

ภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขต
พื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง
Brand leadership of School Administrators affecting the Quality of Teachers in
Schools under Primary Educational Service Area Office in the Lower Northern
Provincial Cluster

ผู้เขียน สมชาย เทพแสง^{1,*}, อัจฉริยา เทพแสง¹ และ พรรัชต์ ลังกะสูตร²
Somchai Thepsaeng¹, Atchariya Thepsaeng², and Pornrat Langkasutra³

¹มหาวิทยาลัยชินวัตร

²มหาวิทยาลัยปทุมธานี

¹Shinawatra University

²Pathumthani University

*Corresponding Author E-mail Address: Somchai@hotmail.com

Received March 16, 2025; Revised May 25, 2025; Accepted May 28, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารและคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบรนด์กับคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง และ 3) ศึกษาภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ประจำปีการศึกษา 2567 จำนวน 857 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สหสัมพันธ์ และสมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลวิจัยพบว่าระดับภาวะผู้นำแบรนด์และคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง อยู่ในระดับมาก ภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

และภาวะผู้นำแบรนด์ส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีค่าพยากรณ์ได้ร้อยละ 36

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำแบรนด์; คุณภาพของครู; ภาคเหนือตอนล่าง

Abstract

The purposes of this research were to study 1) the level of brand leadership of school administrators and the quality of teachers in schools 2) the relationship between brand leadership and the quality of teachers in schools, and 3) the brand leadership affecting the quality of teachers in schools. The samples consisted of 857 teachers in schools under Primary Educational Service Area Office in the Lower Northern Provincial Cluster, Academic Year 2024 by Multi-stage Sampling. The instruments used for data collection were 5 point-rating scale questionnaires. The data analysis was done by mean, standard deviation, Pearson Product Moment Correlation Coefficient, and Stepwise Multiple Regression.

The research results were found as follows: 1) The level of brand leadership of school administrators and the quality of teachers in schools under Primary Educational Service Area Office in the Lower Northern Provincial Cluster as a whole and each aspect were at a high level. 2) There was a statistically significant relationship at 0.05 between brand leadership and the quality of teachers in schools. 3) The brand leadership affecting the quality of teachers in schools under Primary Educational Service Area Office in the Lower Northern Provincial Cluster at 0.05 level of significance with a predictive value of 36%.

Keywords: The brand leadership; The quality of teachers; the Lower Northern Provincial Cluster

บทนำ

โลกปัจจุบันเป็นยุคกระแสโลกาภิวัตน์เป็นโลกที่เน้นการติดต่อสื่อสารอย่างรวดเร็ว โดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีมีการนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในกิจการต่าง ๆ ทำให้การทำงานเกิดความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งองค์กรมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการด้านบริหารจากเดิมไปสู่กระบวนการที่ใหม่ โดยเน้นการให้ความสำคัญของบุคลากรมากขึ้น (Wolf, 2004) อีกทั้งโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคมต่าง ๆ ไม่เว้นแต่ละวัน มีการประกอบวิชาชีพ การดำเนินชีวิต บุคลากรต่างๆจำเป็นต้องค้นคว้าหาข้อมูลและความรู้จากสื่อของโลกอย่างอินเทอร์เน็ตเพื่อถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกหนึ่งจะกระทบต่อบุคคลในอีกโลกหนึ่ง

การพึ่งพาอาศัยกันทั่วทั้งโลกด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เทคโนโลยีการคมนาคมและการขนส่งที่อำนวยความสะดวกให้โลกได้กลายเป็นระบบสังคมเดียวกันอย่างแท้จริง คนไทยและสังคมไทยจึงเสี่ยงไม่พ้นที่จะเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับระบบของโลกที่เป็นโลกาภิวัตน์ที่สำคัญ (Steger, 2017) สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 มีเป้าหมายหลักของการพัฒนาในระยะ 5 ปี (2566-2570) โดยเน้นการพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่เพื่อมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม และเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลง โดยสาระสำคัญเน้นการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพมนุษย์ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ เพื่อพัฒนาคนในทุกมิติให้เป็นคนดี คนเก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น และเป็นพลเมืองดีของชาติ (สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

ระบบการศึกษายังมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของโรงเรียนขาดปัจจัยสนับสนุน ทั้งด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาสนับสนุนในการดำเนินงาน อีกทั้งวัฒนธรรมเสื่อมโทรมลงโดยเฉพาะการแต่งกายที่ไม่เหมาะสม และการขาดระเบียบวินัยของนักเรียน ที่สำคัญความสามารถในการแข่งขันของคนไทยลดลง โดยในปี พ.ศ.2557 WEF (World Economic Forum) ได้จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเป็นอันดับที่ 31 จาก 144 ประเทศ และในปีพ.ศ. 2557 IMD (International Institute for Management Development) ได้จัดอันดับไว้ที่ 33 จาก 61 ประเทศ โดยเฉพาะคุณภาพนักเรียนมีคะแนนลดลงทุกวิชาเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2560) นอกจากนี้การประเมินผลนักเรียนนานาชาติ PISA แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการศึกษาไทยยังไม่ดีเท่าที่ควร โครงการ PISA ปี 2009 พบผลการประเมินนักเรียนไทยลดต่ำลงเป็นอย่างมาก และลดลงอย่างต่อเนื่อง ในการอ่านและวิทยาศาสตร์ เป็นเช่นนั้นกับทุกวิชาและกับนักเรียนทุกกลุ่มวิชา โดยเฉพาะในปี 2012 ข้อมูลนี้แสดงว่าระบบการศึกษาจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

จากสภาพการณ์และปัญหาดังกล่าวนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ครูจำเป็นต้องมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน โดยผลสำรวจล่าสุดจากดุสิตโพล พบปัญหาครูมีดังนี้ ครูต้องการมีเวลาสอนมากขึ้น ต้องการให้มีการลดภาระงานด้านการประเมิน เอกสารต่างๆ ให้มีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ โดยไม่เปลี่ยนนโยบายบ่อยๆ ดูแลสวัสดิการค่าตอบแทนบำเหน็จบำนาญ การสร้างขวัญและกำลังใจที่ดีให้กับครู จัดการศึกษาอย่างทั่วถึง อีกทั้งยังมีปัญหาชีวิตส่วนตัว ครูจำนวนมากมีหนี้สิน ทำให้ไม่ทุ่มเทกับการสอนอย่างเต็มที่ ครูรุ่นใหม่ ขาดจิตวิญญาณ ขณะที่ครูรุ่นเก่าไม่ปรับตัว ขาดทักษะด้านไอซีที ปัญหาเรื่องสวัสดิการที่ยังไม่เท่าเทียมกัน (ลิลิต วรภูมิสุนทร ,2568)

จากปัญหาคุณภาพของครูจึงนับว่ามีความสำคัญส่งผลกระทบต่อคุณภาพนักเรียน โดยเฉพาะบทบาทของครูที่มีคุณภาพใน ศตวรรษที่ 21 จึงจำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้ทันกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไป เน้นการพัฒนาทักษะต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การมีผลิตภัณท์ใหม่ๆที่มีคุณภาพ มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ รู้จักประยุกต์ วิจัยค้นคว้า สร้างผลงาน วางแผนและประมวผล สร้างและบูรณาการความรู้ได้ พัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ มีความคิดวิเคราะห์ และสร้างสรรค์ ครูต้องสอนให้นักเรียนมีทักษะกระบวนการคิด โดยสามารถคิดวิเคราะห์ในเรื่องต่าง ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ มีวิสัยทัศน์และตถพลิกทางความคิดเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักเรียน ครูจะต้องเป็นคนมีวิสัยทัศน์ เน้นให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ โดยการส่งเสริมการเรียนรู้แบบนักเรียนเป็นสำคัญ เพื่อให้ตถพลิกทางความคิดได้ด้วยตัวเอง และมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน รู้และเข้าใจเทคโนโลยีใหม่ มีทักษะใหม่ ๆ พร้อมทั้งชี้แนะข้อดีข้อเสียให้นักเรียนได้ ครูจะต้องสามารถใช้เทคโนโลยีส่งเสริมการศึกษาได้ หลากหลาย และสามารถชี้ให้นักเรียนเห็นถึงข้อดีข้อเสีย และการใช้เทคโนโลยีต่างๆอย่างเหมาะสม มีกลยุทธ์ในการสอนนักเรียนให้เติบโตเต็มศักยภาพและสร้างผลงานใหม่ ๆ ครูจะต้องส่งเสริมการเรียนรู้ให้นักเรียนตามวัยและให้พัฒนาอย่างเต็มที่ตามศักยภาพของนักเรียนและเน้นให้เปลี่ยนจากผู้รับ กลายเป็นผู้พัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ จรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรม และชักชวนให้คนอื่น ๆ ทำเพื่อสังคม ครูจะต้องยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ รักษาคุณธรรมจริยธรรมและเป็นบุคคลหนึ่งในสังคมที่ช่วยให้สมาชิกในสังคมนั้นมีแนวทางในการปฏิบัติ ตนต่อตนเองและสังคมที่เหมาะสม (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2555)

