



บทความวิจัย

กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
Strategies for Rebranding in the New Era of Institutes under The Office of
the Vocational Education Commission

เนภาพร ทาระอาธร^{1*} ศักดินาภรณ์ นันท์² และ สุชาติ บางวิเศษ³
Napaporn Taraartorn^{1*} Sakdinaporn Nunttee² and Suchat Bangwiset³

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา 2) ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา และ 3) สร้างและพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา ดำเนินการ 3 ระยะคือ ระยะที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบ โดยการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน ระยะที่ 2 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็น กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารและครู 390 คน ระยะที่ 3 สร้างและพัฒนากลยุทธ์ โดยการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน และประเมินอิงผู้เชี่ยวชาญ 9 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบสอบถาม และแบบประเมินกลยุทธ์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ PNI_{modified} ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาพลักษณ์ยุคใหม่ มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษายุคใหม่ ด้านผู้เรียนยุคใหม่ ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษายุคใหม่ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษา 2) สภาพปัจจุบันของภาพลักษณ์ยุคใหม่อยู่ในระดับมาก สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ความต้องการจำเป็นสูงสุดคือ ด้านผู้เรียนยุคใหม่ 3) กลยุทธ์ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ 5 พันธกิจ 5 เป้าประสงค์ 5 ประเด็นกลยุทธ์ 21 กลยุทธ์ 54 มาตรการ และ 47 ตัวชี้วัด และมีความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ และความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : กลยุทธ์, ภาพลักษณ์, ยุคใหม่, สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

Article Info: Received 4 July, 2024; Received in revised form 23 October, 2024; Accepted 9 November, 2024

¹ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อีเมล : lovekrupa@hotmail.com

Ph.D. candidate in Division of Educational Administration, Faculty of Education, Loei Rajabhat University Email: lovekrupa@hotmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อีเมล : sakdina007tru@gmail.com

Lecturer in Division of Educational Administration, Faculty of Education, Loei Rajabhat University Email: sakdina007tru@gmail.com

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อีเมล : suchat1@gmail.com

Lecturer in Division of Educational Administration, Faculty of Education, Loei Rajabhat University Email: suchat1@gmail.com

* Corresponding author

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the components of rebranding in the new era of institutes under the Office of the Vocational Education Commission; 2) study the current, desirable conditions and needs of rebranding; and 3) create and develop strategies for rebranding. The research procedures were divided into three phases. Phase 1 involved determining the requisite components by examining documents and interviewing nine experts. Phase 2 involved studying the current, desirable conditions and needs of rebranding; the sample included 390 administrators and teachers. Phase 3 involved creating and developing strategies through a focus group discussion with nine experts, followed by evaluating the strategies with a group of nine experts. The instruments used were semi-structured interviews, questionnaires, and strategy evaluation. The statistical methods used consisted of percentage, mean, standard deviation, and modified PNI. The results showed that: 1) there were 5 components to rebranding, which consisted of placing an administrator in the new era, teachers and education personnel in the new era, learners in the new era, institutional operations in the new era including institutional social responsibility; 2) the current conditions were found to be at a high level, desirable conditions were at the highest level, and the greatest needs of rebranding was learners in the new era; 3) the strategies consisted of a vision, five missions, five goals, five strategic issues, 21 strategies, 54 measures, and 47 indicators, and the evaluation of strategies was found to be at the highest level of utility, suitability, and possibility

Keywords: strategic, rebranding, new era, Office of the vocational education commission

บทนำ

ภาพลักษณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร เนื่องจากภาพลักษณ์ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค หากองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี ผู้บริโภคก็จะให้การสนับสนุน ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ แต่หากองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ผู้บริโภคก็จะไม่ให้การสนับสนุน ส่งผลให้องค์กรประสบกับความล้มเหลว (Keller, 2003) นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ยังสะท้อนให้เห็นว่า สังคมมององค์กรอย่างไร ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีเปรียบเสมือนทรัพย์สินอันมีค่าขององค์กร เพราะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ดังนั้นการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นสิ่งที่จะต้องทั้งภาครัฐและเอกชนต้องให้ความสำคัญ เช่นเดียวกับสถาบันการศึกษาที่จำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างความไว้วางใจจากผู้ปกครองและผู้เรียน สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพการศึกษา กล่าวคือ ภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียงดี มีระบบการสื่อสารดี และมีฐานทางการให้บริการดี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้เรียนในการเลือกศึกษาต่อ ซึ่งถือเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความมั่นคงของสถานศึกษาและเป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงกับความสำเร็จในระยะยาวของสถาบันการศึกษา (Balasubramanian & Timothy, 2018)

