิจกรรม Roadshow ในช่วงเดือนมีนาคม-เดือนตุลาคม 2564 โดยจะศึกษาเฉพาะโรงเรียนที่มีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มาสมัครเรียนที่วิทยาลัยนานาชาติ สูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียน โรงเรียนสวนกุหลาบ

วิทยาลัย โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย โรงเรียนอัสสัมชัญ ธนบุรี โรงเรียน โพธิสารพิทยากร โรงเรียนเซนต์คาเบรียล โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา โรงเรียนเซนต์โยเซฟคอนเวนต์ โรงเรียนสตรีภูเก็ต และโรงเรียนอัสสัมชัญหลักสูตรภาษาอังกฤษ (ข้อมูลจากงานรับสมัครและจัดสอบ รอบ การรับสมัครที่ 4 ปีการศึกษา 2564-2565) ซึ่งจำนวน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากทั้ง 10 โรงเรียน มี จำนวน 4,542 คน (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม การศึกษาเอกชน, 2564) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่ม ตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความ เชื่อมั่น 95% กำหนดค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ จำนวนตัวอย่างที่ควรจะมีข้อมูลได้ 368 คน ซึ่งผู้วิจัย ได้แจกแบบสอบถามไปทั้งหมดจำนวน 500 ชุด (โรงเรียนละ 50 ชุด) ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 410 ชุด คิดเป็นร้อยละ 82

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผ่านการ ประเมินโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูล ทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของ แบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เพศ หลักสูตรของโรงเรียนที่กำลัง ศึกษา และหลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อที่วิทยาลัย นานาชาติ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความ คิดเห็นภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง/การยอมรับ ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพ และภาพลักษณ์ด้าน บรรยากาศ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วน ประมาณค่าแบบ Likert Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็น ด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 17 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่างๆ ของกลุ่ม ตัวอย่าง เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติ เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ

2) ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของวิทยาลัย นานาชาติ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คุณลักษณะส่วนบุคคล คือ เพศ กับภาพลักษณ์ด้าน ชื่อเสียง/การยอมรับ ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพ และ ภาพลักษณ์ด้านบรรยากาศ โดยใช้สถิติเชิงอนุมานใน การทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัว แปรตาม ด้วย Independent Sampling t-test โดย กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คุณลักษณะส่วนบุคคล คือ หลักสูตรของโรงเรียนที่ กำลังศึกษาและหลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อที่วิทยาลัย นานาชาติ กับภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง/การยอมรับ ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพ และภาพลักษณ์ด้าน บรรยากาศ โดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบความ แตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้วยการ วิเคราะห์ความแปรปรวนทิศทางเดียว (one-way ANOVA) และใช้ LSD (Least Significant Difference)

จริยธรรมในการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ได้รับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สถาบันวิจัย ประชากรและสังคม (IPSR-IRB) มหาวิทยาลัยมหิดล เลขที่ PSR-IRB-2021-070

ผลการศึกษา

ได้รับแบบสอบถามการเก็บข้อมูลจาก
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่เข้าร่วมกิจกรรม
Roadshow ในช่วงเดือนมีนาคม-เดือนตุลาคม 2564

เฉพาะโรงเรียนที่มีนักเรียนมาสมัครเรียนที่วิทยาลัย
นานาชาติ สูงสุด 10 อันดับแรก จำนวนทั้งสิ้น 410 คน
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาปีที่ 6

