

ความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2
NEED ASSESSMENT TO PROMOTE THE IMAGE OF THE SCHOOL UNDER
KHON KAEN PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 2

คณพศ ศรีเสน¹ และ จิรวัดน์ วรณโรจน์²

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ^{1,2}

Khanaphod Srisen¹ and Jirawat Waroonroj²

Northeastern University, Thailand^{1,2}

Corresponding Author, E-mail: p.tiger2514@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 2) ศึกษาข้อเสนอแนะในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่นเขต 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู จำนวน 333 คน จำแนกเป็น ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 34 คน และครู จำนวน 299 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ชนิดมาตราประมาณค่าแบบตอบสนองคู่ประกอบด้วยข้อมูลสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียนโดยแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94 และ 0.95 ตามลำดับ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น (PNI_{Modified}) และการวิเคราะห์เนื้อหา

* ได้รับบทความ: 26 เมษายน 2564; แก้ไขบทความ: 2 กรกฎาคม 2564; ตอรับตีพิมพ์: 15 กรกฎาคม 2564

Received: April 26, 2021; Revised: July 2, 2021; Accepted: July 23, 2021

ผลการวิจัยพบว่า

1. ความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาจุฬาขอนแก่น เขต 2 มีความต้องการจำเป็นเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) นักเรียนคุณภาพ 2) บุคลากรมืออาชีพ 3) การบริหารจัดการเป็นเลิศ 4) การบริการสังคมและชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาจุฬาขอนแก่น เขต 2 มีดังนี้ 1) โรงเรียนต้องจัดทำโครงการพัฒนาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบสารสนเทศ และระบบฐานข้อมูลของโรงเรียนเพื่อสนองการบริหารจัดการในยุคไทยแลนด์ 4.0 2) บุคลากรต้องจัดทำแผนพัฒนาตนเองที่สามารถชี้วัดได้ถึงความสามารถตรงตามลักษณะงานที่ทำ 3) โรงเรียนต้องดำเนินกิจกรรมภายใต้หลักธรรมาภิบาล การบริหารจัดการที่ดี การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: ความต้องการจำเป็น; การส่งเสริมภาพลักษณ์; โรงเรียน

Abstract

This research aims were to study 1) to study the needs assessment to promote the image of the school Under Khon Kaen Primary Educational Service Area Office 2 2) to study suggestions for promoting the image of the school Under Khon Kaen Primary Educational Service Area Office 2 Under the Office of the Education Area Khon Kaen Primary Education Area 2, the sample group used in this research, 333 school administrators and teachers, classified as 34 school administrators and 299 teachers. The data used to collect the data was a questionnaire. The Dual-response format estimator consisted of information. Current conditions and desires to promote the image of the school. The precision was 0.94 and 0.95. The statistics were used for the analysis of frequency, percentage, mean, standard deviation. Modified Priority Needs Index (PNI_{Modified}) and Content Analysis.

The research results were found that

1. The needs assessment to promote the image of the school Under Khon Kaen Primary Educational Service Area Office 2, there was a need to ascertain the needs of the liver. At least as follows: 1) Quality students 2) Professional staff 3) Management excellence 4) Service Society and community.

2. The suggestions for promoting the image of the school Under Khon Kaen Primary Educational Service Area Office 2 is as follows: 1) The school must develop the school's internet network, information system, and database system development project in order to meet the management in the Thailand 4.0 era. 2) The personnel must contradict their self-development plan that can This can measure the ability to match the job. 3) Good governance Good management, social responsibility and ambition.

Keywords: Need Assessment; Image Promotion; School

บทนำ

ในโลกของการแข่งขัน สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ ความไม่หยุดนิ่งของกระแสโลก จากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะนำมาถึงผลกระทบในด้านใดด้านหนึ่ง การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จได้ ก็คือ ความสามารถที่จะรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในโลกได้ และต้องมีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคตด้วย ไม่ใช่เพื่อการแข่งขันในปัจจุบันเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคตด้วย ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ต้องใช้ความสามารถในการจัดการไม่น้อยไปกว่าการบริหารทรัพยากรอื่นขององค์กร (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2556)