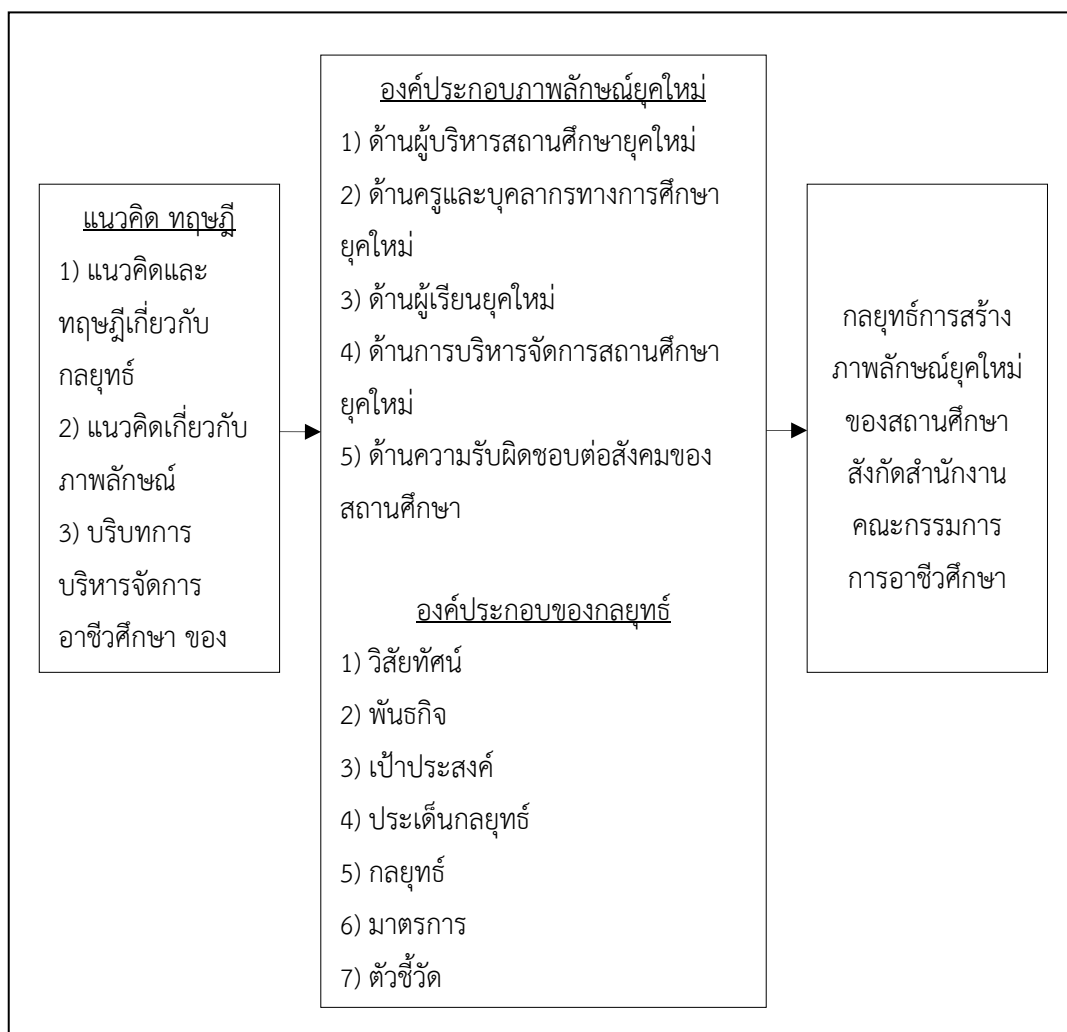
สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เป็นหน่วยงานหลักในจัดการศึกษาระดับอาชีวศึกษา โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการอาชีวศึกษาให้มีสมรรถนะสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาประเทศ ซึ่งมีตัวชี้วัดที่สำคัญคือ ผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษามีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ สมรรถนะหลัก สมรรถนะทั่วไป และสมรรถนะวิชาชีพ และตัวชี้วัด

ด้านความพึงพอใจของภาคผู้ใช้ที่มีต่อผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2565) แต่จากการศึกษาสภาพปัญหาการจัดการศึกษาอาชีวศึกษาในปัจจุบันพบว่า ปัญหาสำคัญ คือ ภาพลักษณ์ที่เป็นไปในทางลบที่มีมาอย่างต่อเนื่องและยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านผู้เรียน ที่พบว่า สถานศึกษาอาชีวศึกษาไม่สามารถผลิตกำลังคนด้านวิชาชีพสาขาต่าง ๆ เพื่อเข้าสู่ภาคประกอบการได้เพียงพอกับความต้องการ และไม่สามารถผลิตกำลังคนอาชีวศึกษาให้มีทักษะและองค์ความรู้ในวิชาชีพได้เพียงพอเพื่อเข้าสู่การปฏิบัติงานในสถานประกอบการได้จริง รวมถึงปัญหาการทะเลาะวิวาทของนักศึกษาอาชีวศึกษา ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา พบว่า ไม่ได้ได้รับการพัฒนาด้านทักษะและเทคโนโลยีให้ทันกับเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้กระบวนการจัดการเรียนการสอนไม่เกิดการบูรณาการองค์ความรู้และศาสตร์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มทักษะให้ผู้เรียนได้เกิดกระบวนการคิดและวิเคราะห์ (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2567) ด้านการจัดระบบการศึกษาที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษา พบว่า การจัดอาชีวศึกษาหลายสาขาวิชาไม่เน้นการฝึกปฏิบัติและสมรรถนะวิชาชีพ การจัดการเรียนการสอนยังขาดการเชื่อมโยงกับสถานประกอบการ หลักสูตรอาชีวศึกษาถูกออกแบบมาไม่เหมาะสมกับความพร้อมของผู้เรียนและไม่สามารถรองรับกับงานใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง สื่อการเรียนรู้ อุปกรณ์การเรียนวัสดุ ครุภัณฑ์ ห้องเรียน และห้องปฏิบัติการไม่ได้รับการปรับปรุงให้มีความทันสมัยและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม พบว่า การส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรชุมชน และสถานประกอบการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษามีจำนวนน้อย เนื่องจากขาดกลไกจูงใจในการสร้างการมีส่วนร่วม (อรรถพล สังขวาสี และคณะ, 2564)