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 410)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
- หญิง	298	72.68
- ชาย	112	27.32
หลักสูตรที่กำลังศึกษาอยู่		
- หลักสูตรไทย	215	52.44
- หลักสูตรภาษาอังกฤษ (English Program)	105	25.61
- หลักสูตรนานาชาติ (International Program)	90	21.95
หลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อที่วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล		
- ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business)	71	17.32
- การตลาด (Marketing)	40	9.76
- สื่อและการสื่อสาร (Media and Communication)	39	9.51
- ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและกิจการทั่วโลก (International Relations and Global Affairs)	38	9.27
- วัฒนธรรมนานาชาติศึกษาและภาษา (Intercultural Studies and Languages)	38	9.27
- ออกแบบนิเทศศิลป์ (Communication Design)	32	7.80
- การเงิน (Finance)	25	6.10
- วิทยาศาสตร์ชีวภาพ (Biological Sciences)	23	5.61
- วิทยาการคอมพิวเตอร์ (Computer Science)	21	5.12
- วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ (Computer Engineering)	18	4.39
- เทคโนโลยีสร้างสรรค์ (Creative Technology)	16	3.90
- วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร (Food Science and Technology)	16	3.90
- เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (Business Economics)	14	3.41
- ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการเดินทางและธุรกิจบริการ (Travel and Service Business Entrepreneurship)	13	3.17
- เคมี (Chemistry)	3	0.73
- คณิตศาสตร์ประยุกต์ (Applied Mathematics)	2	0.49
- ฟิสิกส์ (Physics)	1	0.24

จากตารางที่ 1 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่าเป็นนักเรียนหญิง จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 72.68 และเป็นนักเรียนชาย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 27.32 นักเรียนส่วนใหญ่ศึกษาในหลักสูตรไทยมากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 52.44 รองลงมาศึกษาในหลักสูตรภาษาอังกฤษ (English Program) จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 25.61 และศึกษาในหลักสูตรนานาชาติ (International Program) จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.95

นักเรียนส่วนใหญ่สนใจเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยนานาชาติในหลักสูตรธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.32 รองลงมาศึกษาในหลักสูตรการตลาด (Marketing) จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.76

ส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

ตารางที่ 2 ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ด้านชื่อเสียง/การยอมรับ (n=410)

ด้านชื่อเสียง/ การยอมรับ	ทัศนคติ					$\bar{x}$	SD	ภาพลักษณ์	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
- เป็นหลักสูตรนานาชาติระดับต้นๆของประเทศไทย	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (2.00)	101 (24.60)	301 (73.40)	4.71	0.49	ดีมาก	1
- เป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำในประเทศไทย	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (3.20)	116 (28.30)	281 (68.50)	4.65	0.54	ดีมาก	2
- เป็นสถาบันที่อยู่ภายใต้มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งของประเทศไทย	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (2.40)	123 (30.00)	277 (67.60)	4.65	0.53	ดีมาก	3
- เป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	0 (0.00)	1 (0.20)	16 (3.90)	130 (31.70)	263 (64.10)	4.60	.0.58	ดีมาก	4
- มีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบ Liberal Arts คือเป็นการผสมผสานระหว่างวิทย์และศิลป์	0 (0.00)	1 (0.20)	24 (5.90)	139 (33.90)	246 (60.00)	4.54	0.62	ดีมาก	5
ภาพรวม						4.63	0.46	ดีมาก	

จากตารางที่ 2 แสดงภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านชื่อเสียง/ การยอมรับ พบว่าภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านชื่อเสียง/ การยอมรับ ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.63) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักเรียนมีมุมมองต่อภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง/ การยอมรับอยู่ในระดับดีมากทุกข้อ โดยนักเรียนส่วนใหญ่มีมุมมองในเรื่องเป็นหลักสูตร

นานาชาติระดับต้น ๆ ของประเทศไทย อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.71) รองลงมาคือ ในเรื่องเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำในประเทศไทย ($\bar{x}$ = 4.65) ในเรื่องเป็นสถาบันที่อยู่ภายใต้มหาวิทยาลัยมหิดลซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งของประเทศไทย ($\bar{x}$ = 4.65) จัดอยู่ในอันดับสาม ในเรื่องของเป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ($\bar{x}$ = 4.60) และมีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบ Liberal Arts คือเป็นการผสมผสานระหว่างวิทย์และศิลป์ ($\bar{x}$ = 4.54)

ตารางที่ 3 ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ด้านคุณภาพ (n=410)

