

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

FACTOR CORPORATE IMAGE OF DRIVING SCHOOL IN PATTAYA, CHONBURI PROVINCE

เดือนฉาย อาจหาญ
Danchay Arthan

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการองค์การสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
kobboss_2556@hotmail.com *

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และ(2) เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนที่ใช้บริการโรงเรียนสอนขับรถในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 189 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.81 ทาการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ และร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติ Multiple Regression Analysis เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า (1) ภาพลักษณ์ขององค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้าน โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านการจัดการ อันดับที่ 2 ด้านความประทับใจ อันดับที่ 3 ด้านคำแนะนำ และอันดับที่ 4 ด้านการติดต่อลูกค้า (2) กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) การรับรู้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า โดยภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ขององค์กร การรับรู้ โรงเรียนสอนขับรถ

Abstract

The purpose of this research was to (1) study the personal factors affecting the image and (2) to study the perceptual factors that affect the image of private driving schools in Pattaya Chonburi province. The samples used in the study were 189 driving school in Pattaya Chonburi province. The research instrument was a 5-level scale questionnaire. The reliability of the questionnaire was 0.81. Data were analyzed by frequency and percentage distribution, mean and standard deviation, and multiple regression analysis. To test the relationship between variables.

The results of this research are as follows: (1) the corporate image of private driving school in Pattaya, Chonburi Province was at a high level. The factors are listed as follows: 1.Organization Management 2. The impression. 3. The advice and 4. aspects of customer contact. (2) Samples with different personal factors. There was a statistically significant difference at .05 level and (3) perception of private driving schools in Pattaya, Chonburi Province. It was found that by the respondents' overall the statistically significant difference was found at the level of 0.05.