ภาพลักษณ์องค์กรมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง สามารถทำให้สถาบันหรือหน่วยงานมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและเจริญก้าวหน้าได้ ในปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุคที่อัตราการเจริญเติบโตของประชากรชะลอตัว และจำนวนประชากรของประเทศจะลดลงในที่สุด จากอัตราการเกิดที่ลดลง อาจส่งผลกระทบต่อสถาบันการศึกษาในอนาคต เพราะโรงเรียนต้องอาศัยนักเรียนในจำนวนที่มากพอในการดำเนินกิจการ โดยสถาบันการศึกษาที่จะได้รับผลกระทบเป็นอันดับแรกคือ โรงเรียนระดับประถมศึกษาในการจัดการศึกษาระดับประถมศึกษาถือว่าเป็นรากฐานสำคัญในการที่จะพัฒนาเยาวชน ทั้งนี้เพราะเป็นการจัดการศึกษาเพื่อให้เด็กเกิดความรู้และประสบการณ์ ตลอดจนได้รับการพัฒนาในทุก ๆ ด้าน จนสามารถเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ การรองรับผลกระทบจากอัตราการเกิดที่ลดลงของโรงเรียน ซึ่งปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายให้โรงเรียนบางแห่งมีการควบรวมและยุบเลิกโรงเรียนขนาดเล็กที่มีนักเรียนไม่ถึง 120 คน เนื่องจากอัตราการเกิดที่ลดลง ย่อมส่งผลกระทบต่อเด็กที่อยู่ในวัยเรียนลดลงไปด้วย อีกทั้งการแข่งขันกันเพื่อแย่งนักเรียนของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โรงเรียนเอกชนและศูนย์เด็กเล็กขององค์กรบริหารส่วนตำบล หากโรงเรียนทุกแห่งมีความคล้ายคลึงกันหมด ผู้ปกครองนักเรียนส่วนใหญ่ย่อมเลือกโรงเรียนที่มีชื่อเสียงและมีความโดดเด่น เพราะเป็นที่ได้รับการยอมรับกันโดยทั่วไปว่า มีคุณภาพในด้านวิชาการและการจัดการเรียนการสอนที่มี

คุณภาพมีชื่อเสียงสะสมยาวนาน หรือมีภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีต้องเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง และไม่ควรเกิดเองตามธรรมชาติควรใช้วิธีการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาองค์กรให้ประชาชนหรือผู้รับข่าวสาร มองเห็นภาพลักษณ์ขององค์กรไปในทางที่ดี รวมทั้งต้องหาวิธีส่งเสริม ปรับปรุง และวิพากษ์ในส่วนที่บกพร่องอย่างสม่ำเสมอ (ดาวรธรรม ธิวิลการ, 2561)

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่โรงเรียนสามารถสร้างขึ้นได้การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่เหมาะสมการมีภาพลักษณ์ในเชิงบวกจะทำให้โรงเรียนได้รับความ เชื่อถือ ศรัทธา และยอมรับ เสริมสร้างความภาคภูมิใจแก่โรงเรียน ในทางตรงกันข้ามถ้าภาพลักษณ์เป็นไปในทางลบ จะทำให้ไม่ได้รับการยอมรับ เพราะภาพลักษณ์นั้นเกิดจากความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อโรงเรียน สามารถทำให้โรงเรียนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและจะทำให้โรงเรียนนั้น ๆ มีความเจริญก้าวหน้าหรือทำให้เสื่อมศรัทธาได้ ในปัจจุบันพบว่า ผู้ปกครองนักเรียนให้ความนิยมต่อโรงเรียนที่จัดการศึกษาในสังกัดเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งโรงเรียนดังกล่าวได้พยายามสร้างภาพลักษณ์ของตนเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากโรงเรียนอื่นๆ ให้สอดคล้องตามกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงเรียน ซึ่งส่งผลกระทบต่อโรงเรียนที่จัดการศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานทำให้มีจำนวนนักเรียนลดลงในแต่ละปี ขณะเดียวกันจำนวนนักเรียนในสังกัดเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอัตราเพิ่มขึ้นในแต่ละปี จากปัญหาดังกล่าวเป็นการส่งสัญญาณในด้านลบต่อ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ของผู้ปกครองที่ขาดความเชื่อมั่น ยอมรับ และศรัทธาต่อโรงเรียน ซึ่งหากปล่อยให้เกิดวิกฤตอย่างปัญหานี้ต่อไป อาจส่งผลกระทบต่อจำนวนนักเรียนในโรงเรียนลดลงอย่างต่อเนื่อง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสามารถสร้างขึ้นได้โดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่โรงเรียนทำได้ยากพอ ๆ กับการรักษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน แต่ก็คงไม่เกินความสามารถของผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องจะทำให้เกิดขึ้นมาได้ ปัจจุบันการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในยุค IT จำเป็นอย่างยิ่งที่โรงเรียนควรต้องปรับปรุงพัฒนาโรงเรียนให้มีภาพลักษณ์ (Self Image) ที่พึงประสงค์ของผู้ปกครอง ชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญของโรงเรียน (วิระวัฒน์ อุทัยรัตน์, 2558) การเสริมสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนผู้วิจัยได้วิเคราะห์องค์ประกอบโดยยึดแนวคิดของ Kotler (2000) และพิจารณาองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมกับภาพลักษณ์โรงเรียน พบว่า ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) บุคลากร คุณภาพ 2) นักเรียนคุณภาพ 3) การบริหารจัดการเป็นเลิศ 4) การบริการสังคมและชุมชน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาโรงเรียนให้สามารถจัดการศึกษาตามความต้องการของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ และจัดลำดับความสำคัญของภาพลักษณ์ของโรงเรียน มีดังนี้ นารีญา ดำรงผล (2558) ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารภาพลักษณ์ของโรงเรียนอนุบาลนานาชาติในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ของ