ด้านคุณภาพ	ทัศนคติ					$\bar{x}$	SD	ภาพลักษณ์	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
- มีโอกาสเข้าร่วมโครงการแลกเปลี่ยนกับต่างประเทศ	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (3.20)	103 (25.10)	294 (71.70)	4.69	0.53	ดีมาก	1
- มีมาตรฐานทางการศึกษาในระดับสากล	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (2.20)	110 (26.80)	291 (71.00)	4.69	.0.51	ดีมาก	2
- อาจารย์ผู้สอนเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในสาขาที่สอน	0 (0.00)	0 (0.00)	14 (3.40)	116 (28.30)	280 (72.90)	4.65	.0.55	ดีมาก	3
- มีหลักสูตรที่ทันสมัยตอบรับตลาดแรงงานและ/หรือการศึกษาต่อในอนาคต	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (3.90)	122 (29.80)	272 (66.30)	4.62	0.56	ดีมาก	4
- สร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล	0 (0.00)	0 (0.00)	11 (2.70)	130 (31.70)	269 (65.60)	4.63	0.54	ดีมาก	5
ภาพรวม						4.66	0.47	ดีมาก	

จากตารางที่ 3 แสดงภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านคุณภาพ พบว่า ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.66) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่านักเรียนมีมุมมองในเรื่องภาพลักษณ์ด้านคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ทุกข้อ นักเรียนส่วนใหญ่มีมุมมองในเรื่องมีโอกาสเข้าร่วมโครงการแลกเปลี่ยนกับต่างประเทศ

โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.69) รองลงมาคือด้านคุณภาพเกี่ยวกับวิทยาลัยนานาชาติมีมาตรฐานทางการศึกษาในระดับสากล ($\bar{x}$ = 4.69) วิทยาลัยนานาชาติมีอาจารย์ผู้สอนเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในสาขาที่สอน ($\bar{x}$ = 4.65) การสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ($\bar{x}$ = 4.63) และ วิทยาลัยนานาชาติมีหลักสูตรที่ทันสมัยตอบรับตลาดแรงงานและ/หรือการศึกษาต่อในอนาคต ($\bar{x}$ = 4.62)

ตารางที่ 4 ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ด้านบรรยากาศ (n=410)

ด้านบรรยากาศ	ทัศนคติ					$\bar{x}$	SD	ภาพลักษณ์	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
- มีความเป็นนานาชาติ	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (2.20)	102 (24.90)	299 (72.90)	4.71	0.50	ดีมาก	1
- บรรยากาศสวยงามสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (2.40)	113 (27.60)	287 (70.00)	4.68	0.52	ดีมาก	2
- มีอาจารย์ชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (2.90)	114 (27.80)	284 (69.30)	4.66	0.53	ดีมาก	3

ด้านบรรยากาศ	ทัศนคติ					$\bar{x}$	SD	ภาพลักษณ์	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
- มีหลักสูตรให้เลือกเรียนได้หลากหลาย	0 (0.00)	2 (0.50)	15 (3.70)	115 (28.00)	278 (67.80)	4.63	0.58	ดีมาก	4
- มีการใช้เทคโนโลยีการเรียนการสอนที่ทันสมัย	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (3.90)	121 (29.50)	273 (66.60)	4.63	0.56	ดีมาก	5
- มีเพื่อนที่มาจากหลากหลายประเทศ	0 (0.00)	0 (0.00)	29 (7.10)	125 (30.50)	256 (62.40)	4.55	0.62	ดีมาก	6
- มีสังคมเพื่อนที่ดี	0 (0.00)	1 (0.20)	26 (6.30)	141 (34.40)	242 (59.00)	4.52	0.63	ดีมาก	7
ภาพรวม						4.62	0.48	ดีมาก	

จากตารางที่ 4 แสดงภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านบรรยากาศ พบว่า ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านบรรยากาศ ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก (= 4.62) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักเรียนมีมุมมองต่อภาพลักษณ์ด้านบรรยากาศอยู่ในระดับดีมากทุกข้อ นักเรียนส่วนใหญ่มีมุมมองในเรื่องวิทยาลัยนานาชาติมี

