**บทที่ 1**

**บทนำ**

**ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้นก่อให้เกิดความศรัทธาและแรงบันดาลใจในการใช้สินค้าหรือบริการ ดังที่ เสรีย์ วงษ์ มณฑา (2541) [1] ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ เป็นรวมผลระหว่างข้อเท็จจริง (Objective Fact) กับการประเมินส่วนตัว (Personal Judgment) ซึ่งมีผลมาจากการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นต่อมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งขึ้นอยู่กับข้อเท็จเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนั้น คือ สถานที่ตั้ง คณะที่เปิดสอน อาจารย์ นักศึกษา ชื่อเสียงเกียรติคุณที่ปรากฏ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการสร้างภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์

อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ซึ่งอาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีเป็นดีก็ได้ เพราะฉะนั้นการสร้างภาพลักษณ์จําเป็นต้องอาศัยระยะเวลา การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่สามารถทําได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว หรือใช้เวลาเพียงช่วงสั้น ๆ เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทีละน้อย และสะสมเพิ่มพูนมากขึ้นจนสามารถฝังรากมั่นคงแน่นหนาอยู่ในจิตใจและทัศนคติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ซึ่งผลที่ได้รับตามมาก็คือ ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือ ศรัทธา ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นได้ (จินตวีร์ เกษมศุข, 2550)

แม้ว่าธุรกิจจะมีการบริหารจัดการที่ดีมีบุคลากรที่ดีมีคุณภาพเพียงใด หากไม่สามารถรักษาภาพลักษณ์ที่ดีต่อลูกค้าได้ก็มิอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจนั้นประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานกิจการหรือในสถานะเป็นผู้นำทางการแข่งขัน เพราะภาพลักษณ์ขององค์กร คือ ภาพแห่งความประทับใจ ความทรงจำหรือประสบการณ์ที่ลูกค้ามีต่อองค์กร ซึ่งองค์กรจะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีได้นั้นต้องอาศัยการกกระทำและการสร้างประสบการที่ดีให้เป็นที่ประจักแก่สังคม ทั้งนี้การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต้องใช้เวลานานเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้จนเกิดเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำ อย่างไรก็ตาม หากองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับของสังคมองค์กรก็จะได้รับสนับสนุนความร่วมมือจากลูกค้าอย่างเต็มใจ (วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล. 2548 : 165)

คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ทำให้การดำเนินงานขององค์กรไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว(ศิริพร ธรรมบำรุง, 2551) การให้บริการทางการศึกษาถือเป็นบริการอย่างหนึ่งที่ทุกสถาบันการศึกษาต้องจัดบริการให้กับนักเรียนหรือนักศึกษา ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องมีการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ซึ่งการประกันคุณภาพทางการศึกษาจึงเป็นสิ่งที่ต้องผลักดันให้เกิดเป็นกลไกทีจะส่งเสริมให้มีการพัฒนาการบริหารการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542(จุฑาทิพย์ โพธิลังกา, 2557)

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ เป็นหน่วยงานภายใต้ในกำกับของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปฏิบัติตามนโยบายและกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยฯ โดยมุ่งเน้นให้เกิดความสำเร็จตามวิสัยทัศน์คือ รักษาความเป็นมหาวิทยาลัยอันดับ 1 ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏของประเทศไทย และมีผลงานที่เป็นแม่แบบสวนสุนันทาด้านการสอน วิจัย บริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปะวัฒนะธรรม โดยเฉพาะพันธกิจหลักด้านการให้การศึกษา ที่มีภารกิจมุ่งผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพระดับแนวหน้า แต่ด้วยขณะนี้สถานการณ์ด้านการศึกษาอุดมศึกษาของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว การแข่งขันการเปิดหลักสูตรให้มีความหลากหลายเป็นที่ต้องการของนักเรียนที่จะเข้าศึกษาต่อ จึงทำให้เกิดการแข่งขันสูงระหว่างมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนต่างก็มุ่งสร้างภาพลักษณ์โดยการใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ

ดังนั้น จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของทั้ง 2 ปัจจัย เนื่องจากองค์กรที่พบความสำเร็จและสามารถบริหารจัดการอยู่เหนือคู่แข่งขันได้ต้องอาศัยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และมีการพัฒนาการให้บริการที่มีคุณภาพที่ดีเลิศ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของนักศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา แก้ปัญหาปรับปรุงคุณภาพการบริการให้กับนักศึกษาและเป็นแนวทางในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และผลการวิจัยยังมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 ขยายการยกย่องระดับนานาชาติ ในเป้าประสงค์ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย

**วัตถุประสงค์**

 1 เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

 2. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบุคลากรวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

 3. เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบุคลากรวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**สมมติฐาน**

 การรับรู้ภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของบุคลากรวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**ขอบเขตของการวิจัย**

 **ขอบเขตเชิงเนื้อหา**

 ตัวแปรต้น ได้แก่

 - ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับที่กำลังศึกษาอยู่

 - ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ ด้านความศรัทธา

 ตัวแปรตาม คือ คุณภาพการให้บริการของบุคลากร ประกอบด้วย ด้านกระบวนการทางวิชาการ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อมพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการพัฒนาการเรียนรู้

 **ขอบเขตด้านประชากร**

 ประชากรที่ศึกษา คือ นักศึกษาของวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 330 คน

 **ขอบเขตด้านระยะเวลา**

 ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2560 ถึงเดือน กรกฎาคม 2561

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา แก้ปัญหาปรับปรุงคุณภาพการบริการ ให้กับนักศึกษา ผูให้เกิดประสิทธิภาพและมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

2 เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้กับวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา ในสภาวการณ์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อรักษาฐานนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง

3 เพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ ให้มีคุณภาพการบริการที่ดี