การบริหารภาพลักษณ์ของโรงเรียนอนุบาลนานาชาติ ในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสภาพปัจจุบันสูงสุด คือ คุณภาพการดำเนินการ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสภาพพึงประสงค์สูงสุด คือ บรรยากาศในโรงเรียน ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยสภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ต่ำที่สุดเป็นด้านเดียวกัน คือ สื่อเทคโนโลยี สารสนเทศ วัสดุ อุปกรณ์ 2) ผลการจัดลำดับความต้องการจำเป็นของการบริหารภาพลักษณ์ของโรงเรียนอนุบาลนานาชาติในกรุงเทพมหานคร ค่าดัชนีความต้องการจำเป็นสูงสุด คือ ด้านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ วัสดุ อุปกรณ์ ส่วนที่มีค่าดัชนี ความต้องการจำเป็นต่ำที่สุด คือ ด้านค่าธรรมเนียม และงานวิจัยของสมชาติ ธรรมโกสิน (2562) ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างแบรนด์โรงเรียนเอกชนสู่โรงเรียนยอดนิยม ผลการวิจัยพบว่า 1. องค์ประกอบการสร้างแบรนด์โรงเรียนเอกชนสู่โรงเรียนยอดนิยม มีทั้งหมด 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ชื่อเสียง (Reputation) 2) อัตลักษณ์ (Identity) 3) วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) 4) ความสัมพันธ์ (Relationship) 5) การรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) 6) บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) 7) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) 2. สภาพปัจจุบันของการสร้างกลยุทธ์การสร้างแบรนด์โรงเรียนเอกชนสู่โรงเรียนยอดนิยมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด

จากการศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาจะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ของโรงเรียนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้ามาเรียน ตลอดจนการให้ความร่วมมือของผู้ปกครอง และชุมชนในการที่จะช่วยกันพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพและก้าวหน้า ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์โรงเรียนที่พึงประสงค์ให้เป็นที่ยอมรับจากผู้ปกครอง ศิษย์เก่า และประชาชนทั่วไปในการส่งบุตรหลานมาเข้ารับการศึกษในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสามารถใช้เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารโรงเรียนนำไปใช้ประกอบการวางแผนส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพดียิ่งขึ้นอย่างยั่งยืนตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2
2. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย คือ ภาพลักษณ์โรงเรียนที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากแนวคิดของ Kotler (2000), Gregory & Wiechmann (1991), อิศรา บุญรัตน์ (2557), ชากร โมสกุล (2558), ชนาภา หนูนา (2560), นริศ สุคันธรัตน์ และ วनावลย์ ดาดี (2560), จิตภาณพชัย ตันติเศรษฐี (2562) ทำให้ได้องค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) บุคลากรมืออาชีพ 2) นักเรียนคุณภาพ 3) การบริหารจัดการเป็นเลิศ 4) การบริการสังคมและชุมชน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้หน่วยวิเคราะห์คือสถานศึกษา ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่น เขต 2 จำนวน 208 โรงเรียน ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 208 คน และครู จำนวน 1,832 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 2,040 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2, 2563)