ดังนั้นบุคคลที่มีส่วนพัฒนาครูให้มีคุณภาพจะสอดคล้องกับผู้นำที่มีความสามารถนำองค์กรฝ่าอุปสรรค และปัญหาต่างๆ และสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ ภายใต้โลกข่าวสารที่ไร้พรมแดน ภาวะสำคัญของผู้นำ ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพครู เป็นผู้เปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานให้ทันสมัย เป็นผู้นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ ช่วยปรับปรุงการบริหารงานไปสู่ความแปลกใหม่ และพัฒนาคุณภาพครูให้มีความมั่นคง ปลอดภัย รวมทั้งเป็นพี่เลี้ยงครูพัฒนาสู่มืออาชีพอย่างต่อเนื่อง (Cerresthal, 2020) ภาวะผู้นำแบรนด์จึงเป็นรูปแบบของภาวะผู้นำสมัยใหม่ในการพัฒนาครูและบุคลากร กระตุ้นให้ครูและบุคลากรสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร โดยใช้เทคนิคและกลยุทธ์ ใช้ความโดดเด่น นวัตกรรมเทคโนโลยี เพื่อสร้างความแตกต่างเชิงบวกในผลผลิตและการบริการมุ่งสู่ความเป็นเลิศภาวะผู้นำแบรนด์นับว่ามีความสำคัญช่วยให้บุคลากรมีความเป็นอยู่ที่ดี ส่งเสริมกระบวนการทำงานโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี ใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่าง องค์กรสามารถปรับตัวตามความต้องการของลูกค้า สามารถในการแก้ปัญหาแบบครบวงจร ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้เกิดความนิยม และมีชื่อเสียง ทำให้ครูและบุคลากรเกิดความภาคภูมิใจ และความพึงพอใจ

นอกจากนี้ ภาวะผู้นำแบรนด์สามารถช่วยให้บุคลากรในองค์กรได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น มีความเป็นอยู่ที่ดี ได้รับความสำเร็จ และองค์กรมีชื่อเสียงมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ขับเคลื่อนผลลัพธ์ขององค์กรที่ยืดหยุ่นและยั่งยืน (Greenwald, 2024) ยังช่วยให้ครูและบุคลากรสามารถปรับตัวได้ตามความต้องการของลูกค้าและการแก้ปัญหาแบบครบวงจร การประสานงานกับเครือข่าย การใช้ประโยชน์จากสถาปัตยกรรมของแบรนด์ การเพิ่มมูลค่า และการวัดปริมาณของสิ่งที่จับต้องไม่ได้ การสนับสนุนค่านิยมด้านอัตลักษณ์เหล่านี้คือความสามารถสนับสนุนระดับองค์กร ทั้งการเป็นผู้ประกอบการ การสะท้อนกลับ การสร้างนวัตกรรม ตระก่ที่โดดเด่นในการสนับสนุนแบรนด์ และความสามารถในการดำเนินการ (Beverland, 2007) อีกทั้งช่วยให้เข้าใจถึงพลวัตของตลาดและวิธีตัดสินใจอย่างเร่งด่วน การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน การสร้างมูลค่าขององค์กรมากกว่าการจัดการ ภาพลักษณ์ขององค์กรให้เกิดความนิยมและมีชื่อเสียง (Aaker & Joachimsthaler, 2000)

จากความเป็นมา ปัญหาและเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการวิจัยเรื่องภาวะผู้นำแบรนด์ที่ส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารและคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารกับคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง
3. ศึกษาภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง

สมมุติฐานของการวิจัย

- 1.ภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง
- 2.ภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง

วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างประจำปีการศึกษา 2567 จำนวน 857 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ต แบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง(Index

of Item – Objective Congruence : IOC) ระหว่าง .80-1.00 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามภาวะผู้นำแบบนี้มีค่าเท่ากับ 0.878 และคุณภาพของครูเท่ากับ 0.912 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) และสมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

สรุปผลของการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลของการวิจัย ดังนี้

1. ระดับของภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหาร โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ การมีวิสัยทัศน์ การเปลี่ยนแปลง การมุ่งคุณภาพ และการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลตามลำดับ
2. ระดับของคุณภาพของครู โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ คุณธรรมจริยธรรม กลยุทธ์ในการสอน การมุ่งผลสัมฤทธิ์ และทักษะเทคโนโลยี ตามลำดับ
3. ภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
4. ภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารด้านการมุ่งคุณภาพมีค่าพยากรณ์สูงสุด รองลงมาได้แก่ การมีวิสัยทัศน์ การเปลี่ยนแปลง และการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล ตามลำดับ ภาวะผู้นำแบรนด์ทุกด้านร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 36

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ระดับของภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหาร โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ การมีวิสัยทัศน์ การเปลี่ยนแปลง การมุ่งคุณภาพและการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำแบรนด์ทำให้บุคลากรและนักเรียนยอมรับศรัทธาทำงานด้วยความรักทุ่มเท เชื่อมั่นผู้บริหาร ที่สำคัญภาวะผู้นำแบรนด์เป็นรูปแบบของภาวะผู้นำสมัยใหม่ในการพัฒนาบุคลากรในองค์กร ช่วยสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคลากร ผู้บริหารใช้เทคนิคและกลยุทธ์ เพื่อสร้างความแตกต่างเชิงบวกในผลผลิตและการบริการมุ่งสู่ความเป็นเลิศ ภาวะผู้นำแบรนด์นับว่ามีความสำคัญช่วยให้บุคลากรมีความเป็นอยู่ที่ดี ส่งเสริมกระบวนการทำงานโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี ทำให้ลูก้าเกิดความภาคภูมิใจ และความพึงพอใจ เป็นผลให้การทำงานและการเรียนรู้ประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของ Greenwald (2024) กล่าวถึงภาวะผู้นำแบรนด์สามารถช่วยให้บุคลากรในองค์กรได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น มีความเป็นอยู่ที่ดี ได้รับความสำเร็จ และองค์กรมีชื่อเสียงมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ขับเคลื่อนผลลัพธ์ของ

องค์กรที่ยืดหยุ่นและยั่งยืน ช่วยให้สามารถปรับตัวได้ตามความต้องการของลูกค้าและการแก้ปัญหาแบบครบวงจร สอดคล้องกับแนวคิดของ Beverland (2007) กล่าวถึงภาวะผู้นำแบรนด์ช่วยให้เข้าใจถึงพลวัตขององค์กรและวิธีตัดสินใจอย่างเร่งด่วน การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน การสร้างมูลค่าขององค์กรมากกว่าการจัดการ ภาพลักษณ์ขององค์กรทำให้เกิดความนิยมและมีชื่อเสียง