Keywords: Corporate Image, Perceptual, Driving schools

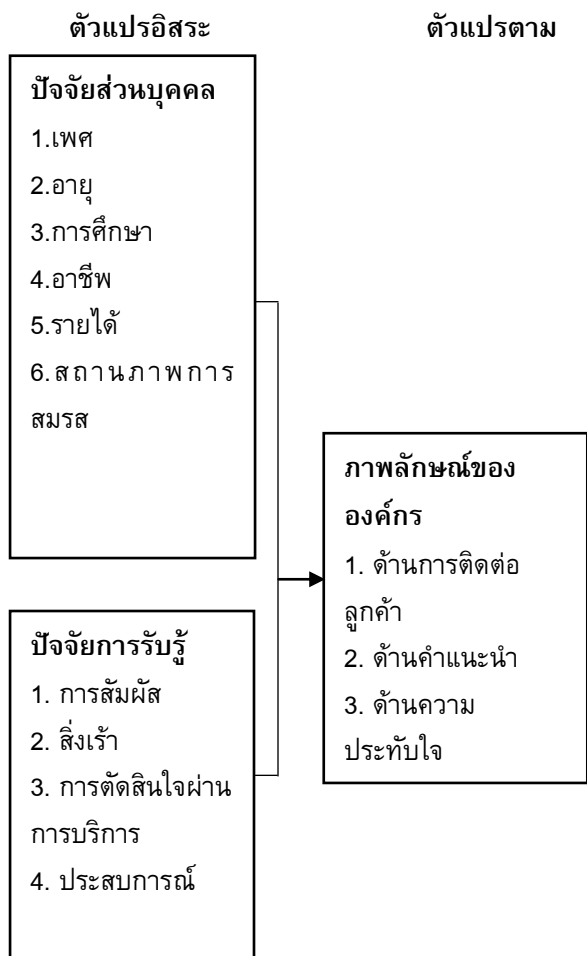
บทนำ

การสร้างภาพลักษณ์นั้น เป็นพื้นฐานขององค์กรธุรกิจทุกแห่ง โดย “ภาพลักษณ์” เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจอย่างแท้จริงของบุคคลที่มีต่อองค์กร ซึ่งจะนำไปอย่างไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ตลอดจนข้อมูลข่าวสารที่บุคคลนั้นๆ ที่ได้รับ กล่าวได้ว่าการรับรู้ในปัจจุบันดังกล่าวเป็นตัวแปรสำคัญที่ก่อให้เกิดความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดี โดยขึ้นอยู่กับพฤติกรรมหรือการกระทำขององค์กรนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้การสร้างสรรคภาพลักษณ์ขององค์กร จึงเป็นงานที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ยกตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ขององค์กรประเภทธุรกิจการเงิน ภาพลักษณ์ที่ควรจะปรากฏในการรับรู้ของประชาชนได้นั้นคือ ความซื่อสัตย์และการบริการที่ดีมีมาตรฐาน ภาพลักษณ์มีหลายประเภท โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของบริษัท ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ และภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง ในด้านของภาพลักษณ์ของบริษัท เป็นการสร้างภาพที่ดีของบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่งในลักษณะของการบริหารหรือการจัดการ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2553) ดังนั้นแล้ว การสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้รับ องค์กรจะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริงให้เกิดขึ้นได้ในจิตใจของประชาชนภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรย่อมแสดงถึงผลแห่งความเพียรพยายามในการสร้างและสะสมเพิ่มพูนความประทับใจจนฝังรากฐานมั่นคงในทัศนคติของประชาชน ดังนั้นไม่ว่าองค์กรใดก็ตาม การสร้างภาพลักษณ์ต้องอาศัยเวลา โรงเรียนสอนขับรถเอกชน เป็นธุรกิจหนึ่งที่ตั้งขึ้นเพื่อสอนพื้นฐานและสูตรการสอนขับรถที่จัดตั้งตามราชกิจจานุเบกษา ระเบียบกรมการขนส่งทางบก ว่าด้วยการรับรองโรงเรียนสอนขับรถ พ.ศ.2555 โดยต้องมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไข 7 ประการ ดังนี้ ประการที่หนึ่งด้านอาคาร ประการที่สองด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ประการที่สามหลักสูตรการสอนการอบรม ประการที่สี่ผู้ฝึกสอนขับรถ ประการที่ห้า รถที่ใช้ในการฝึกหัดขับ ประการที่หกสนามฝึกหัด

ขับรถ และประการสุดท้ายค่าธรรมเนียมการอบรมและฝึกหัดขับรถ โดยทั้งหมดนี้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่กรมการขนส่งทางบกกำหนด หรือให้ความเห็นชอบ (ราชกิจจานุเบกษา, 2555) โรงเรียนสอนขับรถที่กรมการขนส่งทางบกให้การรับรองมี 4 หลักสูตร ได้แก่ (1) หลักสูตรการสอนขับรถที่ใช้เพื่อการขนส่งทางบก (2) หลักสูตรการสอนขับรถยนต์ (3) หลักสูตรการสอนขับรถจักรยานยนต์ และ (4) หลักสูตรการสอนขับรถอื่น ๆ ตามที่อธิบดีกรมการขนส่งทางบกประกาศกำหนด (ปัจจุบันยังไม่มีประกาศกำหนด) นอกจากนี้สิทธิประโยชน์ที่โรงเรียนสอนขับรถที่ได้รับการรับรองจากกรมการขนส่งทางบก จะได้รับซึ่งกรมการขนส่งทางบกได้มอบให้เป็น 2 ระดับ คือ ระดับที่ 1 โรงเรียนสอนขับรถที่ได้รับการรับรองจากกรมการขนส่งทางบกสามารถทดสอบสมรรถภาพร่างกาย และอบรมภาคทฤษฎี แทนกรมการขนส่งทางบก (ยกเว้นการสอบภาคทฤษฎีและการทดสอบภาคปฏิบัติจะหาโดยเจ้าหน้าที่ของกรมฯ) โดยโรงเรียนสอนขับรถที่ได้รับการรับรองจากกรมการขนส่งทางบกที่ได้รับการรับรองแล้วจะได้รับสิทธิเช่นเดียวกับทุกโรงเรียน และระดับที่ 2 โรงเรียนสอนขับรถที่ได้รับการรับรองจากกรมการขนส่งทางบกสามารถทดสอบสมรรถภาพร่างกาย และอบรมภาคทฤษฎี ทดสอบภาคทฤษฎีและทดสอบภาคปฏิบัติ แทนกรมการขนส่งทางบกได้ แม้ว่าจะมีความต้องการในภาคเอกชนเกี่ยวกับการเปิดโรงเรียนสอนขับรถจำนวนมากก็ตาม ในทางกลับกันกลับพบว่า ปัจจุบันมีโรงเรียนสอนขับรถที่กรมการขนส่งทางบกให้การรับรองน้อยมาก และยังไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ ประกอบกับประชาชนมีทางเลือกที่จะฝึกหัดขับรถจากแหล่งอื่นที่อาจจะไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือเสียน้อยกว่า แม้จะต้องเสียเวลาเข้ารับการอบรมและทดสอบจากกรมการขนส่งทางบกก็ตาม ดังนั้นการดำเนินการอบรมและทดสอบให้กับผู้ขอรับใบอนุญาตขับรถภายใต้การกำกับ ดูแลของกรมการขนส่งทางบกของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนนั้น นอกจากการรับรองจากกรมการขนส่งที่เป็นการแสดงออกถึงความน่าเชื่อถือแล้ว สิ่งหนึ่งคือการรับรู้ มีความสำคัญมากกว่าความเป็นจริง การรับรู้จากการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

