

การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา
ตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กร

กนกพร แสนสุขสม สุกัญญา แซ่มช้อย และ ชีรภัทร กุโลภาส

สาขาวิชาบริหารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE STRUCTURAL VALIDATION OF SECONDARY SCHOOL ADMINISTRATIVE
MEASUREMENT MODEL ACCORDING TO THE CONCEPT OF ORGANIZATIONAL
REPUTATION

kanokporn sansuksom, Sukanya Chaemchoy and Dhirapat Kulophas

Chulalongkorn University, Thailand

E-mail address: kanokporn.san@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 23 พฤษภาคม 2562

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 2 มิถุนายน 2563

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 24 พฤษภาคม 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กร เก็บข้อมูลกับผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 1,416 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน อยู่ระหว่าง .60 - 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ (α) เท่ากับ .96 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยองค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิจัยพบว่าการวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กร ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ผลผลิตทางการศึกษา 2) การบริการ 3) นวัตกรรม 4) สถานที่ทำงาน และบรรยากาศในการทำงาน 5) การบริหารจัดการ 6) ความเป็นพลเมือง 7) ภาวะผู้นำของผู้บริหาร และ 8) ผลการปฏิบัติงาน มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความกลมกลืน คือ $\chi^2 = 107.284$, $df=87.0$, $p\text{-value} = .069$; $\chi^2/df. = 1.233$; CFI = .99; GFI = .99; AGFI = .98; RMSEA = .013; RMR = .006; NFI = .99; IFI = .99 แต่ละองค์ประกอบหลักมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง .42 - .94

คำสำคัญ : ความมีชื่อเสียงขององค์กร การบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ความตรงเชิงโครงสร้าง

Abstract

The purpose of this research was to examine the structural validity of the secondary school administrative measurement model based on the organizational reputation concept. The data were collected from 1,416 respondents who were administrators, teachers and parents of secondary schools under the Office of the Basic Education Commission using 5-rating scale questionnaire with 78 question items. The questionnaire tested by 5 experts had item objective congruence (IOC) between .60 - 1.00 and reliability (α) of .96. The data were analyzed with confirmed factor analysis. The results were that the measurement of secondary school administration according to the organizational reputation concept consisted of 8 elements, namely 1) educational output, 2) service, 3) innovation, 4) workplace, 5) governance, 6) citizenship, 7) leadership and 8) performance were consistent with empirical data: $\chi^2 = 107.284$, $df = 87.0$, $p\text{-value} = .069$; $\chi^2 / df = 1.233$; CFI = .99; GFI = .99; AGFI = .98; RMSEA = .013; RMR = .006; NFI = .99; IFI = .99. The standard weight of component was between .42 - .94.

Keywords: School reputation, Secondary school management, Confirmatory factor analysis, Structural validity

บทนำ

ชื่อเสียง หรือ ชื่อเสียง ของโรงเรียนนั้นเกิดมาจากผลการปฏิบัติขององค์กรอันเป็นผลกระทบที่สำคัญต่อโรงเรียน เพราะหากโรงเรียนที่ “ชื่อเสียง” ก็จะเป็นสัญญาณบ่งบอกถึงผลการปฏิบัติงานขององค์กรในทิศทางที่ไม่ดีมีผลต่อความไม่น่าไว้วางใจ ไม่น่าเชื่อถือ ท้ายที่สุดโรงเรียนมีอาจที่จะอยู่รอดได้เพราะไม่มีนักเรียนเข้ามาเรียน หรือองค์กรภายนอกไม่ให้การสนับสนุนในการจัดการศึกษาแต่ในทางกลับกันโรงเรียนที่มีชื่อเสียงจะเป็นแรงดึงดูดให้กับนักเรียน สังคม รวมไปถึงภาคเอกชนที่อยากจะเข้ามาให้การสนับสนุนในการจัดการศึกษาอันเป็นประโยชน์ต่อการสรรค์สร้างทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตให้กับประเทศชาติ เพราะการศึกษาสามารถเปลี่ยนแปลงชีวิตได้ ดังนั้นจำเป็นต้องใช้ “ความเชื่อใจ” (Trust) ในการตัดสินใจ เพราะหากเมื่อเลือกตัดสินใจแล้วสิ่งนั้นจะคงอยู่ติดตัวตลอดชีวิตทำให้เป็นที่น่าสนใจว่าถ้านำแนวคิดการบริหารความมีชื่อเสียงของโรงเรียนแล้วนั้นจะส่งผลให้โรงเรียนมีคุณภาพสามารถบริหารแล้วบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของโรงเรียนได้หรือไม่ ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อโรงเรียนที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีความเชื่อมั่น ความไว้วางใจต่อโรงเรียน และยังเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของคุณภาพการศึกษาแล้ว (สิริพร บุญญานันต์, 2530) ยังเป็นการวัดการรับรู้และเป็นความรู้สึกที่แท้จริงของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าวนี้ ความมีชื่อเสียงที่กล่าวไว้ คือ ภาพลักษณ์สุทธิ “ความมีชื่อเสียง” (Net image) ทั้งภาพลักษณ์ในเชิงบวกและ

เชิงลบจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนทั่วไป ดังนั้น ชื่อเสียงขององค์กรเสมือนเป็นสินทรัพย์ (Asset) ที่สำคัญขององค์กร (Roberts, 2019) ที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงออกต่อองค์กร ทั้งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนักเรียนและผู้ปกครอง การดึงดูดนักเรียนใหม่ (Skallerud, 2011) นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการสรรหาและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ (Groenland, 2002) แนวคิดการบริหารความมีชื่อเสียงนั้นเป็นแนวคิดการบริหารที่มีมุมมองที่ให้ความสำคัญกับสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible asset) ซึ่งเชื่อว่าสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนขององค์กรจะสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการบริหารเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขององค์กรได้ (Sarstedt, 2010) โดยสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนขององค์กรที่มีมูลค่ามากที่สุด คือ “ความมีชื่อเสียง” นั่นเอง (Diermeier, 2011)

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า แนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรมีความสำคัญต่อการบริหารโรงเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ของการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัดและผู้วิจัยจะนำผลการวิจัยไปศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโรงเรียนตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรกับการระดมทรัพยากรทางการศึกษา อีกทั้งผลของการวิจัยยังเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะต่อผู้ที่สนใจความมีชื่อเสียงของโรงเรียนในบริบทเฉพาะต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อพัฒนาและตรวจสอบโมเดลการวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กร

สมมติฐานการวิจัย

โมเดลการวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรที่พัฒนาขึ้นมามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 1,416 คน