ความเป็นนานาชาติโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.71) รองลงมาคือ วิทยาลัยนานาชาติมีบรรยากาศสวยงามสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ($\bar{x}$ = 4.68) มีอาจารย์ชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ($\bar{x}$ = 4.66) มีหลักสูตรให้เลือกเรียนได้หลากหลาย ($\bar{x}$ = 4.63) มีเพื่อนที่มาจากหลากหลายประเทศ ($\bar{x}$ = 4.55) และ มีสังคมเพื่อนที่ดี ($\bar{x}$ = 4.52)

ส่วนที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ จำแนกตามเพศ หลักสูตรของโรงเรียนที่ศึกษา และหลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อที่วิทยาลัยนานาชาติ

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ จำแนกตามเพศ (n=410)

เพศ	N	$\bar{x}$	SD	t	p
1.หญิง	298	4.63	0.46	.032	0.978
2.ชาย	112	4.64	0.44		

*p<.05

จากตารางที่ 5 พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อ

ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติที่ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ จำแนกตามหลักสูตรของโรงเรียนที่ศึกษา

เพศ	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	.461	2	0.230	1.166	0.313
ภายในกลุ่ม	80.383	407	0.198		
รวม	80.843	409			

*p≤0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า ทักษะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่เรียนในหลักสูตร การศึกษาที่เรียนต่างกัน มีทักษะต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ จำแนกตามหลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อที่วิทยาลัยนานาชาติ

เพศ	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	1.736	16	.108	.539	0.926
ภายในกลุ่ม	79.107	393	.201		
รวม	80.843	409			

*p≤0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า ทักษะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่สนใจเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยนานาชาติในหลักสูตรที่ต่างกัน มีทักษะต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติไม่แตกต่างกัน

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยพิจารณาตามทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษา ได้ผลดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง/การยอมรับในระดับดีมาก ในความคิดเห็นของนักวิจัยเห็นว่าวิทยาลัยนานาชาติ มีพันธกิจวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และการดำเนินงานที่ชัดเจน ที่มุ่งสู่การเป็นสถาบันการศึกษา ด้านศิลปวิทยาศาสตร์ ที่ได้รับการยกย่องในระดับโลก อีกทั้งสอดคล้องกับสมรรถนะหลักของวิทยาลัยนานาชาติ ที่เป็นสถาบันการศึกษาด้านศิลปวิทยาศาสตร์ที่มีชื่อเสียง และมีสภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบ

นานาชาติที่เป็นกันเองเสมือนครอบครัว ในด้านการดำเนินงานของวิทยาลัยนานาชาติ ผู้บริหาร อาจารย์ และบุคลากรมีการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมเน้นการพัฒนาให้ไปสู่สถาบันชั้นนำระดับประเทศและระดับโลก อีกทั้งวิทยาลัยนานาชาติ ยังคงรักษาภาพลักษณ์ชื่อเสียงต่าง ๆ ให้คงไว้ในเรื่องของกายภาพรับวิทยาลัยนานาชาติ ถือว่าเป็นสถาบันการศึกษาที่เป็นที่รู้จัก และเป็นสถาบันที่มีความเป็นนานาชาติระดับต้น ๆ ของประเทศไทย และยังเป็นสถาบันของรัฐแห่งแรกที่เปิดหลักสูตรนานาชาติในแต่ละปี จะมีนักเรียนแลกเปลี่ยนจากมหาวิทยาลัยที่เป็นคู่สัญญาจากต่างประเทศส่งนักศึกษามาแลกเปลี่ยนปีละเกือบ 500 คน ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันถึงบรรยากาศความเป็นนานาชาติที่แท้จริง และยังเป็นสถาบันการศึกษาที่อยู่ภายใต้การกำกับของมหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงมาช้านาน เป็นที่รู้จักในด้านวิชาการ การวิจัย ซึ่งถือเป็นภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งมีการจัดการเรียนการสอนแบบ Liberal Arts คือเป็นการเรียนแบบผสมผสานระหว่างวิทยาศาสตร์และศิลป์ ทำให้นักศึกษาได้มีความรู้ที่หลากหลายสามารถนำมาปรับและประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือ

ศึกษาต่อในอนาคตได้ ที่สำคัญยังเป็นสถาบันที่ได้รับ การรับรองมาตรฐานทั้งคุณภาพการเรียนการสอน สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการเรียนรู้ นอกจากนี้ ยังมี ความภาคภูมิใจในความสำเร็จของนักศึกษา คณาจารย์ และพนักงาน ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ในการมุ่งมั่นสู่ความเป็น เลิศทางวิชาการอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อนำไปสู่การเป็น สถาบันการศึกษาชั้นนำระดับสากล สาเหตุนี้จึงนำไปสู่ ภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 รวมถึงผู้ปกครองและบุคคลทั่วไป และสอดคล้องกับ การศึกษาของ ตราจิตต์ เมืองคล้าย (2556) ได้ ทำการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตาม ทักษะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่าภาพลักษณ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับดี ซึ่งมหาวิทยาลัย บูรพาได้รับการยอมรับเป็นอย่างมากในศาสตร์ด้าน การศึกษา การสอน ทำให้นักเรียนมีความสนใจที่จะ เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยบูรพามากยิ่งขึ้น อีกทั้ง การศึกษาของศุภาพิชญ์ ปังกระโทก (2559) และ เกษศิรินทร์ มั่งมี (2556) ที่ระบุว่า ภาพลักษณ์ด้านการ ยอมรับที่ดีย่อมจะส่งผลเกิดความเชื่อมั่นให้นักเรียนที่ จะเข้ามาศึกษาต่อ

2. จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของ วิทยาลัยนานาชาติ ในมุมมองของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 6 มีภาพลักษณ์ด้านคุณภาพในระดับดี มาก ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า คุณภาพของ หลักสูตร แนวทางการเรียนการสอน คุณภาพและ ศักยภาพของอาจารย์ที่สอน บุคลากรที่สนับสนุนการ ดำเนินงานของอาจารย์ ทางด้านคุณภาพของหลักสูตร ในปี 2562 หลักสูตรได้มีการรับรองโดย หลักสูตรการ จัดการบริการนานาชาติได้รับการรับรองมาตรฐาน คุณภาพระดับหลักสูตรจาก 5 สถาบัน คือ เครือข่าย การประกันคุณภาพมหาวิทยาลัยอาเซียน (AUN-QA) และองค์การการท่องเที่ยวล่องโลกแห่งสหประชาชาติ (TedQual) และปีเดียวกัน กลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันรับรองมาตรฐาน การศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจและการบัญชี (AACSB)

และ (CFA) ซึ่งเป็นคุณวุฒิทางด้านวิชาชีพการเงินและ การลงทุนระดับสากล รวมทั้งศูนย์เตรียมพร้อมภาษา และคณิตศาสตร์ (PC) ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก สถาบันรับรองสถาบันสอนภาษาของประเทศ ออสเตรเลีย (NEAS) ซึ่งถือเป็นศูนย์ภาษาแห่งแรกใน ประเทศไทยที่ได้รับการรับรองคุณภาพนี้ นอกจากนี้ นักศึกษายังมีโอกาสในการไปแลกเปลี่ยนต่างประเทศ ซึ่งมีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำกว่า 140 ประเทศทั่วโลก ทำให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์ ได้ เรียนรู้วัฒนธรรม มีเพื่อนต่างชาติ นักศึกษาจะจ่ายค่า เเทอมของวิทยาลัยนานาชาติ แต่ได้ไปเรียนที่ ต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีในการเดินทางไป แลกเปลี่ยน หลักสูตรที่หลากหลายมีให้เลือกเรียนตาม ความสนใจในหลักสูตรปริญญาตรี 17 สาขาวิชา มีการ ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย มีความหลากหลายตอบ โจทย์ผู้เรียนได้อย่างแท้จริง นักศึกษาสามารถเลือก เรียนวิชาอื่น ๆ ได้ นอกเหนือจากวิชาหลัก ภายใต้ แนวคิด Flexible Education โดยให้ความสนใจกับ ความต้องการของผู้เรียนเป็นหลัก พร้อมกับเปิด หลักสูตรใหม่ที่เป็นความร่วมมือกันของ 4 คณะของ มหาวิทยาลัยมหิดล คือ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ วิทยาลัยราชสุดา และวิทยาลัยนานาชาติ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ได้เห็นถึง การพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน และสามารถแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ที่เปิด หลักสูตรเดียวกันได้ ถือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัย นานาชาติทำให้เกิดความเชื่อถือ เชื่อมั่นที่จะมาศึกษาต่อ ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งสำคัญและปัจจัยของความสำเร็จในการ สร้างภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของวิทยาลัยนานาชาติ จากผลการศึกษาที่ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ นิติยา ศรีพูล (2556) ที่ศึกษา ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยใน จังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน พบว่า ภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา ด้านคุณภาพนักศึกษา ที่ดี โดยมีการจัดการเรียนการสอนโดยมีหลักสูตรที่ ทันสมัย เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน มีความหลาย หลายน่าสนใจ มีบุคลากรที่มีศักยภาพที่มีคุณวุฒิ