ปัญหาด้านภาพลักษณ์ที่อาชีวศึกษาเผชิญอยู่นั้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผู้เรียน ผู้ปกครอง และสถานประกอบการ ดังนั้น การสร้างหรือปรับภาพลักษณ์ใหม่จึงเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วน เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยให้สถานศึกษาสร้างความแตกต่างและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เป็นที่ยอมรับของสาธารณชน ซึ่งไม่เพียงสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เรียนและผู้ปกครองเท่านั้น แต่ยังช่วยให้สถานศึกษามีความสามารถในการแข่งขันและดึงดูดผู้เรียนที่มีคุณภาพเข้ามาศึกษาต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยหนึ่งที่เอื้อต่อความสำเร็จในการที่จะนำมาสู่การสร้างภาพลักษณ์อาชีวศึกษายุคใหม่ คือ สถานศึกษาต้องศึกษาและพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ให้สอดคล้องกับนโยบายและการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ เนื่องจากกลยุทธ์เป็นแผนการหรือแนวทางเชิงรุกที่องค์กรส่วนใหญ่เลือกใช้เพื่อไปให้ถึงอนาคตที่ต้องการ หรืออาจกล่าวได้ว่า กลยุทธ์เป็นแนวทางการทำงานที่ดีที่สุดเพื่อให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ (มานะ ครุฑาโรจน์, 2563) นอกจากนี้ กลยุทธ์ยังเป็นวิธีที่องค์กรนำมาใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานที่มีเป้าหมายชัดเจน มีการจัดสรรทรัพยากรภายในองค์กรและความสามารถหลักขององค์กรให้สอดคล้องกับโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อม (Coulter, 2008) ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่า การสร้างการรับรู้และเรียกคืนความเชื่อมั่นในอาชีวศึกษาให้กับสาธารณชนเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง จึงศึกษากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของสถานศึกษาในการสร้างภาพลักษณ์ และเพื่อประโยชน์ในการขับเคลื่อนนโยบายการเสริมสร้างภาพลักษณ์อาชีวศึกษายุคใหม่ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ผู้วิจัยจึงทำการออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัย (ภาพ 1) เพื่อดำเนินการในการวิจัยในครั้งนี้

ภาพ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
2. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
3. เพื่อสร้างและพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (mixed methods research) โดยดำเนินการ 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา ดำเนินการ 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การศึกษาเอกสาร (documentary study) และ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน ได้แก่ 1) รองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ 2) เลขาธิการคณะกรรมการการอาชีวศึกษา 3) ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์อาชีวศึกษา 4) นักวิชาการ จำนวน 2 คน 5) ผู้อำนวยการสถาบันการอาชีวศึกษา จำนวน 1 คน 6) ผู้อำนวยการสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัด จำนวน 1 คน 7) ผู้อำนวยการวิทยาลัย จำนวน 1 คน และ 8) ครูผู้สอน จำนวน 1 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structure interview) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นองค์ประกอบภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง โดยติดต่อประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลเพื่อบริการหมายวัน เวลา และสถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และขอหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยที่ออกโดยคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เพื่อส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิโดยแนบโครงร่างงานวิจัยและแบบสัมภาษณ์ล่วงหน้า

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการบันทึกเสียงและการจดบันทึกที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ระยะที่ 2 การศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (survey study) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จากสถานศึกษา 433 แห่ง จำนวน 15,296 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จากสถานศึกษา 195 แห่ง จำนวน 390 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Yamane, 1973) การได้มาของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่ผ่านการตรวจสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันมีค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.405 ถึง 0.794 และค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.970 สภาพที่พึงประสงค์ มีค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.425 ถึง 0.811 และค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.970

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญมาสร้างเป็นแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้แบบฟอร์มของ google forms เพื่อสร้างเป็นคิวอาร์โค้ด ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และใช้เทคนิค Modified Priority Needs Index (PNI_{modified}) ในการลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

ระยะที่ 3 การสร้างและพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา ดำเนินการ 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) และ 2) การประเมินอิงผู้เชี่ยวชาญ (connoisseurship) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1. การสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน ได้แก่ 1) นักวิชาการ จำนวน 4 คน และ 2) ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 5 คน

2. การประเมินอิงผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน ได้แก่ 1) รองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จำนวน 1 คน 2) นักวิชาการ จำนวน 3 คน 3) ผู้อำนวยการวิทยาลัย จำนวน 3 คน และ 4) ครูผู้สอน จำนวน 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม และ 2) แบบประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา ด้านความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ และความเหมาะสม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยประสานผู้ทรงคุณวุฒิโดยนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสนทนากลุ่ม และขอหนังสือเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ทั้งนี้ ก่อนการสนทนากลุ่มผู้วิจัยได้นำเสนอที่มาและความสำคัญของการวิจัย ขั้นตอนการดำเนินการ และนำเสนอร่างกลยุทธ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิยืนยันข้อมูล ให้ข้อเสนอแนะ และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมในแต่ละประเด็น ซึ่งประกอบด้วย (1) วิสัยทัศน์ (2) พันธกิจ (3) เป้าประสงค์ (4) ประเด็นกลยุทธ์ (5) กลยุทธ์ (6) มาตรการ และ (7) ตัวชี้วัด และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผล แก้ไข ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะเพื่อให้ได้กลยุทธ์ที่มีความสมบูรณ์

2. การประเมินอิงผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อขอความอนุเคราะห์ประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา ในด้านความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ และความเหมาะสม และขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ที่ออกโดยคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)
2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ และความเหมาะสม โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ผลการศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ สรุปได้ว่า มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผู้บริหารสถานศึกษา ยุคใหม่ 2) ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา ยุคใหม่ 3) ด้านผู้เรียนยุคใหม่ 4) ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษา ยุคใหม่ และ 5) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษา

ระยะที่ 2 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

การศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ผลการศึกษาแสดงดังตาราง 1