2. ระดับของคุณภาพของครู โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ คุณธรรมจริยธรรม กลยุทธ์ในการสอน การมุ่งผลสัมฤทธิ์ และทักษะเทคโนโลยี ตามลำดับที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ กล่าวถึงครูที่มีคุณภาพเป็นผู้ที่มีจิตวิญญาณของความเป็นครูและผู้ให้ มีความรู้ ความสามารถ และทักษะการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 มีทักษะการสื่อสาร อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ตื่นรู้ทันสมัยทันเหตุการณ์ ใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ ใช้กลยุทธ์ในการสอน ใฝ่รู้ ค้นคว้า และแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง ประพฤติตนและเป็นแบบอย่างทางคุณธรรมจริยธรรมและศีลธรรม ยอมรับและเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง และมีความพร้อมและปรับปรุงตนต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและประชาคมอาเซียน สอดคล้องกับแนวคิดของ สุนน อมรวิวัฒน์ (2555) กล่าวถึงครูที่มีคุณภาพในยุคโลกาภิวัตน์ ทำงานเพื่อนักเรียน เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ มีสมรรถนะและความเชี่ยวชาญในการทำงาน มีความรู้ ทักษะและเจตคติที่ดีต่อการทำงาน มุ่งเน้นนักเรียนเป็นสำคัญ มีการพัฒนาวิชาชีพเป็นที่ยอมรับของสังคม มีความเมตตากรุณาและอุทิศตนเพื่อนักเรียน และมีกลยุทธ์ในการสอนสอดคล้องกับแนวคิดของ Wayne & Youngs (2003) กล่าวถึงครูคุณภาพในปัจจุบันต้องเตรียมนักเรียนให้พร้อมสำหรับโลกที่ซับซ้อนมากขึ้น เชื่อมต่อถึงกัน และพึ่งพาซึ่งกันและกัน การเป็นครูที่มีความสามารถระดับโลกจำเป็นต้องมีกรอบความคิดที่แปลความสามารถส่วนบุคคลระดับโลกไปสู่การปฏิบัติในชั้นเรียนแบบมีอาชีพ มีวิสัยทัศน์ของการเรียนการสอนที่เท่าเทียมกัน ซึ่งช่วยให้นักเรียนประสบความสำเร็จในโลกที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ครู ต้องมีความรู้ และทักษะต่าง ๆ อุทิศตนให้กับการเรียนการสอนที่มีความสามารถระดับโลก เอาใจใส่และการเห็นคุณค่าของมุมมองที่หลากหลาย มีความมุ่งมั่นการจัดการเรียนการสอน โดยเน้นนักเรียน ความเข้าใจสภาวะโลกและเหตุการณ์ปัจจุบัน ความสามารถในการมีส่วนร่วมในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมในห้องเรียนที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายและการมีส่วนร่วมระดับโลก นอกจากนี้ ไม่เพียงแต่สำหรับความสำเร็จทางวิชาการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงยกระดับชีวิตของนักเรียนให้มีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการพัฒนาชุมชนของสังคมและโลกอีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Podgursky ; Monroe & Watson (2004) กล่าวถึงคุณภาพครูในยุคโลกาภิวัตน์จึงควรมีคุณลักษณะสำคัญ ดังนี้ 1) ทำความเข้าใจอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองและอิทธิพลที่มีต่อนิสัยส่วนตัว และการปฏิบัติในชั้นเรียน 2) การเรียนรู้และบูรณาการมิติระดับโลกภายในสาขาวิชาที่สอน 3) ให้นักเรียน มีส่วนร่วมในการเรียนรู้เกี่ยวกับโลกและสำรวจสถานที่ของตนในโลก 4) ใช้ตัวอย่าง วัสดุ และทรัพยากรทั่วโลกในชีวิตจริง เมื่อพิจารณาปัญหาในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และของมนุษย์ 5) การให้คุณค่ากับข้อมูลของนักเรียน ครอบครัว และเพื่อนร่วมงานที่หลากหลาย ทางวัฒนธรรมและภาษา และการสร้างแบบจำลองความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม 6) การสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรมเชิงบวก 7) การสร้างแบบจำลองความรับผิดชอบต่อสังคม ในบริบทระดับท้องถิ่นและระดับโลก

8) ปรับปรุงคุณภาพการสอน 9) การประเมินความสามารถระดับโลกของนักเรียนและการมอบโอกาสในการเติบโตตามระดับการพัฒนาของนักเรียนและ 10) การสนับสนุนการศึกษาระดับโลกและความรับผิดชอบต่อสังคม

3. ภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำแบรนด์ทำให้อุบลากการทำงานด้วยความรัก ความศรัทธา เชื่อมมั่นผู้บริหารและทำงานด้วยความรักในงาน เป็นผลให้การทำงานประสบผลสำเร็จ อีกทั้งผู้บริหาร สามารถเป็นต้นแบบในมุ่งมั่นคุณภาพอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ

4. ภาวะผู้นำแบรนด์ของผู้บริหารส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยภาวะผู้นำแบรนด์ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์มีค่าพยากรณ์สูงสุด รองลงมา ได้แก่ คุณธรรมจริยธรรม การมุ่งผลสัมฤทธิ์และทักษะเทคโนโลยี ตามลำดับภาวะผู้นำแบรนด์ทุกด้านร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 36 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำแบรนด์ นับว่ามีความสำคัญช่วยให้บุคลากรได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น มีความเป็นอยู่ที่ดี ได้รับความสำเร็จ ส่งเสริมกระบวนการทำงานโดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี ใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่าง องค์กรสามารถปรับตัวตามความต้องการของลูกค้า สามารถแก้ปัญหาแบบครบวงจร ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้เกิดความนิยมและมีชื่อเสียง ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดี และมีความพึงพอใจ ทำให้อุบลากการทำงานด้วยความรัก ความศรัทธา เชื่อมมั่นผู้บริหารและทำงานด้วยความรักในงาน บุคลากรให้ความเชื่อถือ ให้เกียรติ ให้ความเคารพผู้บริหาร เป็นผลให้การทำงานประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับผลวิจัยของ Gehlhar, Regmi, Stefanou & Zoumas (2009) ศึกษาภาวะผู้นำแบรนด์และนวัตกรรมผลผลิตเป็นกลยุทธ์ที่มั่นคง ผลวิจัยพบว่าภาวะผู้นำแบรนด์ช่วยพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นอยู่ที่ดี พัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงาน สร้างนวัตกรรมผลผลิตและการบริการให้เป็นที่นิยม ช่วยส่งเสริมกระบวนการทำงานของบุคลากรโดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี ใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลผลิตขององค์กร การตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงเป็นปฏิกิริยาที่มีระเบียบวินัย โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากร บุคลากรร่วมมือกันสร้างแบรนด์ ผลวิจัยยังพบว่าอิทธิพลของภาวะผู้นำแบรนด์ (ประกอบด้วยมิติของคุณภาพ มูลค่า นวัตกรรม และความนิยม) ช่วยสร้างความภักดีของบุคลากรและลูกค้า มีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของบุคลากรและลูกค้า ในทำนองเดียวกัน มิติข้อมูลคุณภาพมีอิทธิพลมากที่สุดในการส่งเสริมความพึงพอใจของบุคลากรและลูกค้าสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Sheng (2008) ที่ศึกษาภาวะผู้นำแบรนด์เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าให้กับบุคลากรในองค์กร ผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำแบรนด์สามารถสร้างมูลค่าได้จริง เช่น เพิ่มความสามารถในการปรับตัวต่อบุคลากรมากขึ้น ความเป็นเอกลักษณ์ การได้รับการยอมรับ การจัดการแบรนด์มีความสำคัญและสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับบุคลากรและองค์กรได้อย่างมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1.ภาวะผู้นำแบบรณรงค์ของผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก สมควรที่สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในบริเวณลุ่มแม่น้ำโขง ควรพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาให้มีวิสัยทัศน์ โดยเฉพาะการมุ่งคุณภาพ และการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลโดยจัดฝึกอบรมหรือสัมมนาผู้บริหารสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง
- 2.คุณภาพของครู มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สมควรที่สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่ตั้งอยู่ในบริเวณลุ่มแม่น้ำโขง ควรพัฒนาครูให้คุณธรรมจริยธรรม จิตวิญญาณ ตลอดจนกลยุทธ์ในการสอนเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนอย่างต่อเนื่อง
3. ภาวะผู้นำแบบรณรงค์ของผู้บริหารส่งผลต่อคุณภาพของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง สมควรที่สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างใช้แนวทางทั้งการฝึกอบรม การสัมมนา การศึกษาดูงานพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาให้มีภาวะผู้นำแบบรณรงค์ โดยเฉพาะด้านการมุ่งคุณภาพมีค่าพยากรณ์สูงสุด เพื่อให้ผู้บริหารสามารถเป็นต้นแบบในการทำงานของครูในการจัดการเรียนการสอนอย่างมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ควรศึกษาตัวแปรภาวะผู้นำ การบริหารในรูปแบบต่างๆที่มีผลต่อคุณภาพของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง
2. เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ลุ่มลึก สมควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ หรือระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเน้นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ อาทิ การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และ/หรือการสนทนากลุ่มในเรื่องภาวะผู้นำแบบรณรงค์ของผู้บริหารสถานศึกษา
3. ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษาระดับอื่น เช่น สถาบันอาชีวศึกษา สถานศึกษาของเอกชน องค์การบริหารส่วนจังหวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และเพื่อหาข้อแตกต่าง และเกิดการนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการบริหารการศึกษา
4. ควรออกแบบงานวิจัยในรูปของการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม การพัฒนาโปรแกรมในเรื่องภาวะผู้นำแบบรณรงค์ของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษาโดยตรง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). เอกสารประกอบการพัฒนาหลักสูตรพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับการกระจายอำนาจสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาและผู้บริหารสถานศึกษา. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- ลิลิต วรวิมลสุนทร. (2568). ปัญหาอมตะครูไทย เร่งแก้ก่อนการศึกษาดำดิ่ง. สืบค้น พ.ย. 25 6567 จาก. <https://www.posttoday.com>
- ไพฑูรย์ สินลารัตน์. (2565). เพื่อความเป็นเลิศของการเป็นครูศึกษาไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- สุมน อมรวิวัฒน์. (2564). ครุศึกษากับความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทาย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พัชรินทร์ พี.พี.
- สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2560). การขับเคลื่อนการศึกษามัธยมศึกษาไทย 4.0 เพื่อการมีงานทำแห่งศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- Aaker, D. A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California Management Review*, 38(3), 102–120.
- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2012). *Brand leadership*. Simon and Schuster.
- Agrawal, V. (2024). What are the best ways to improve your brand leadership skills. 12 29 2024 From : <https://www.linkedin.com>
- Andreia-Gabriela Andrei & Monica Elena Talaba. (2010). Brand leadership in the contemporary economy. *Industrial Marketing Management*, 15(2), 124–132.
- Bedbury, S. (2003). *A new brand world: 8 principles for achieving brand leadership in the 21st century*. London: Penguin.
- Bhasin, H. (2023). Brand leadership – definition, importance, advantages and examples. 12 20 2024 From : <https://www.marketing91.com>
- Beverland, M., Napoli, J., & Lindgreen, A. (2007). Industrial global brand leadership: A capabilities view. *Industrial Marketing Management*, 36(8), 1082–1093.
- Carattini, J. F., Dills, A. K., Mulholland, S. E., & Sederberg, R. B. (2012). Catholic schools, competition, and public school quality. *Economics Letters*, 117(1), 334–336.
- Cerresthal, Claudia. (2020). Performance-Based Rankings and School Quality. *Economic Journal*, 130(63), 1729–1752
- Chang, Y., & Ko, Y. J. (2014). The brand leadership: Scale development and validation. *Journal of Brand Management*, 21(1), 155–167.
- Chiu, W., & Cho, H. (2021). E-commerce brand: The effect of perceived brand leadership on consumers' satisfaction and repurchase intention on e-commerce websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(6), 1339–1362.
- Coca-Cola. (2007). *Defining brand leadership: Branding strategy insider*. 12 20 2024 From. <https://brandingstrategyinsider.com>
- Das, S. (2021). Brand leadership. 12 23 2024 From : <https://www.linkedin.com>