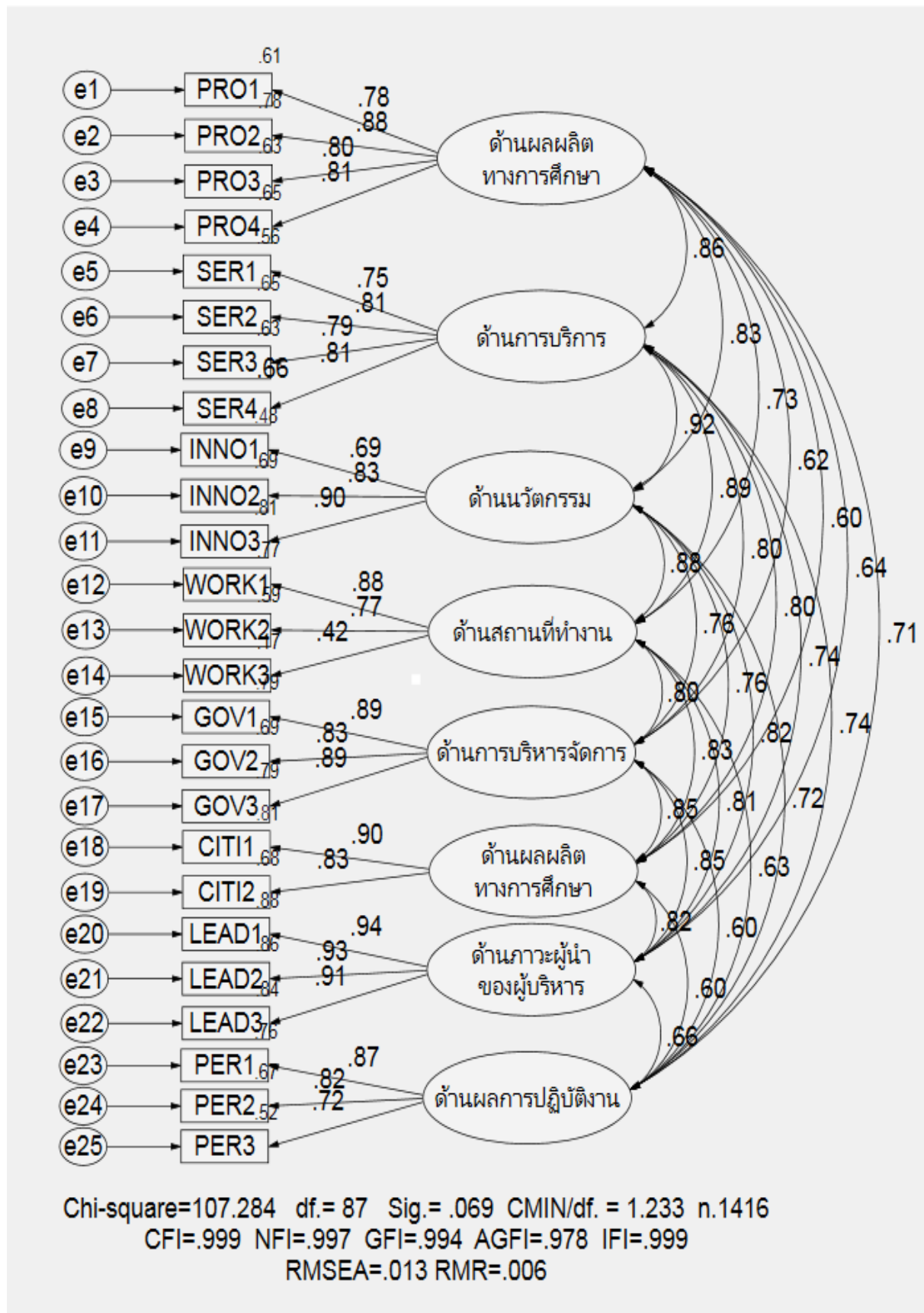
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประเมินความคิดเห็นต่อการบริหารโรงเรียนตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กร 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ผลผลิตทางการศึกษา 2) การบริการ 3) นวัตกรรม 4) สถานที่ทำงานและบรรยากาศการทำงาน 5) การบริหารจัดการ 6) ความเป็นพลเมือง 7) ภาวะผู้นำของผู้บริหาร และ 8) ผลการปฏิบัติงาน เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 78 ข้อ ที่พัฒนามาจากแนวคิดของเบ็ตตี้และวอลซ์ (Beatty and Walsh, 2007; Fombrun, 2005) โดยนำมาสังเคราะห์ร่วมกับ (Cohen, 2007) ออกมาได้ 8 องค์ประกอบ

3. นำข้อคำถามในแบบสอบถามไปดำเนินการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เทคนิคการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เป็นผู้ประเมิน ผลการประเมินพบว่า ข้อคำถามมีดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง .60 - 1.00

4. แบบสอบถามข้างต้นนำไปทดลองใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาจากความเชื่อมั่นของแต่ละองค์ประกอบโดยใช้เทคนิคแบบอัลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ .96

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กร เป็นการตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบทั้งหมด 8 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลผลิตทางการศึกษา ด้านการบริการ ด้านนวัตกรรม ด้านสถานที่ทำงาน ด้านการบริหารจัดการ ด้านความเป็นพลเมือง ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร และด้านผลการปฏิบัติงาน ซึ่งนำมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่า $\chi^2 = 107.284$ $df = 87.0$ $p\text{-Value} = 0.069 > 0.05$ และ $\chi^2/df = 1.233 < 2.0$ และมีความสอดคล้องและค่าสถิติโดยมีค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ $0.999 > 0.90$, ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ $0.994 > 0.90$, ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (AGFI) เท่ากับ $0.978 > 0.80$, ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ $0.013 < 0.05$, ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน หรือรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (RMR) เท่ากับ $0.006 < 0.05$, ดัชนีความกลมกลืนประเภทเปรียบเทียบกับรูปแบบอิสระ) (NFI) เท่ากับ $0.997 > 0.90$ และดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน) IFI 0.999 เท่ากับ $(> 0.90$ ซึ่งดัชนีเหล่านี้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทั้ง ดัชนี 7 กล่าวได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์แสดงผลภาพที่ 1 และผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 1