ตาราง 1

สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และลำดับความต้องการจำเป็นของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

องค์ประกอบภาพลักษณ์ยุคใหม่ ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการอาชีวศึกษา	สภาพปัจจุบัน (D)			สภาพที่พึงประสงค์ (I)			ความต้องการจำเป็น (PNI _{modified})	
	M	SD	แปลผล	M	SD	แปลผล	(I-D)/D	ลำดับที่
1. ด้านผู้บริหารสถานศึกษา								
ยุคใหม่	4.16	0.60	มาก	4.77	0.55	มากที่สุด	0.15	4
2. ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา								
ยุคใหม่	3.81	0.70	มาก	4.69	0.59	มากที่สุด	0.23	3
3. ด้านผู้เรียนยุคใหม่	3.45	0.77	ปานกลาง	4.66	0.50	มากที่สุด	0.35	1
4. ด้านการบริหารจัดการ								
สถานศึกษายุคใหม่	3.50	0.81	ปานกลาง	4.67	0.61	มากที่สุด	0.33	2
5. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษา								
ยุคใหม่	4.14	0.69	มาก	4.71	0.59	มากที่สุด	0.14	5
รวม	3.79	0.64	มาก	4.70	0.53	มากที่สุด	0.26	

ข้อมูลจากตาราง 1 พบว่า สภาพปัจจุบันของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.79$, $SD = 0.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.16$, $SD = 0.60$) รองลงมา คือ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษา ($M = 4.14$, $SD = 0.69$) และด้านครูและบุคลากรทางการศึกษายุคใหม่ ($M = 3.81$, $SD = 0.70$) ตามลำดับ และด้านผู้เรียนยุคใหม่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($M = 3.45$, $SD = 0.77$)

สภาพที่พึงประสงค์ของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.70$, $SD = 0.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.77$, $SD = 0.55$) รองลงมา คือ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ($M = 4.71$, $SD = 0.59$) และด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา ($M = 4.69$, $SD = 0.59$) ตามลำดับ และด้านผู้เรียนยุคใหม่ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($M = 4.66$, $SD = 0.50$)

ลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงตามค่าดัชนีความต้องการจำเป็น พบว่า ด้านผู้เรียนยุคใหม่ มีค่าความต้องการจำเป็นสูงสุด ($PNI_{modified} = 0.35$) รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษายุคใหม่ ($PNI_{modified} = 0.33$) และด้านครูและบุคลากรทางการศึกษายุคใหม่ ($PNI_{modified} = 0.23$) ตามลำดับ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษา มีค่าความต้องการจำเป็นต่ำสุด ($PNI_{modified} = 0.14$)

ระยะที่ 3 ผลการสร้างและพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

1. การสร้างและพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

วิสัยทัศน์

ก้าวสู่อาชีวศึกษาภาพลักษณ์ใหม่ มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะวิชาชีพและคุณลักษณะของคนยุคใหม่ โดยผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษามีอาชีพ ด้วยระบบการบริหารจัดการที่มีคุณภาพและอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม

พันธกิจ

- 1) พัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้มีสมรรถนะวิชาชีพและคุณลักษณะของคนยุคใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการและตลาดแรงงานในปัจจุบัน
- 2) พัฒนาการบริหารจัดการสถานศึกษาด้วยระบบคุณภาพ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการจัดการศึกษายุคใหม่
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา บนฐานสมรรถนะสำคัญที่ตอบโจทย์คุณภาพการจัดการศึกษายุคใหม่
- 4) เสริมสร้างภาวะผู้นำยุคใหม่ สู่ผู้บริหารสถานศึกษามีอาชีพ
- 5) เสริมสร้างอัตลักษณ์ของสถานศึกษาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

เป้าประสงค์

- 1) ผู้เรียนมีสมรรถนะวิชาชีพและคุณลักษณะของคนยุคใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการและตลาดแรงงานในปัจจุบัน
- 2) สถานศึกษามีระบบการบริหารจัดการที่ส่งเสริมการจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพ
- 3) ครูและบุคลากรทางการศึกษามีสมรรถนะด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่ตอบโจทย์คุณภาพการจัดการศึกษายุคใหม่
- 4) ผู้บริหารสถานศึกษามีคุณลักษณะของผู้นำยุคใหม่ และบริหารสถานศึกษาอย่างมีอาชีพ
- 5) สถานศึกษามีอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน

ประเด็นกลยุทธ์และกลยุทธ์

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ผู้เรียนยุคใหม่ ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับสมรรถนะวิชาชีพและคุณลักษณะของผู้เรียนที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการและตลาดแรงงาน กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างทักษะชีวิตและอาชีพของผู้เรียนให้พร้อมในการก้าวเข้าสู่โลกอาชีพ กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่หรือการประกอบอาชีพอิสระที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับที่เชื่อมโยงกับการศึกษาและการทำงาน และกลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของผู้เรียน รวมทั้งหมด 15 มาตรการ 15 ตัวชี้วัด

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การบริหารจัดการสถานศึกษายุคใหม่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการในการพัฒนาทักษะวิชาชีพของผู้เรียน กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัยและเอื้อต่อการเรียนรู้แนวใหม่ กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และกลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยและเหมาะสมกับโลกอาชีพ ตามมาตรฐานสากล รวมทั้งหมด 11 มาตรการ 7 ตัวชี้วัด

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ครูและบุคลากรทางการศึกษายุคใหม่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มศักยภาพด้านการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนยุคใหม่ กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างการทำงานร่วมกับบุคคลอื่นหรือหน่วยงานภายนอก กลยุทธ์ที่ 3 เพิ่มศักยภาพในการใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการจัดการเรียนรู้ และ กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาความรู้ ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่มีคุณภาพ รวมทั้งหมด 10 มาตรการ 11 ตัวชี้วัด