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นอย่างเป็นสัดส่วนโดยใช้ตำแหน่งเป็นชั้นในการแบ่งโดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูจำนวน 333 คน จำแนกเป็น ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 34 คน และ ครู จำนวน 299 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งหรือวิทยฐานะ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 เป็นรูปแบบของการตอบข้อมูลแบบตอบสนองคู่ (Dual-response format) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของ ลิเคิร์ต (Likert Scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 และติดตามแบบสอบถามคืนด้วยตนเองเป็นบางส่วน จนกระทั่งได้รับแบบสอบถามกลับคืนทั้งสิ้น 333 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยายโดยวิเคราะห์จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ ประสิทธิภาพในการทำงาน ตำแหน่งหรือวิทยฐานะ โดยใช้ค่าแจกแจงความถี่ (f) และ หาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยายโดยวิเคราะห์จากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เกี่ยวกับความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

(1) วิเคราะห์ระดับปฏิบัติการดำเนินการเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้ค่า (S.D.) เป็นรายข้อ รายด้านและภาพรวม นำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียงท้ายตารางโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนและเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

(2) วิเคราะห์ระดับความต้องการจำเป็นของการพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 โดยใช้ดัชนีความสำคัญของลำดับความต้องการจำเป็นหรือเทคนิค Modified Priority Needs Index (PNImodified) ที่ปรับปรุงโดย นางลักษณ์ วิรัชชัย และ สุวิมล ว่องวาณิช (สุวิมล ว่องวาณิช, 2548)

3) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ตอนที่ 3 เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. ความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 ทั้ง 4 องค์ประกอบ โดยภาพรวม พบว่าค่าดัชนี $PNI_{Modified}$ ความต้องการจำเป็นเฉลี่ยเท่ากับ 0.42 และเมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ความต้องการจำเป็นในแต่ละองค์ประกอบเรียงลำดับตามความสำคัญ ดังนี้

- 1) องค์ประกอบนักเรียนคุณภาพ ($PNI_{Modified} = 0.46$)
 - 2) องค์ประกอบบุคลากรมืออาชีพ ($PNI_{Modified} = 0.43$)
 - 3) องค์ประกอบการบริหารจัดการเป็นเลิศ ($PNI_{Modified} = 0.42$)
 - 4) องค์ประกอบบริการสังคมและชุมชน ($PNI_{Modified} = 0.39$)
2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 ที่มีความถี่สูงสุด 3 ลำดับแรก ดังนี้
- 1) โรงเรียนต้องจัดทำโครงการพัฒนาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบสารสนเทศ และระบบฐานข้อมูลของโรงเรียนเพื่อสนองการบริหารจัดการในยุคไทยแลนด์ 4.0
 - 2) บุคลากรต้องจัดทำแผนพัฒนาตนเองที่สามารถชี้วัดได้ถึงความสามารถตรงตามลักษณะงานที่ทำ
 - 3) โรงเรียนต้องดำเนินกิจกรรมภายใต้หลักธรรมาภิบาล การบริหารจัดการที่ดี การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 พบว่า ความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่ระดับสูงกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ 2 ลำดับแรก คือ นักเรียนคุณภาพ และบุคลากรมืออาชีพ

ลำดับแรก นักเรียนคุณภาพ แสดงให้เห็นว่านักเรียนที่มีคุณภาพเป็นองค์ประกอบที่มีความต้องการจำเป็นที่สุดในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ การที่นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามหลักสูตรสถานศึกษากำหนดและผลการทดสอบระดับชาติ มีวินัย ปฏิบัติตามข้อตกลง กฎเกณฑ์และระเบียบข้อบังคับของครอบครัว โรงเรียนและสังคมมีความตั้งใจเพียรพยายามในการเรียนและเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ Harding (1987) ที่ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน เรื่อง “A design for the measurement of the school” โดยศึกษากับผู้ปกครอง นักเรียนระดับประถมศึกษา จำนวน 5 โรงเรียน พบว่า ภาพลักษณ์โรงเรียนพิจารณาหรือระบุได้จากการมีวินัยของนักเรียน (Discipline) ผลการเรียนของนักเรียน (Test scores) และความประพฤติของนักเรียน สอดคล้องกับ Joyce (1992) ที่ศึกษาเหตุผลของผู้ปกครองที่เลือกโรงเรียนชั้นประถมศึกษาของรัฐบาล พบว่า ความเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการบริหารจัดการในองค์กร คือ การให้ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่ต้องการ และยังสอดคล้องกับประภารัตน์ อู่อรุณ (2561) ที่กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา ควรมีการพัฒนาด้านผู้เรียนในลำดับแรก