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมี
 ชื่อเสียงขององค์กร

ตารางที่ 1 แสดงผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กร

องค์ประกอบ	B	SE.	t-value	R ²	AVE	CR.
ด้านผลผลิตทางการศึกษา					0.667	0.889
PRO1 ความสามารถในการศึกษาต่อและประกอบอาชีพ	0.78	-	-	0.778		
PRO2 ความสามารถในการดำเนินชีวิต	0.88	0.04	29.929**	0.649		
PRO3 ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี	0.80	0.04	26.711**	0.606		
PRO4 ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ	0.81	0.04	25.360**	0.633		
ด้านการบริการ					0.627	0.87
SER1 การจัดแนวทางการศึกษาต่อและการประกอบอาชีพ	0.75	-	-	0.650		
SER2 การจัดอบรมทักษะตามความต้องการของนักเรียน	0.81	0.04	32.349**	0.632		
SER3 การเรียนการสอนที่มีคุณภาพ	0.80	0.03	30.145**	0.562		
SER4 หลักสูตรมีความคุ้มค่า	0.81	0.04	31.237**	0.662		
ด้านนวัตกรรม					0.661	0.853
INNO1 นวัตกรรมด้านหลักสูตร	0.69	-	-	0.810		
INNO2 นวัตกรรมด้านการเรียนการสอน	0.83	0.03	30.323**	0.481		
INNO3 นวัตกรรมด้านการบริหาร	0.90	0.04	27.419**	0.692		
ด้านสถานที่ทำงาน					0.513	0.745
WORK1 บรรยากาศการทำงานที่มุ่งเน้นความสำเร็จ	0.88	-	-	0.174		
WORK2 การปฏิบัติต่อครูและบุคลากรอย่างเป็นธรรมชาติ	0.77	0.03	31.253**	0.772		
WORK3 ความสมดุลระหว่างการทำงานกับเรื่องส่วนตัวและครอบครัว	0.42	0.05	14.262**	0.594		
ด้านการบริหารจัดการ					0.756	0.903
GOV1 ดำเนินงานตามหลักนิติธรรม	0.89	-	-	0.791		
GOV2 ดำเนินงานโปร่งใสตรวจสอบได้	0.83	0.03	35.844**	0.786		
GOV3 มีความยุติธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	0.89	0.03	35.366**	0.692		
ด้านความเป็นพลเมือง					0.746	0.854
CITI1 รับผิดชอบต่อสังคม	0.90	-	-	0.684		
CITI2 สนับสนุนความประพฤติที่ดี	0.83	0.02	38.060**	0.808		

ตารางที่ 1 แสดงผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กร (ต่อ)

องค์ประกอบ	B	SE.	t-value	R ²	AVE	CR.
ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร					0.858	0.948
LEAD1 มีวิสัยทัศน์สำหรับอนาคต	0.94	-	-	0.837		
LEAD2 มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ดี	0.93	0.02	59.667**	0.878		
LEAD3 จูงใจครูและบุคลากรที่มีความสามารถเข้ามาทำงานร่วมกัน	0.92	0.02	48.353**	0.858		
ด้านผลการปฏิบัติงาน					0.648	0.845
PER1 ด้านปัญญา	0.87	-	-	0.516		
PER2 ด้านเครือข่ายศิษย์เก่า	0.82	0.04	30.097**	0.757		
PER3 ด้านการเงิน	0.72	0.04	25.192**	0.668		

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรที่ ีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00 ประกอบด้วย 18 ตัวแปรแฝง ได้แก่ ด้านผลผลิตทางการศึกษา ด้านการบริการ ด้านนวัตกรรม ด้านสถานที่ทำงาน ด้านการบริหารจัดการ ด้านความเป็นพลเมือง ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร และด้านผลการปฏิบัติงาน มีน้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 42.- .94 มากกว่า 40.ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุยกกำลังสอง (R²) ระหว่าง 17.40 - 87.80 ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ระหว่าง . 513-858. มากกว่า 0.50 กล่าวได้ว่า โมเดลการวัดมีความตรงเชิงลู่เข้าที่ดี ถือว่าตัวแปรมีความเป็นเอกภาพที่ดี และมีค่าความเที่ยงรวม (Construct Reliability: CR) ระหว่าง 745.-948. มากกว่า 60. แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงขององค์ประกอบตัวแปรทุกตัวมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกสูง ซึ่งผลมีค่าการวัดมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกสูงที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกภาพตัวแปรแฝงซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ ซึ่งข้อคำถาม (ตัวแปรสังเกตได้) ของแต่ละองค์ประกอบ (ตัวแปรแฝง) สามารถวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงได้