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมภาวะผู้นำยุคใหม่ของผู้บริหารสถานศึกษา กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาทักษะการตัดสินใจและแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาสมรรถนะด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล และกลยุทธ์ที่ 4 เพิ่มศักยภาพการสื่อสารเพื่อการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งหมด 8 มาตรการ 6 ตัวชี้วัด

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษา ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างจิตสำธรรณะอย่างสร้างสรรค์ของผู้เรียน กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมนโยบายและวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างและขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือเพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา และกลยุทธ์ที่ 4 พัฒนานวัตกรรมที่เชื่อมโยงผู้เรียนกับการสร้างคุณค่าให้กับชุมชน รวมทั้งหมด 10 มาตรการ 9 ตัวชี้วัด

2. การประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ผลการวิจัยแสดงดังตาราง 2

ตาราง 2

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

การประเมินกลยุทธ์	ผลการประเมิน		
	<i>M</i>	<i>SD</i>	แปลผล
1. ความเป็นประโยชน์	4.96	0.22	มากที่สุด
2. ความเป็นไปได้	4.81	0.40	มากที่สุด
3. ความเหมาะสม	4.83	0.38	มากที่สุด
รวม	4.86	0.17	มากที่สุด

ข้อมูลจากตาราง 2 พบว่า การประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ด้านความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ และความเหมาะสม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.86, SD = 0.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเป็นประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.96, SD = 0.22$) รองลงมา คือ ความเหมาะสม ($M = 4.83, SD = 0.38$) และความเป็นไปได้ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($M = 4.81, SD = 0.40$)

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา มีประเด็นการอภิปรายผล ดังนี้

1. องค์ประกอบภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ 2) ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษายุคใหม่ 3) ด้านผู้เรียนยุคใหม่ 4) ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษายุคใหม่ และ 5) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่กำหนดไว้ในมิติด้านการบริหารจัดการอาชีวศึกษา 4 มิติ ได้แก่ 1) การบริหารจัดการ 2) สถานศึกษา 3) ครูและบุคลากร และ 4) นักเรียน นักศึกษา นอกจากนี้ยังเป็นองค์ประกอบที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและบริบทของการจัดการอาชีวศึกษา และสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการอาชีวศึกษาและภาพลักษณ์อาชีวศึกษาในประเด็นขององค์ประกอบภาพลักษณ์ยุคใหม่ และนำผลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ จึงทำให้ได้ประเด็นองค์ประกอบที่ครอบคลุมการศึกษาในครั้งนี้ สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (2566) ที่กำหนดกรอบนโยบายและวาระงานในด้านการส่งเสริมศักยภาพครูและบุคลากรอาชีวศึกษา การพัฒนาคุณภาพผู้เรียน การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และการเสริมสร้างภาพลักษณ์อาชีวศึกษายุคใหม่ และสอดคล้องกับวิจัยของ มงคล แก้วรอด (2564) ที่พบว่า ภาพลักษณ์อาชีวศึกษา มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพผู้เรียน 2) ด้านการให้บริการสังคมและชุมชนของสถานศึกษา 3) ด้านการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ความเชื่อและค่านิยมของผู้ปกครอง 4) ด้านการพัฒนาหลักสูตรการศึกษา และการปรับหลักสูตรสมรรถนะเพื่อการมีงานทำ และ 5) ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษา

2. สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ผลการวิจัย พบว่า สภาพที่พึงประสงค์มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสภาพปัจจุบันทุกด้าน แสดงให้เห็นว่า สถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ยังต้องเน้นการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ให้เกิดขึ้นกับสถานศึกษาทุกด้าน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของบทบาทผู้นำในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สถานศึกษาจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ สามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จริยญาภรณ์ ศรีจินดาริ และ จุฬารัตนภรณ์ ธนะแพทย์ (2564) ที่พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นกลไกสำคัญและมีอิทธิพลสูงสุดต่อคุณภาพของผลลัพธ์ที่ได้จากระบบการศึกษา ซึ่งประสิทธิภาพของการบริหารและประสิทธิผลของสถานศึกษาจะสำเร็จหรือความล้มเหลวส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับผู้บริหารสถานศึกษา ดังนั้น ผู้บริหารจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ ผู้บริหารสถานศึกษาในยุคใหม่จึงต้องมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ทางการบริหารการศึกษาเพื่อพัฒนาสถานศึกษาให้ทันสมัยเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของโลก สอดคล้องกับงานวิจัยของ มรสิข สิทธิสมบูรณ์ และคณะ (2563) ที่พบว่า ผู้บริหารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการแสดงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เพราะองค์กรจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่เป็นบุคคลสำคัญ ซึ่งผู้บริหารต้องมีความรู้ความสามารถ มีวิสัยทัศน์และเป็นนักบริหารมืออาชีพ และวิจัยของ KalKan et al. (2020) ที่พบว่า ภาพลักษณ์เชิงบวกขององค์กรมีความจำเป็นต่อการอยู่รอดขององค์กรและการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของสถานศึกษา ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารให้เหมาะสม ส่วนด้านผู้เรียนยุคใหม่มีค่าเฉลี่ยในสภาพปัจจุบันน้อยที่สุด ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจและควรวิเคราะห์อย่างละเอียดเพื่อหาแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ปกครองและสาธารณชน สอดคล้องกับสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา (2566) ที่กำหนดแนวทางและมาตรการด้านภาพลักษณ์อาชีวศึกษาว่า ควรมีการนำเสนอ