จึงมีความสำคัญยิ่ง เพื่อส่งเสริมความมั่นใจสำหรับผู้
 ขอบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างมาก เนื่องจาก
 ความสำเร็จของหน่วยงานจะต้องอาศัยภาพลักษณ์ที่ดี
 และแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน สำ
 ความสำเร็จสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการ จากความ
 เป็นมาและความสำคัญของปัญหาในข้างต้น ผู้วิจัยใน
 ฐานะของผู้ประกอบการโรงเรียนสอนขับรถ จึงสนใจที่
 จะศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ
 โรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัด
 ชลบุรี เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นการเพิ่มคุณค่าและเป็น
 องค์ประกอบหลักของความสำเร็จในการบริหารจัดการ
 ดังนั้นผลการศึกษานี้จะสามารถนำไปใช้เป็นสารสนเทศ
 ด้านนโยบายการบริหารจัดการที่สำคัญ และเป็น
 แนวทางในการแก้ไข พัฒนา และปรับปรุงการสร้าง
 ภาพลักษณ์ของหน่วยงานต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วัตถุประสงค์ และวิธิตาเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้
 ภาพลักษณ์องค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนใน
 เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้ง
 นี้ คือ ผู้รับบริการของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขต
 เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แบบสอบถามจากผู้วิจัย 3
 แห่งคือ โรงเรียนสอนขับรถแอดวานซ์ บางละมุง สุข
 พร้อมจำนวน200คน,มิตรยนต์พัทยาจำนวน80 คน
 และโรงเรียนสอนขับรถบอสส์พัทยาไทร์เวอร์จำนวน
 80 คน ในเดือน กันยายน พ.ศ.2560 จำนวนรวมทั้งสิ้น
 360 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จากประชาชนที่ใช้
 บริการโรงเรียนสอนขับรถในเขตพัทยา โดยทำการสุ่ม
 ตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane จังหวัดชลบุรี ได้
 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 189 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ
 รวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วน
 ประมาณค่า (Rating scale method) ใช้ระดับการวัด
 ข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) มี 5 ระดับ
 มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ
 0.81 ทาการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่
 (Frequency) และร้อยละ (Percentage) การหา
 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 (Standard Deviation: S.D) และใช้สถิติ Multiple
 Regression Analysis เพื่อทดสอบความสัมพันธ์
 ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัย

**ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
 ของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ตารางที่ 1 จำนวน และ ร้อยละ ของ ผู้ตอบ
 แบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	108	57.1
หญิง	81	42.9
รวม	189	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบ
 แบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 57.1 เป็นเพศชาย ที่
 เหลือร้อยละ 42.9 เป็นเพศหญิง

ตารางที่ 2 จำนวน และ ร้อยละ ของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-25 ปี	30	15.9
26-30 ปี	56	29.6
31-35 ปี	90	47.6
มากกว่า 35 ปี	13	6.9
รวม	189	100.0