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีความมีชื่อเสียงขององค์กรของเบ็ตตี้และวอลซ์ Beatty and Walsh (2007) และ Fombrun (2005) โดยนำมาสังเคราะห์ร่วมกับ โคเฮน Cohen (2007) ที่ศึกษาการวัดความมีชื่อเสียงในอุดมศึกษาซึ่งสอดคล้องกับบริบทของผู้วิจัยสรุปได้ว่าการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ คือ ด้านผลผลิตทางการศึกษา ด้านการบริการ ด้านนวัตกรรม ด้านสถานที่ทำงาน ด้านการบริหารจัดการ ด้านความเป็นพลเมือง ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร และ

ด้านผลการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาพัฒนาโมเดลการวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรซึ่งศึกษาในบริบทของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่าโมเดลการวัดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าแนวคิดดังกล่าวแม้จะเป็นแนวคิดที่เริ่มต้นศึกษาในองค์กรทั่วไปซึ่งโรงเรียนก็เป็นองค์กรบริการรูปแบบหนึ่งเช่นเดียวกับองค์กรทั่วไปทำให้บริบทขององค์กรประกอบมีความสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สังเคราะห์แนวคิดดังกล่าวร่วมกับแนวคิดของ โคเฮน Cohen (2007) ที่ศึกษาการวัดความมีชื่อเสียงของอุดมศึกษาทำให้องค์ประกอบนั้นมีความสอดคล้องกับบริบทของงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งหากโรงเรียนต้องการการบริหารเพื่อให้เกิดความมีชื่อเสียงจึงต้องใส่ใจในองค์ประกอบด้านผลผลิตทางการศึกษา ด้านการบริการ ด้านนวัตกรรม ด้านสถานที่ทำงาน ด้านการบริหารจัดการ ด้านความเป็นพลเมือง ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร และด้านผลการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ได้เกิดข้อเสนอแนะสำหรับเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจ ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเด็น คือ ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. การบริหารโรงเรียนให้มีความมีชื่อเสียงนั้นควรพัฒนาทั้ง 8 ด้าน เพราะเป็นการพัฒนาที่ตรงกับโครงสร้างที่แท้จริงในบริบทดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบแล้วตามที่ได้เสนอ
2. จากผลการวิจัยนี้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้โรงเรียนมัศึกษานำไปกำหนดนโยบายในการบริหารโรงเรียนโดยส่งเสริมองค์ประกอบทั้ง 8 ด้านตามที่ผู้วิจัยได้เสนอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. ผลการวิจัยพบว่าโมเดลการวัดการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรมีความเที่ยงตรงข้อถามในแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมาสามารถนำมาวัดการบริหารโรงเรียนตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรดังนั้นควรนำโมเดลการวัดดังกล่าวไปวิจัยเชิงปฏิบัติการหรือวิจัยเชิงทดลองเพื่อพัฒนาการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาต่อไป
2. ศึกษาความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัดการบริหารโรงเรียนตามแนวคิดความมีชื่อเสียงขององค์กรในบริบทโรงเรียนสังกัดอื่น ๆ เพื่อให้ยืนยันความเที่ยงตรงของโมเดลการวัดดังกล่าว

- สิริพร บุญญานันต์. (2530). สภาพปัจจุบันและแนวโน้มของการพัฒนาหลักสูตรประถมศึกษาและมัธยมศึกษา
ในอนาคต. **วารสารครุศาสตร์**, (เมษายน-มิถุนายน), 2-6.
- Diermeier, D. (2011). **Reputation rules: Strategies for building your company's most
valuable asset**. New York: McGraw-Hill.
- Groenland E. (2002). **Qualitative research to validate the RQ dimensions**. Corporate
Reputation Review
- Fombrun, C. J. (2005). **Building corporate reputation through CSR**. Initiatives: Evolving
standards. Corporate Reputation Review. 8, 7-11.
- Roberts, D. (2009). **Reputation management for education: A review of the academic and
professional literature**. London: The Knowledge Partnerships.
- Schloderer M. P. and Sarstedt M. (2010). Developing a measurement approach for reputation
of non-profit organization. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector
Marketing**, 276-299.
- Sharon E. B., Edward M.K. and Walsh S. G. (2007). The customer-based corporate reputation
scale: Replication and short form. **Journal of Business Research**, 924-930.
- Skallerud, K. (2011). School reputation and its relation to parents' satisfaction and loyalty.
International Journal of Educational Management. 25(7), 671-686.
- Vidaver-Cohen, D. (2007). Reputation beyond the rankings: A conceptual framework for
business school research. **Corporate Reputation Review**, 10(4), 278-304.