Faster Capital. (2024). Brand leadership: How to establish and demonstrate. 12 24 2024

From : <https://fastercapital.com>

Gehlhar, M., Regmi, A., Stefanou, S. E., & Zoumas, B. (2009). Brand leadership and product innovation as firm strategies in global food markets. *Journal of Product & Brand Management*, 18(2), 115–126.

Greenwald, B. (2024). 5 steps to great brand leadership. New York: Free Press.

Groves, D. (2024). 5 characteristics of successful brand leaders. From :

<https://www.thebusinessdesk.com>

Janse, B. (2024). Brand leadership explained: Definition and basics – Toolshero. From :

<https://www.toolshero.com>

Margaretha, R., & Rodhiah. (2021). Brand experience, brand image, and brand trust to Nike's loyalty brand in Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 4(4), 14003–14010.

Michail, J. (2020). Brand leadership work and why is it critical? From :

<https://www.forbes.com>

Newman, E. (2016). Importance of brand leadership. From : <https://corp.yonyx.com>

Novitasari, D., Young, F. C., & Cahyono, B. T. (2024). The impact of brand leadership and customer satisfaction on customer loyalty: Evidence from Indonesia. From :

<https://ssrn.com/abstract=4724271>

Personal Branding. (2014). Brand leadership. From : <https://stickybranding.com>

Podgursky, M., Monroe, R., & Watson, D. (2004). The academic quality of public school teachers: An analysis of entry and exit behavior. *Economics of Education Review*, 23(5), 507–518.

Steger, M. (2017). Globalization: A very short introduction. Oxford, New York: Oxford University Press.

Ussher, L. (2021). 7 elements to developing brand leadership. From :

<https://buzzwebmedia.com.au>

Wayne, A. J., & Youngs, P. (2003). Teacher characteristics and student achievement gains: A review. *Review of Educational Research*, 73(1), 89–122.

Wolf, M. (2004). Why globalization works. New York: Yale University Press.