ส่วนความต้องการจำเป็นในลำดับรองลงมา คือ บุคลากรมืออาชีพ แสดงให้เห็นว่าบุคลากรมืออาชีพเป็นองค์ประกอบที่มีความต้องการจำเป็นที่สำคัญอีกองค์ประกอบหนึ่งในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะการที่บุคลากรมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการจัดการเรียนการสอน มีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ โรงเรียนส่งเสริมบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ โดยการศึกษาหาความรู้ด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการส่งเสริมและรักษาภาพลักษณ์โรงเรียนให้เป็นบวกหรือลบ ซึ่งสอดคล้องกับ Doorley & Garcia (2007) (อ้างอิงใน ขนาภา หนูนา, 2560) ที่กล่าวว่า พนักงานเป็นบุคคลที่สำคัญยิ่งต่อการเสริมสร้างและรักษาภาพลักษณ์ให้เป็นบวกหรือลบ

จึงควรมีส่วนร่วมในการคิด ปฏิบัติ และขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมในทุกระดับขององค์กร สอดคล้องกับ ขนาภา หนูนา (2560) ที่กล่าวว่า องค์กรจะดีควรมีบุคลากรที่มีความรู้และทักษะในการทำงาน สอดคล้องกับ อรรถพล ฟิงภาแก้ว (2561) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนเทศบาล 5 เด่นห้า จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยส่งเสริมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเทศบาล 5 เด่นห้า จังหวัดเชียงราย คือ ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร และยังสอดคล้องกับ Hassan (1989) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการหาวิธีวัดภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษา ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันเกิดจากความเข้มแข็งทางวิชาการการที่มีคณาจารย์ที่มี ความรู้ความสามารถ และยังสอดคล้องกับ Tai (2007) ที่ได้เขียนบทความวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนมัธยม” สรุปว่า ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ คุณภาพครูผู้สอน (Teacher Quality) สอดคล้องกับ Joyce (1992) ที่ศึกษาเหตุผลของผู้ปกครองที่เลือกโรงเรียนชั้นประถมศึกษาของรัฐบาล พบว่า ความเห็นที่เหมือนกันมากในการเลือกโรงเรียน คือ คุณภาพของครู

2. การศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2

จากการตอบข้อเสนอแนะของผู้บริหารสถานศึกษาและครูในโรงเรียน ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ผลการวิจัยพบว่า ข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่สูงสุด คือ โรงเรียนต้องจัดทำโครงการพัฒนาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบสารสนเทศ และระบบฐานข้อมูลของโรงเรียนเพื่อสนองการบริหารจัดการในยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะการแข่งขันของโรงเรียน เพื่อความอยู่รอดและสามารถเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและทันต่อการเปลี่ยนแปลง ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบสารสนเทศเป็นสิ่งที่มีความสำคัญจำเป็นสูงสุดในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ มารีญา ดำรงผล (2558) ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารภาพลักษณ์ของโรงเรียนอนุบาลนานาชาติในกรุงเทพมหานคร

พบว่า ผลการจัดลำดับความต้องการจำเป็นของการบริหารภาพลักษณ์ของโรงเรียนอนุบาลนานาชาติในกรุงเทพมหานคร ค่าดัชนีความต้องการจำเป็นสูงสุด คือ ด้านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ วัสดุ อุปกรณ์ สอดคล้องกับ สมชาติ ธรรมโมคิน (2562) ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างแบรนด์โรงเรียนเอกชนสู่โรงเรียนยอดนิยม ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการสร้างแบรนด์โรงเรียนเอกชนสู่โรงเรียนยอดนิยมมีเรื่องของ เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1) โรงเรียนควรพัฒนาให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามหลักสูตรสถานศึกษากำหนด และผลการทดสอบระดับชาติ

2) โรงเรียนควรส่งเสริมให้บุคลากรมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการจัดการเรียนการสอน

3) โรงเรียนควรจัดทำผลงานที่เป็นแบบอย่างและมีการแลกเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศให้กับโรงเรียนหรือองค์กรอื่น ๆ ได้