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 47.6 อายุระหว่าง 31-35 ปี รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 26-30 ปี ร้อยละ 29.6 อายุระหว่าง 21-25 ปี ร้อยละ 15.9 และอายุมากกว่า 35 ปี ร้อยละ 6.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวน และ ร้อยละ ของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	54	28.6
มัธยมศึกษาตอนต้น	65	34.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	52	27.5
ปริญญาตรี	18	9.5
รวม	189	100.0

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 34.4 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น รองลงมาได้แก่ ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 28.6 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า ร้อยละ 27.5 และระดับปริญญาตรี ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวน และ ร้อยละ ของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	24	12.7
รับจ้างทั่วไป	72	38.1
พนักงานบริษัท	41	21.7
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	7	3.7
ธุรกิจส่วนตัว	45	23.8
รวม	189	100.0

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 38.1 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป รองลงมาได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 23.8 พนักงานบริษัท ร้อยละ 21.7 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 12.7 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวน และ ร้อยละ ของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	23	12.2
10,001-15,000 บาท	67	35.4
15,001-20,000 บาท	48	25.4
20,001-25,000 บาท	51	27.0
รวม	189	100.0

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 35.4 มีรายได้ 10,001-15,000 บาท รองลงมาได้แก่ รายได้ 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 27.0 รายได้ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 25.4 และน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวน และ ร้อยละ ของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	44	23.3
สมรส	136	72.0
หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	9	4.8
รวม	189	100.0

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 72.0 มีสถานภาพสมรส รองลงมาได้แก่ สถานะโสด ร้อยละ 23.3 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ร้อยละ 4.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยการรับรู้	n=189		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
ด้านการสัมผัส	3.52	0.63	มาก	3
ด้านสิ่งเร้า	3.46	0.9	มาก	4
ด้านการตัดสินใจผ่าน การบริการ	3.62	0.72	มาก	2
ด้านประสบการณ์	3.75	0.63	มาก	1
โดยรวม	3.59	0.72	มาก	

จากตารางที่ 7 พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ของผู้ตอบทั้ง 4 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.59) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเรียงลำดับได้ดังนี้อันดับที่ 1 ด้านประสบการณ์ (\bar{X} =3.75) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2

ด้านการตัดสินใจผ่านการบริการ (\bar{X} =3.62) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 ด้านการสัมผัส (\bar{X} =3.52) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 4 ด้านสิ่งเร้า (\bar{X} =3.46) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ขององค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ขององค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ภาพลักษณ์ขององค์กร	n=189		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
ด้านการติดต่อลูกค้า	3.53	0.53	มาก	4
ด้านคำแนะนำ	3.56	0.53	มาก	3
ด้านความประทับใจ	3.84	0.69	มาก	2
ด้านการจัดการ	3.91	0.62	มาก	1
โดยรวม	3.64	0.58	มาก	

จากตารางที่ 8 พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ขององค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.64) เมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้าน โดยเรียงลำดับได้ดังนี้อันดับที่ 1 ด้านการจัดการ (\bar{X} =3.91) อันดับที่ 2 ด้านความประทับใจ (\bar{X} =3.84) อันดับที่ 3 ด้านคำแนะนำ (\bar{X} =3.56) อันดับที่ 4 ด้านการติดต่อลูกค้า (\bar{X} =3.53) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบ สมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรส มีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติทดสอบที (t-test) และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance: ANOVA)

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกันมีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

H_0 : เพศแตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ ทำการทดสอบที (t-test)

ภาพลักษณ์	ชาย		หญิง		t	P
	n=108		n=81			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการติดต่อลูกค้า	3.60	0.35	3.42	0.34	3.59*	0.00
ด้านคำแนะนำ	3.66	0.32	3.42	0.31	5.04*	0.00
ด้านความประทับใจ	3.75	0.51	3.96	0.60	-	0.01
ด้านการจัดการ	3.87	0.44	3.98	0.59	-1.43	0.17
โดยรวม	3.72	0.40	3.70	0.46	.310	0.75

จากตารางที่ 9 พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีรายละเอียดดังนี้ เพศชาย มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) และเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$)