การศึกษาตรงตามสาขาที่เปิดสอน และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ พัชรภรณ์ เกษะประการ (2550) และ อรุมา ไชยเศรษฐ์ (2551) ที่พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยพายัพโดยรวม อยู่ในระดับดี

3. จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีภาพลักษณ์ด้านบรรยากาศในระดับดีมาก ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า นักเรียนส่วนใหญ่ที่เลือกเข้ามาศึกษาต่อที่วิทยาลัยนานาชาติ เนื่องจากวิทยาลัยนานาชาติ มีความเป็นนานาชาติที่แท้จริง ทั้งสภาพแวดล้อม อาคาร สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้อ่านวยต่อการเรียนการสอน เพื่อช่วยส่งเสริมให้กระบวนการเรียนการสอนดำเนินต่ออย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการเรียนการสอนเป็นแบบห้องเรียนขนาดเล็ก นักศึกษาจะมีความใกล้ชิดกับอาจารย์ผู้สอน มีปฏิสัมพันธ์ สามารถสอบถามพูดคุยกับอาจารย์และเพื่อนในห้องได้อย่างเป็นกันเอง ส่งเสริมให้บรรยากาศในห้องเรียนน่าเรียนมากยิ่งขึ้น มีการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการเรียนการสอน มีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การพัฒนาการเรียนรู้ เช่น ห้องสมุดที่ทันสมัย หรือ Co-Working space พื้นที่สำหรับการเรียนรู้ พักผ่อน มีห้องคอมพิวเตอร์ที่เปิดให้บริการแก่นักศึกษาเพื่อใช้งาน นอกจากนี้การเข้ามาศึกษาที่วิทยาลัยนานาชาติยังได้พบความหลากหลายของเชื้อชาติ วัฒนธรรมและภาษา ทำให้นักศึกษาได้เข้าสู่สังคมที่หลากหลาย มีสังคมเพื่อนที่ดี มีเพื่อนมาจากหลากหลายประเทศที่มาแลกเปลี่ยนจำนวนมาก เนื่องจากทุกปีจะมีนักศึกษาแลกเปลี่ยนมาเรียนกว่า 500 คนต่อปี ซึ่งนักศึกษากลุ่มนี้จะเข้ามาเรียนร่วมกับนักศึกษาไทย ส่งเสริมบรรยากาศความเป็นนานาชาติมากยิ่งขึ้น จากผลการศึกษาที่สอดคล้องกับการศึกษาของ นิตยา ศรีพูล (2556) และ หยาตพิรุณ สุภากรสกุล (2554) พบว่า สภาพแวดล้อม บรรยากาศ ภาพลักษณ์ด้านอาคารสถานที่และอุปกรณ์ ที่อยู่ในระดับที่ดี