ความสำเร็จของผู้เรียนอาชีวศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพให้แพร่หลายผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ผู้เรียนอาชีวศึกษา สร้างแรงบันดาลใจต่อการเรียนสายวิชาชีพ และเชิญเกียรติให้รางวัลกับผู้เรียนและศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับ ฌรณค์ แฝ่วพลสง (2562) ที่กล่าวว่า อาชีวศึกษาต้องพลิกความเชื่อด้านภาพลักษณ์ที่ถูกมองว่าผู้เรียนอาชีวศึกษามีแต่เรื่องของการทะเลาะวิวาทและผู้เรียนไม่มีคุณภาพ

3. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ผู้เรียนยุคใหม่ ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับสมรรถนะวิชาชีพและคุณลักษณะของผู้เรียนที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการและตลาดแรงงาน กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างทักษะชีวิตและอาชีพของผู้เรียนให้พร้อมในการก้าวเข้าสู่โลกอาชีพ กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่หรือการประกอบอาชีพอิสระที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับที่เชื่อมโยงกับการศึกษาและการทำงาน และกลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของผู้เรียน ทั้งนี้เนื่องจากภาพลักษณ์ของผู้เรียนเป็นตัวชี้วัดคุณภาพของระบบการศึกษาและสถาบันการศึกษา สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่กำหนดให้มีการพัฒนาคนในทุกช่วงวัยให้เป็นคนเก่ง ดี และมีคุณภาพ มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม เป็นนักคิด ผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ โดยพัฒนาให้คนไทยมีทักษะและคุณลักษณะที่เหมาะสมกับโลกยุคใหม่ ทั้งทักษะในด้านความรู้ ทักษะทางพฤติกรรม และคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม เตรียมพร้อมกำลังคนที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สอดคล้องกับ ยศพล เวณโกเศศ (2566) ที่กำหนดวาระงานพัฒนาอาชีวศึกษาด้านการพัฒนาทักษะและสมรรถนะวิชาชีพ ส่งเสริมการมีรายได้ระหว่างเรียนและการประกอบอาชีพ พัฒนาทักษะชีวิตผู้เรียนอาชีวศึกษาในทุกมิติ และพัฒนาทักษะด้านภาษาให้กับผู้เรียน และสอดคล้องกับวันันตร์ สมมุติ และคณะ (2564) ที่กล่าวว่า การจัดการศึกษาต้องมุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะที่หลากหลาย มีทักษะวิชาชีพในสาขาที่เรียน มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และมีความคิดสร้างสรรค์

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การบริหารจัดการสถานศึกษายุคใหม่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการในการพัฒนาทักษะวิชาชีพของผู้เรียน กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัยและเอื้อต่อการเรียนรู้แนวใหม่ กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และกลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยและเหมาะสมกับโลกอาชีพตามมาตรฐานสากล ทั้งนี้เนื่องจากการขยายเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการ การพัฒนาหลักสูตรที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลโดยมุ่งเน้นการเพิ่มพูนทักษะที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน และการมีแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัยและเอื้อต่อการเรียนรู้ จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของสถานศึกษา นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานศึกษา สอดคล้องกับ Edmunds (2020) ที่กล่าวว่า การบริหารสถานศึกษาในยุคปกติใหม่ สถานศึกษาต้องสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่นและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต มุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ อย่างหลากหลายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาทักษะที่จำเป็นของผู้เรียน สอดคล้องกับการศึกษาของสุนทรี วรรณไพเราะ และพัชรินทร์ อักษรผอม (2566) ที่พบว่า การบริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษาสู่องค์กรสมรรถนะสูง มี 5 องค์ประกอบ คือ 1) การพัฒนาระบบบริหารจัดการเชิงรุก 2) การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะและรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย 3) การพัฒนาครูและผู้เชี่ยวชาญในอาชีพเฉพาะทาง 4) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง และ 5) ปัจจัยสนับสนุนพิเศษที่เอื้อต่อการผลิตกำลังคนอาชีวศึกษาคุณภาพสูง เช่น การจัดหาและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เครื่องมือ ครุภัณฑ์ที่เพียงพอ และสอดคล้องกับวิจัยของ กรพัฒน์ ศรีชนะ และคณะ (2566) ที่พบว่า ยุทธศาสตร์การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) การพลิกโฉมบุคลากร 2) การใช้สื่อ เทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ

3) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่หลากหลาย 4) คุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษา และ 5) จัดหาเทคโนโลยีพร้อมกับพัฒนาสภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ อาคารสถานที่ที่เอื้อต่อการเรียนรู้