ภาพลักษณ์	21-25 ปี		26-30 ปี		31-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	n=30		n=56		n=90		n=13	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ด้านการติดต่อลูกค้า	3.58	0.23	3.60	0.46	3.47	0.33	3.49	0.17
2. ด้านคำแนะนำ	3.56	0.34	3.51	0.26	3.57	0.39	3.67	0.00
3. ด้านความประทับใจ	4.00	0.35	4.01	0.42	3.80	0.61	3.03	0.35
4. ด้านการจัดการ	4.35	0.33	3.98	0.60	3.77	0.44	3.63	0.13
โดยรวม	3.87	0.31	3.78	0.43	3.65	0.44	3.45	0.16

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศด้านการติดต่อลูกค้า, ด้านคำแนะนำและด้านความประทับใจ แตกต่างกันที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผลการทดสอบสมมติฐานจึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 ด้านการจัดการผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเพศไม่แตกต่างกันที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผลการทดสอบจึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1

สมมติฐานย่อยที่ 1.2

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุแตกต่างกันมีผลต่อ
ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมือง
พัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

H_0 : อายุแตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของ
โรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัด
ชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุแตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของ
โรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัด
ชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผล
กับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถ
เอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
จำแนกตามอายุ ทำการทดสอบด้วย
(ANOVA)

ภาพลักษณ์	ประถมศึกษา		ม.ต้น		ม.ปลาย/เทียบเท่า		ป.ตรี	
	n=54		n=65		n=52		n=18	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ด้านการติดต่อ ลูกค้า	3.41	0.34	3.61	0.40	3.53	0.34	3.54	0.17
2. ด้านคำแนะนำ	3.60	0.36	3.64	0.34	3.44	0.31	3.46	0.17
3. ด้านความ ประทับใจ	3.74	0.70	3.88	0.54	3.92	0.50	3.80	0.17
4. ด้านการจัดการ	3.96	0.46	4.02	0.35	3.98	0.61	3.21	0.20
โดยรวม	3.68	0.46	3.78	0.41	3.72	0.44	3.50	0.17

จากตารางที่ 10 พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของ
ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียน
สอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
จำแนกตามอายุ มีรายละเอียดดังนี้
อายุระหว่าง 21-25 ปี มีความเห็นอยู่ในระดับมาก
(\bar{X} =3.87) อายุระหว่าง 26-30 ปี มีความเห็นอยู่ใน
ระดับมาก(\bar{X} =3.78) มีความเห็นอยู่ในระดับมาก อายุ
ระหว่าง 31-35 ปี มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =
3.65) และอายุมากกว่า 35 ปี มีความเห็นอยู่ในระดับ
มาก(\bar{X} =3.45) ตามลำดับ

สมมติฐานย่อยที่ 1.3

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่าง
กันมีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชน
ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลกับ
ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมือง
พัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลกับ
ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมือง
พัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผล
กับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขต
เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา
ทำการทดสอบด้วย (ANOVA)

จากตารางที่ 11 พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับ
รถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม
ระดับการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้ ระดับประถมศึกษา
มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.68) ระดับ
มัธยมศึกษาตอนต้น มีความเห็นอยู่ในระดับมาก
(\bar{X} =3.78) ระดับการศึกษาม.ปลาย/เทียบเท่า มี
ความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.72)ระดับปริญญาตรี
มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.50)

สมมติฐานย่อยที่ 1.4

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพแตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพแตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ ทำการทดสอบด้วย (ANOVA)

ภาพลักษณ์	นร./นศ		รับจ้าง		พจน.บ		รับ		ธุรกิจ	
	n=24		n=72		n=41		n=7		n=45	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ด้านการติดต่อลูกค้า	3.32	0.29	3.52	0.42	3.72	0.12	3.67	0	3.44	0.37
2. ด้านคำแนะนำ	3.56	0.25	3.61	0.41	3.59	0.28	3.33	0	3.47	0.29
3. ด้านความประทับใจ	4.07	0.22	4.16	0.44	3.93	0.46	3.67	0	3.15	0.33
4. ด้านการจัดการ	4.17	0.78	4.14	0.4	3.85	0.32	3.25	0	3.58	0.37
โดยรวม	3.78	0.39	3.86	0.42	3.77	0.29	3.48	0	3.41	0.34