4. จากผลการศึกษาที่สะท้อนให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ เป็นไปในทางที่ดี มีความน่าเชื่อถือ ยอมรับ และศรัทธาจากสังคม และปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเพิ่มอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้น วิทยาลัยนานาชาติไม่เคยหยุดนิ่งที่จะพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนให้ทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องจากองค์กรที่ไม่หยุดนิ่งย่อมประสบความสำเร็จต้องอาศัยชื่อเสียงและการบริหารภาพลักษณ์ ซึ่งจะส่งผลให้นักเรียน และผู้ปกครองเชื่อมั่นในการเป็นตัวเลือกสำหรับเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และเป็นผลดีที่จะพัฒนาให้ไปสู่เป้าหมายให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ผ่านการบูรณาการของวิทยาศาสตร์และศิลปะในสภาพแวดล้อมที่เป็นนานาชาติ เพื่อส่งผลให้เกิดการศึกษา การเรียนรู้ และผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ พร้อมสร้างอนาคตตามภารกิจที่ตั้งไว้ คือ มุ่งเน้นการเติมเต็มชีวิต (Enriching Lives) เพิ่มพูนศักยภาพ (Expanding Potentials) และสร้างอนาคต (Shaping Futures)

การสรุปผลการวิจัยและประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ อยู่ในระดับดีมาก ดังนั้นการรักษาภาพลักษณ์ให้คงอยู่และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ถือเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อทำให้นักเรียน ผู้ปกครองและบุคคลทั่วไปเชื่อมั่นและเลือกให้เป็นสถาบันแรกที่เข้ารับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา อีกทั้ง สามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัยความสัมพันธ์ เพื่อกำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์ และวางแผนเชิงกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งถือเป็นจุดขายที่สำคัญของวิทยาลัยนานาชาติ รวมทั้งนำมาปรับเพื่อเป็นแนวทางในการธำรงไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดี และสามารถรองรับการเจริญเติบโตของตลาดการศึกษาในอนาคตได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยนำแนวทางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เข้ามาศึกษาร่วมด้วย อีกทั้งจากการศึกษานี้ศึกษาไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียน ดังนั้นควรมีการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ในมุมมองของผู้ปกครอง

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยการได้รับความร่วมมือจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ครูแนะแนว จากโรงเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม Road Show ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- เกษศิรินทร์ มั่งมี. (2556). *การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ*. [วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการศึกษา มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง. (2536). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. อินทนิมเทรต.
- ตราจิตต์ เมืองคล้าย. (2556). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา*. [วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา การบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา].
- นิตยา ศรีพล. (2556). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน*.

[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่].

- นลินี พานสายตา. (2555). *การรับรู้ภาพลักษณ์คุณภาพบัณฑิต หลักสูตรและการเรียนการสอนของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ*. [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].
- พัชราภรณ์ เกษะประกร. (2550). *การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. (2537). *ความรู้เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ ใน พรทิพย์พัฒนสินธุ์ (บรรณาธิการ). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จำเริญ เลี้ยงจันทร์. (2541). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของครูและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 6 ในเขตการศึกษา 12*. [วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา].
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). *การประชาสัมพันธ์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภาพิชญ์ ปังกระโทก. (2559). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพลุดาหลวงวิทยา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี*. [วิทยานิพนธ์หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา].
- สุภาณี ปัสสา. (2558). *การรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างชาติ*. [วิทยานิพนธ์หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีเชิงปฏิบัติ*. ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน.

(2564, 21 พฤศจิกายน). การรับสมัคร
นักเรียนเข้าศึกษาต่อชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4
โครงการ รว. ปีการศึกษา 2565.

<http://opec.go.th>

หยาดพิรุณ ศุภรากรสกุล. (2554). การเปรียบเทียบ
ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
และมหาวิทยาลัย อื่นในพื้นที่ใกล้เคียงใน
ทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ใน
จังหวัดเพชรบูรณ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพชรบูรณ์.

อรอุมา ไชยเศรษฐ. (2551). ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย
พายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัย
พายัพ และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ใน
จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.