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ครูและบุคลากรทางการศึกษายุคใหม่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มศักยภาพด้านการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนยุคใหม่ กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างการทำงานร่วมกับบุคคลอื่นหรือหน่วยงานภายนอก กลยุทธ์ที่ 3 เพิ่มศักยภาพในการใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการเรียนรู้ และกลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาความรู้ ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่มีคุณภาพ เนื่องจากกิจกรรมหลักในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาเป็นภารกิจหลักของครูและบุคลากรทางการศึกษา ดังนั้น ภาพลักษณ์ของครูและบุคลากรทางการศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนภารกิจของสถานศึกษาและเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของผู้เรียน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการเปลี่ยนโฉมบทบาทครูให้เป็นครูยุคใหม่ให้สามารถออกแบบกิจกรรมและสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ให้ผู้เรียน และมีบทบาทเป็นนักวิจัยพัฒนากระบวนการเรียนรู้เพื่อผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน สอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการ (2566) ด้านการพัฒนาสมรรถนะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลตามกรอบระดับสมรรถนะดิจิทัลสำหรับครูและบุคลากรทางการศึกษา พัฒนาคู่มือมีความพร้อมด้านวิชาการและทักษะการจัดการเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และพัฒนาขีดความสามารถของครูและบุคลากรให้มีสมรรถนะที่สอดคล้องและเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและโลกอนาคต สอดคล้องกับ สมศักดิ์ ดลประสิทธิ์ (2564) ที่กล่าวว่า ครูยุคใหม่ต้องเข้าใจธรรมชาติของผู้เรียน ใช้วิธีการสอนที่เหมาะสมกับผู้เรียนรายบุคคล รู้และเข้าใจเทคโนโลยีใหม่ มีทักษะใหม่ในการสอนผู้เรียนให้เติบโตเต็มศักยภาพ และสอดคล้องกับ เนตรนภา ภูมิโคกรักษ์ และคณะ (2565) ที่กล่าวว่า ครูยุคใหม่ต้องแม่นยำทางเนื้อหาวิชาชีพ มีความรู้ และทักษะในเรื่องที่สอนเป็นอย่างดี มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการเรียนการสอน ออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เรียน เพื่อร่วมงานในสถานศึกษาเดียวกัน ระหว่างสถานศึกษา และชุมชนรอบข้าง เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่เป็นประสบการณ์ตรงให้กับผู้เรียน

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมภาวะผู้นำยุคใหม่ของผู้บริหารสถานศึกษา กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาทักษะการตัดสินใจ และแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาสมรรถนะด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล และกลยุทธ์ที่ 4 เพิ่มศักยภาพการสื่อสารเพื่อการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เนื่องจากภาพลักษณ์ของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากบุคลากรภายในสถานศึกษา รวมทั้งหน่วยงานภายนอกที่ส่งผลต่อความร่วมมือและการสนับสนุนในการพัฒนาสถานศึกษา ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่จึงต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ สามารถตัดสินใจและแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อบริหารสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีศักยภาพด้านการสื่อสาร สร้างแรงบันดาลใจเชิงบวก และการทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับ Day et al. (2020) ที่กล่าวว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีบทบาทสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายของสถานศึกษา ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสถานศึกษา สร้างแรงจูงใจ สอดคล้องกับวิจัยของลลิตา กุลสุวรรณ และคณะ (2566) ที่พบว่า ภาวะผู้นำยุคใหม่สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาประกอบไปด้วย 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 2) ภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยี 3) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ และ 4) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษา ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างจิตสาธารณะอย่างสร้างสรรค์ของผู้เรียน กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมนโยบายและวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างและขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือเพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา และกลยุทธ์ที่ 4 พัฒนานวัตกรรมที่เชื่อมโยงผู้เรียนกับการสร้างคุณค่าให้กับชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากการปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในตัวผู้เรียนจะทำให้ผู้เรียนมีความตระหนักถึงปัญหาสังคม มีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา อีกทั้งการมีนโยบายและวัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจนจะสามารถสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคมของผู้บริหาร ครูและบุคลากร ไปจนถึงผู้เรียน นอกจากนี้ การพัฒนานวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานศึกษา และแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าให้กับสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ ธนู วงษ์จินดา (2565) ที่กำหนดนโยบายหลักด้านการยกระดับความร่วมมือโดยการสร้างความเข้มแข็งภาคีเครือข่ายความร่วมมือคุณภาพสูง ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เสริมสร้างภาพลักษณ์ คุณค่าอาชีวศึกษาและจิตอาสา นำหลักการ soft power มาเป็นกลไกในการสื่อสารอาชีวศึกษาสู่สังคม และพลิกโฉมภาพลักษณ์อาชีวศึกษาด้วยการบูรณาการนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ และองค์ความรู้อาชีวศึกษาสู่ชุมชน สังคม ประเทศชาติ สอดคล้องกับ วนิดา แสนอินตะ และ พระฮอนด้า วาทยุทธ (2565) ที่กล่าวว่า หากผู้บริหารสถานศึกษาใช้ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการบริหารสถานศึกษา อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม จะสามารถชักจูงและกระตุ้นให้บุคลากรและชุมชนหันมาร่วมมือช่วยเหลือกันแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพการศึกษา อีกทั้งยังส่งผลให้ ชุมชนมีความพึงพอใจ เชื่อมั่น ศรัทธาในคุณภาพของสถานศึกษา เกิดการยอมรับ เชื่อมั่น สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถานศึกษา อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับ Rasoolimanesh et al. (2021) ที่พบว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานศึกษา ที่เป็นรูปธรรม มีความสอดคล้องกับค่านิยมและความคาดหวังทางสังคม จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในเชิงบวก ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากร สถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาควรร่วมกัน วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ยุคใหม่ของ สถานศึกษา เพื่อกำหนดกลยุทธ์ มาตรการ ตัวชี้วัด และโครงการหรือกิจกรรมที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ของแต่ละสถานศึกษา
2. สถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สามารถเลือกกลยุทธ์ที่ได้จากการวิจัยไปปรับใช้ได้ ตามบริบทของสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ไม่ได้ขับเคลื่อนการใช้กลยุทธ์ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำกลยุทธ์ที่สร้างหรือพัฒนาขึ้นไป ทดลองใช้ในสถานศึกษาและประเมินผลการนำกลยุทธ์ไปใช้