จากตารางที่ 12 พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ มีรายละเอียดดังนี้ นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.78) รับจ้างทั่วไป มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.86) พนักงานบริษัท มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.77) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.48) ธุรกิจส่วนตัว มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.41) และอาชีพอื่นๆ (\bar{X} = 3.69) ตามลำดับ

สมมติฐานย่อยที่ 1.5

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้แตกต่างกันมีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ต่างกัน

H_0 : รายได้แตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ ทำการทดสอบด้วย (ANOVA)

ภาพลักษณ์	น้อยกว่า		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000	
	n=23		n=67		n=48		n=51	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ด้านการติดต่อลูกค้า	3.3	0.2	3.5	0.4	3.8	0.3	3.5	0.4
2. ด้านคำแนะนำ	3.7	0.4	3.5	0.4	3.7	0.3	3.4	0.2
3. ด้านความประทับใจ	4	0.1	4.1	0.4	4.1	0.6	3.2	0.4
4. ด้านการจัดการ	3.7	0.5	4.2	0.5	4.1	0.3	3.5	0.4
โดยรวม	3.7	0.1	3.8	0.3	3.9	0.2	3.4	0.2

จากตารางที่ 13 พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ มีรายละเอียดดังนี้ รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.66) 10,001-15,000 บาท มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.84) 15,001-20,000 บาท มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.92) 20,001-25,000 บาท มีความเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.42) ตามลำดับ

สมมติฐานย่อยที่ 1.6

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ต่างกัน

H_0 : สถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพการสมรส ทำการทดสอบด้วย (ANOVA)

ภาพลักษณ์	โสด		สมรส		หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	
	n=44		n=136		n=9	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1.ติดต่อลูกค้า	3.58	0.28	3.47	0.33	4.07	0.52
2.ด้าน คำแนะนำ	3.72	0.12	3.50	0.37	3.59	0.22
3ด้านความ ประทับใจ	3.98	0.32	3.81	0.62	3.67	0.17
1. ด้านการ จัดการ	4.00	0.68	3.89	0.46	3.89	0.25
โดยรวม	3.82	0.35	3.67	0.45	3.81	0.29

จากตารางที่ 14 พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพการสมรส มีรายละเอียดดังนี้สถานภาพโสด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) สถานภาพสมรส มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยการรับรู้ ได้แก่ ด้านการสัมผัส ด้านสิ่งเร้า ด้านการแปลความจากการสัมผัส และด้านประสบการณ์ ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 การรับรู้ส่งผลต่อต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

H_0 : การรับรู้ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

H_1 : การรับรู้ ไม่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
จากการถดถอย	10.967	4	2.792	204.401*	0
จากแหล่งอื่นๆ	2.468	180	0.013		
รวม	19.52	188			

ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์พหุคูณ (multiple correlation, R) = 0.903
ค่าสัมประสิทธิ์ด้านประสิทธิภาพ (R^2) = 0.816

* $p < .05$

จากตารางที่ 15 พบว่า การรับรู้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีระดับความสามารถในการอธิบายอยู่ที่ร้อยละ 81 ส่วนอีกร้อยละ 19 จะมาจากการรับรู้ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตัวแปรอื่นนอกเหนือจากการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นผลการทดสอบสมมติฐานจึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0

ตารางที่ 16 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและการจัดลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย	B	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	ลำดับที่	t	p
		คะแนนมาตรฐาน (B)			
ค่าคงที่ (constant)	1.067				
ด้านการสัมผัส	0.14	0.202	4	5.993*	0
ด้านสิ่งเร้า	0.137	0.382	3	11.684*	0
ด้านการตัดสินใจผ่านการบริหาร	0.194	0.42	2	10.434*	0
ด้านประสบการณ์	0.243	0.478	1	11.776*	0

* $p < .05$

จากตารางที่ 43 เมื่อพิจารณารายด้านเกี่ยวกับการรับรู้ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน

สอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถพิจารณาค่าคะแนนมาตรฐานโดยเรียงลำดับน้ำหนักความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านประสบการณ์ ($\beta=0.478$) เป็นลำดับที่ 1 ด้านการตัดสินใจผ่านการบริการ ($\beta=0.420$) เป็นลำดับที่ 2 ด้านสิ่งเร้า ($\beta=0.382$) เป็นลำดับที่ 3 และด้านการสัมผัส ($\beta=0.202$) เป็นลำดับที่ 4 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอการอภิปรายผลในประเด็นต่อไปนี้

1. ด้านการสัมผัส พบว่าในทัศนะของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้เนื่องจากโรงเรียนสอนขับรถเอกชนอาจมีวิธีการที่สามารถทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ มีการเห็นและสัมผัสถึงการสร้างภาพลักษณ์ในรูปแบบต่างๆ ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt Theory) ที่อธิบายว่า บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้วัตถุตามลักษณะขององค์ประกอบรอบข้างที่วัตถุนั้นแสดงให้เห็นการจัดวางชั้นโฆษณาในสื่อที่มีลักษณะเด่นต่อกว่ากันจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลิตภัณฑ์ที่ต่างกันด้วย จากการศึกษาพบว่าชั้นโฆษณาอย่างเดียวกันลงในโฆษณานิตยสารที่มีชื่อเสียงกว่าจะได้รับความเชื่อถือมากกว่าลงในนิตยสารที่มีชื่อเสียงต่อกว่าซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบรอบข้างของสื่อ (media context) มีอิทธิพลต่อการรับรู้โฆษณาโดยตรง

2. ด้านสิ่งเร้า พบว่าในทัศนะของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้เนื่องจาก สิ่งเร้า เป็นคุณสมบัติซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่使人สนใจที่จะรับรู้หรือทำให้การรับรู้เกิดการคลาดเคลื่อน เช่น ความคล้ายคลึง ความต่อเนื่องของสิ่งเร้า และ สภาพพื้นฐานของการรับรู้ เป็นต้น เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมรอบกาย ได้รู้สึกที่ช่วยให้บุคคลมีการใส่ใจในสิ่งนั้นมากขึ้น ดังนั้นระดับความเข้มหรือความหนักเบาของสิ่งเร้า ขึ้นอยู่กับการกระทำซ้ำๆ ในการส่งผ่านปัจจัยการรับรู้เพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม

ในกรณีการศึกษานี้ อาจเนื่องมาจากความต้องการที่เป็นตัวแปรร่วมในการกระตุ้นต่อสิ่งเร้าให้เกิดการรับรู้ และส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์การในที่สุด

3. ด้านการตัดสินใจผ่านการบริการ พบว่าในทัศนะของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้เนื่องจาก ส่วนหนึ่งคือการทบทวน อาจจะเป็นการประมวลผลจากความรู้ หรือการศึกษา โดยตัวแปรด้านระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่สำคัญตัวแปรหนึ่งที่จะสามารถวัดระดับการรับรู้ ตลอดจนความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่ต้องการศึกษา นักการตลาดมองว่า การศึกษานอกจากจะบ่งบอกถึงการรับรู้และความเข้าใจแล้ว ยังสามารถนำไปสู่การเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย ทั้งนี้การตัดสินใจผ่านการบริการได้ตัดแปลงมาจากการแปลความจากการสัมผัส จะอยู่ในขั้นที่ 3 ของลำดับขั้นของกระบวนการรับรู้ ซึ่งขั้นนี้สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจโดยอาศัย ความรู้เดิม ประสบการณ์เดิม ความจางเกตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เซาว์นปัญญา ทำให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง และส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้การแปลความได้ดี หรือถูกต้อง จะมีปัจจัยย่อยประกอบด้วย เช่น

- (1) สติปัญญาหรือความเฉลียวฉลาด
- (2) การสังเกต
- (3) ความสนใจ และ
- (4) คุณภาพของจิตใจ ณ ขณะที่เปิดรับ