4) โรงเรียนควรให้บริการและให้ความช่วยเหลือหรือร่วมมือกับชุมชน ทั้งในด้านแรงงาน ความคิดและด้านอื่นๆ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

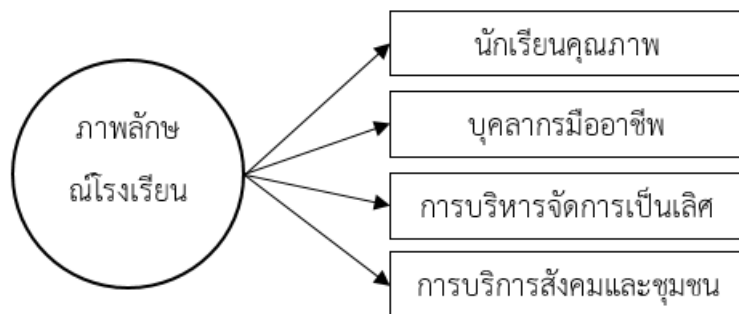
1) ควรมีการทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (R&D)

2) ผลจากการศึกษาความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 ในครั้งนี้ทำให้ได้ทราบถึงองค์ประกอบที่มีความต้องการสูงสุด คือ องค์ประกอบนักเรียนคุณภาพ จึงมีความน่าสนใจและหาแนวทางพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3) ควรทำการศึกษาการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียนในบริบทอื่น ๆ เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าดำเนินการศึกษาในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 เช่น บริบทโรงเรียนในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัด โรงเรียนเทศบาล และโรงเรียนเอกชน

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัย ทำให้ได้ทราบองค์ประกอบในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียน 4 องค์ประกอบ และพบว่า องค์ประกอบนักเรียนคุณภาพเป็นองค์ประกอบที่มีความต้องการสูงสุด ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียน

เอกสารอ้างอิง

- จิตภาณุพันธุ์ ตันติเศรณี. (2562). รูปแบบการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชนาภา หนูนา. (2560). การรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. พระนครศรีอยุธยา. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ชากร โมสกุล. (2558). ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดาวรรณ ถวิลการ. (2561). ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารกับการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถานศึกษา. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 41(3), 1-13.
- นริศ สุคันธรัตน์ และวนาวลัย ดาดี. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาอาชีวศึกษา ตามกรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 10(1), 115-137.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2548). การบริหารภาพลักษณ์. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2563, จาก <http://www.prthailand.com>

- มาริญา ดำรงผล. (2558). กลยุทธ์การบริหารภาพลักษณ์ของโรงเรียนอนุบาลนานาชาติในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2563, จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/OJED/article/view/35560>
- วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. (2553). ภาพลักษณ์ของโรงเรียน. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2563, จาก http://prodang.blogspot.com/2010/01/blog-post_6679.html
- สมชาติ ธรรมโกคิน. (2562). กลยุทธ์การสร้างแบรนด์โรงเรียนเอกชนสู่โรงเรียนยอดนิยม. สืบค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2563, จาก file:///C:/Users/acer/Downloads/183813-Article
- สุวิมล ว่องวานิช. (2548). การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2. (2563). แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน (พ.ศ.2563-2565). เอกสารหมายเลข 1/2563 กลุ่มนโยบายและแผน.
- อรรถพล พึ่งนภาแก้ว. (2561). กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนเทศบาล 5 เด่นห้า จังหวัดเชียงราย. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายอริสรา บุญรัตน์. (2557). แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ ของมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Gregory, J. R., &Wiechmann, J. G. (1991). Margeting corporate image. Chicago: NTC Publishing Group.
- Hassan, T. E. (1989). Colleges and image: The image modification stories of two selective institutions. Dissertation Abstracts International, 50(4), 882-A.
- Joyce, C. F. (1992). Parental choice in public elementary school: Who chooses and why (School). Dissertation Abstracts International, 53(4), DAI-A.
- Kotler, P. (2000). Marketing management. New Jersey : Prentice-Hall.
- Tai, D., Wang, J. & Huang, C. (2007).The Correlation between School Marketing and the school Image of Vacational High School. Cambridge : The Strategy Bussiness Review.
- Taro Yamane. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. (3rd ed.). New York. Harper and Row Publications.