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรพัฒน์ ศรีชนะ, ไพฑูริย์ ลังกา, และ จินณวัตร ปะโคทั้ง. (2566). ยุทธศาสตร์การบริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนในยุค ดิจิทัล. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 11(5), 1910-1921.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2566). *นโยบายและจุดเน้นของกระทรวงศึกษาธิการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567*. <https://www.moe.go.th/360policy-and-focus-moe-fiscal-year-2024/>
- จริญญารณ์ ศรีจันดารี และ จุฬพวรรณภรณ์ ธนะแพทย์. (2564). บทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 6(3), 865-876.
- ณรงค์ แผ้วพลสง. (2562, 27 ธันวาคม). *การศึกษา: ‘ณรงค์’ เตรียมพลิกอาชีวะ สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ชี้นำโครงสร้าง สอศ.ไม่เปลี่ยนแปลง*. มติชนออนไลน์. https://www.matichon.co.th/education/news_1844188
- ธนู วงษ์จินดา. (2565). ผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาสมรรถนะสูง เพื่อการพัฒนาประเทศ. *วารสารวิชาการสถาบัน การอาชีวศึกษาภาคใต้* 1, 7(2), 3-11.

- นิรันดร์ สมมุติ, สุวิมล โพธิ์กลิ่น, และ จินณวัตร ปะโคทัง. (2564). อนาคตภาพการจัดการศึกษาอาชีวศึกษาในยุคดิจิทัลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 9(6), 2602-2615.
- เนตรนภา ภูมิโคกรักษ์, ภัทราวรรณ ไกรกิจราษฎร์, และ วรรณภา ง่วนสน จันทร์เจริญ. (2565). การส่งเสริมคุณภาพครูในสถานศึกษายุควิถีใหม่. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 13(1), 129-143.
- มงคล แก้วรอด. (2564). การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมกรรมการอาชีวศึกษา*, 5(1), 108-119.
- มรสิข สิริสมบุญ, วีรวรรณ จงจิตร ศิริจิรกาล, และ จุริรัตน์ เสนาะกรรม. (2563). มโนทัศน์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพนธ์*, 15(1), 149-160.
- มานะ ครุธาโรจน์. (2563). *กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานยุคการศึกษา 4.0*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช]. National Research Council of Thailand. <https://dric.nrct.go.th/Search/ShowFulltext/2/311510>
- ยศพล เวณโกเศศ. (2566). การเดินทางสู่ความเป็นเลิศของอาชีวศึกษา : การสร้างนโยบายที่ยั่งยืน ที่มุ่งเป้าหมายเพื่อการพัฒนาประเทศ. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมกรรมการอาชีวศึกษา*, 7(2), 1-11.
- ลลิตา กุลสุวรรณ, เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต, และ ปัญญา ธีระวิทยเลิศ. (2566). รูปแบบภาวะผู้นำยุคใหม่สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 3(5), 687-716.
- วนิดา แสนอินตะ และ พระฮอนด้า วาฬสุโท. (2565). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษากับความรับผิดชอบต่อสังคม. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 9(3), 57-68.
- สมศักดิ์ ดลประสิทธิ์. (2564). แนวทางการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนากำลังคนในศตวรรษที่ 21. *คุรุสภาวิจัย*, 2(1), 1-15.
- สุนทรี วรรณไพเราะ และ พชรินทร์ อักษรหอม. (2566). แนวทางการบริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษาสู่องค์กรสมรรถนะสูง. *วารสารวิชาการสถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้*, 8(2), 3-11.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2565). *รายงานประจำปี 2565*. <https://bme.vec.go.th/tabid/1235/ArticleId/41375/41375.aspx>
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2566). *วิสัยทัศน์และพันธกิจของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2567*. <https://www.vec.go.th/th-th/เกี่ยวกับสอศ/วิสัยทัศน์.aspx>
- สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2567). *รายงานการพิจารณาเรื่อง การจัดการอาชีวศึกษาที่ตอบสนองต่อสภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลง*. <https://www.senate.go.th/view/132/บทความ/TH-TH/>
- สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2566). *รายงานการพิจารณาเรื่อง อาชีวศึกษา : คุณภาพ มาตรฐาน และแรงจูงใจ*. <https://www.senate.go.th/view/132/บทความ/TH-TH/>
- อรรถพล สังขวาสี, พา อักษรเสือ, และ ชัยยุทธ ศิริสุทธิ. (2564). อนาคตภาพการอาชีวศึกษาไทยในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2565-2574). *วารสารวิชาการธรรมทศน์*, 21(4), 221-233.

ภาษาอังกฤษ

- Balasubramanian, V., & Timothy, M. (2018). Branding strategies of a private international school. *The Qualitative Report*, 23(4), 932-948.

- Coulter, M. (2008). *Strategy management in action* (4th ed.). Pearson Education.
- Day, C., Sammons, P., & Gorgen, K. (2020). *Successful School Leadership*. <https://eric.ed.gov/?id=ED614324>.
- Edmunds, W. J. (2020, August 3). *Finding a path to reopen schools during the COVID-19 pandemic*. [https://doi.org/10.1016/S2352-4642\(20\)30249-2](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(20)30249-2)
- Kalkan, Ü., Altınay, A. F., Altınay, G. Z., Atasoy, R., & Dagli, G. (2020). The relationship between school administrators' leadership styles, school culture, and organizational image. *SAGE Open*, 10(1), 1-15. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1251154>
- Keller, K. L. (2003). Understanding brands, branding and brand equity. *Interactive Marketing*, 5(1), 7-20. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.im.4340213>
- Rasoolimanesh, S. M., Tan, P. L., Nejati, M., & Shafaei, A. (2021). Corporate social responsibility and brand loyalty in private higher education: mediation assessment of brand reputation and trust. *Journal of Marketing for HIGHER EDUCATION*, 34(2), 1-37. <https://doi.org/10.1080/08841241.2021.1973645>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.