4. ด้านประสบการณ์ พบว่าในทัศนะของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้เนื่องจาก ขบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่มากกระทบกับประสาทสัมผัสต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะมีการแปลความหมายอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่โดยตรงกับประสบการณ์ในอดีตของเรา และสภาพจิตใจในปัจจุบัน ดังนั้นเรื่องราวหรือความรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์โรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยาที่บุคคลจะตระหนักถึงจะมีอยู่มากหรือน้อย จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล จนนำไปสู่การตีความหมายของผู้รับ

สรุปผลการวิจัย

(1) ภาพลักษณ์ขององค์กรของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่

ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้าน โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านการจัดการ อันดับที่ 2 ด้านความประทับใจ อันดับที่ 3 ด้านคำแนะนำ และอันดับที่ 4 ด้านการติดต่อลูกค้า (2) กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) การรับรู้ส่งผลต่อต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า โดยภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการองค์การสมัยใหม่ โดยสำเร็จสมบูรณ์ได้โดยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ระโหฐาน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำแนวทางที่ถูกต้องและข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดจนการแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์ ที่กรุณาใช้เวลาให้คำแนะนำ ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการจัดหางานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาได้ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย และช่วยแนะนำในการสร้างเครื่องมือในงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งบุคคลที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงงานทางวิชาการไว้ในบรรณานุกรม และคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรีทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้พร้อมแนวคิดและประสบการณ์ต่างๆ ให้แก่ผู้วิจัย

ขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ช่วยให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอกราบพระคุณบิดา มารดา และบุคคลในครอบครัว ที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุน ให้ผู้วิจัยมาโดยตลอดระยะเวลาที่ทำงานวิจัย และขอบคุณพันธมิตรทางธุรกิจที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และผู้ที่ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลืออีกหลายท่าน ขอภัยไว้ ณ โอกาสนี้ด้วยที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้ทั้งหมด จึงขอขอบพระคุณทุกท่านด้วย

ท้ายสุดนี้คุณค่าทั้งหมดที่เกิดจากการวิจัยในครั้งนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาบุพการีของผู้วิจัย และคณาจารย์ทุกท่านที่อยู่เบื้องหลังแห่งการวางรากฐาน และหวังอย่างยิ่งว่าการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจด้านการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสอนขับรถเอกชน หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใดผู้วิจัยก็ขอภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วยและขอน้อมรับข้อบกพร่องผิดพลาดไว้แต่เพียงผู้เดียว

เอกสารอ้างอิง

- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). การประชาสัมพันธ์ สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2555). ระเบียบกรมการขนส่งทางบก ว่าด้วยการรับรองโรงเรียนสอนขับรถ พ.ศ.2555. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักนายกรัฐมนตรี.
- กิตติมา สุรสนธิ. (2549). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรมการขนส่ง. (2560). การรับรองจากกรมการขนส่งทางบกตามหลักสูตรที่กำหนด. กรมการขนส่งทางบก สำนักงาน.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์เชิงปริมาณ. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร.
- กัญญา ศิริกุล. (2550). หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชนกพล ชัยรัตน์ศักดิ์ดา. (2558). **ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

นภาพรณ อัจฉริยะกุล. (มปป.). **แนวคิดในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ประทุม ฤกษ์กลาง. (2552). **การประชาสัมพันธ์**. ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พัชกานต์ โปธิเบญจกุล. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในยี่ห้อวาโก้ของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพ**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เพ็ญศรี จุลกาญจน์. (2558). **การผลิตซ้ำอุดมการณ์เกี่ยวกับบทบาทและสถานภาพของหญิงและชาย**. บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการศึกษานอกระบบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภัทรศักดิ์ สิมโฮง. (2558). **การออกแบบพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติในสภาวะฉุกเฉินสำหรับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา**. สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ภาสกร ศรีสุวรรณ. (2559). **กลยุทธ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน.

ราชกิจจานุเบกษา. (2555). **ระเบียบกรมการขนส่งทางบก ว่าด้วยการรับรองโรงเรียนสอน**

ขับรถ พ.ศ.2555. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักนายกรัฐมนตรี.

วิรัช ลภรัตน์กุล. (2553). **การประชาสัมพันธ์**. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิมลพรรณ อภาเวท. (2557). **หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์**. สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.