



การสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาด้วยสมรรถนะ การใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่

กนกกาญจน์ วงศ์ใหญ่^{1*}

สุวดี อุปปีนใจ¹

สมเกียรติ ตุ่นแก้ว¹

¹สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*อีเมล: 678914057@cr.ru.ac.th

วันที่รับบทความ: 10 พฤศจิกายน 2568 วันที่แก้ไขบทความ: 27 มกราคม 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 21 พฤษภาคม 2569

บทคัดย่อ

ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเป็นสิ่งสำคัญที่สะท้อนถึงการรับรู้ของสังคมต่อองค์กร โดยเกิดจากประสบการณ์ ความรู้สึก และความประทับใจที่ได้รับจากการปฏิบัติและพฤติกรรมของบุคลากร ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านสังคม ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านบรรยากาศ และด้านความเชื่อถือ ทั้งนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษามี 3 ด้าน คือ การให้บริการที่ดี การได้รับการยอมรับ และการประชาสัมพันธ์ ในขณะเดียวกันผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่จำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์ที่ทันสมัยและคุณลักษณะสำคัญ 9 ประการ ได้แก่ ภาวะผู้นำ การบริหารแบบมีส่วนร่วม ความสามารถในการตัดสินใจ ทักษะการสื่อสาร และมนุษยสัมพันธ์ วิสัยทัศน์และการวางแผน ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี คุณธรรมจริยธรรม การเป็นนักพัฒนาการเรียนรู้ และความสามารถในการปรับตัว ตลอดจนสมรรถนะที่จำเป็น 8 ด้าน ได้แก่ ความรู้ ความเป็นผู้นำ การบริหารจัดการ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การทำงานเป็นทีม การนำการเปลี่ยนแปลง การใช้เทคโนโลยี และจริยธรรมวิชาชีพ นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังมีบทบาทสำคัญในการบริหารสถานศึกษา ทั้งในฐานะช่องทางการสื่อสาร การสืบค้นข้อมูล การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประชาสัมพันธ์ และการสร้างความสัมพันธ์ โดยสื่อสังคมออนไลน์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สื่อเครือข่ายทางสังคม สื่อพูดคุยแสดงความคิดเห็น และสื่อแบ่งปันผลงาน ซึ่งการพัฒนาสมรรถนะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ควรเน้นการใช้ภาษา การนำเสนอ การสร้างแรงบันดาลใจ ความน่าเชื่อถือ และการมีส่วนร่วม พร้อมทั้งมีกระบวนการสนับสนุน เช่น การส่งเสริมการใช้สื่ออย่างมีจริยธรรม การพัฒนาทักษะดิจิทัล การจัดการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล การจัดหาเครื่องมือที่เพียงพอ และการสร้างเครือข่ายการใช้สื่อร่วมกัน เพื่อยกระดับการบริหารและภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์สถานศึกษา สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ สื่อสังคมออนไลน์กับการบริหารสถานศึกษา

Guidelines for Building an Educational Institution's Image through Competencies: Using Social Media for Modern Educational Administrators

Kanokkarn Wongyai^{1*}

Suwadee Ouppinjai¹

Somkiet Tunkaew¹

¹Educational Administration, Faculty of Education, Chiang Rai Rajabhat University

*E-mail: 678914057@crju.ac.th

Received: 10 November 2025 Revised: 27 January 2026 Accepted: 21 May 2026

Abstract

The image of an educational institution is a significant reflection of social perception toward organization. It is cultivated through the collective experiences and impressions of its personnel's conduct. This multidimensional image is anchored in five key pillars: social engagement, procedural efficiency, personnel quality, organizational atmosphere, and systemic credibility. To foster a distinguished reputation, institutions must prioritize three influential factors: service excellence, communal recognition, and strategic public relations. In the contemporary era, school administrators must embody a visionary outlook which is characterized by nine essential attributes. They include participatory leadership, decisiveness, interpersonal communication, and technological mastery. These are complemented by eight core competencies ranging from achievement orientation and change management to unwavering professional ethics. These competencies ensure that administrators can navigate the complexities of modern governance effectively. Furthermore, social media serves as a transformative pillar in institutional management. They facilitate communication, knowledge exchange, and relationship building. Categorized into networking, discourse, and content-sharing platforms, these digital tools

require high competency in linguistic precision, inspirational creation, and credibility. To achieve sustainable excellence, this digital transition must be bolstered by ethical frameworks, digital literacy initiatives, and collaborative networks. Ultimately, the synergy between visionary leadership and strategic media engagement elevates both administrative efficacy and the institution's enduring prestige.

Keywords: school image; competencies of new era school administrators; social media and school administration

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการศึกษาที่สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเป็นช่องทางอำนวยความสะดวกในการจัดการศึกษาให้การปฏิบัติงานมีความสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ผู้เรียนสามารถค้นคว้าข้อมูลทบทวนบทเรียน หรือเรียนรู้เพิ่มเติมจากแหล่งความรู้ที่หลากหลายเป็นเครื่องมือที่ช่วยครูในการจัดการเรียนการสอน ผู้บริหารสามารถควบคุม บริหารจัดการสถานศึกษา ข้อมูลสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกในการติดต่อสื่อสารกับครู นักเรียน และผู้ปกครองได้รวดเร็ว ประชาสัมพันธ์ข้อมูลได้อย่างกว้างขวาง และสามารถติดตามผลการเรียนของนักเรียนได้ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นตาม ส่งผลกระทบต่อทุก ๆ องค์กรที่ต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและต้องแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างให้องค์กรมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ส่งผลให้การสร้างและการบริหารภาพลักษณ์ขององค์กรถือเป็นเรื่องที่สำคัญมาก จึงเป็นภารกิจหลักของผู้บริหารที่จะดำเนินการบริหารองค์กรให้เหมาะสม

สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหนึ่งที่เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการองค์กร ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานของทั้งผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรที่เผชิญข้อจำกัดในการเดินทาง การติดต่อสื่อสาร เพื่อรับส่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญและมีความเร่งด่วน ส่งผลให้สถานศึกษาไม่ทันต่อการตอบสนองนโยบาย รวมถึงระบบข้อมูลสารสนเทศ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลนักเรียน ครู หลักสูตร งบประมาณ หรือผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งเทคโนโลยีเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการจัดกระทำข้อมูลและจัดเก็บได้อย่างเหมาะสม สามารถดำเนินการได้อย่างแม่นยำและทันเวลา ดังที่ อัญชลี ศรีจันทร์ (2566) ได้ชี้ให้เห็นว่า “การบริหารข้อมูลสารสนเทศเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจ วางแผน และปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์” และในด้านการบริหารจัดการภาพลักษณ์สถานศึกษานั้นว่าเห็นได้อย่างชัดเจน ในอดีต มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมภายในโรงเรียนในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบนี้มีข้อจำกัดและข้อเสีย เช่น ไม่น่าสนใจ เกิดความสิ้นเปลืองงบประมาณในการจัดทำ และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ล่าช้า สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพด้านการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษามากยิ่งขึ้น ทำให้สถานศึกษาสามารถเผยแพร่ข้อมูลบนช่องทางต่าง ๆ ด้วยรูปแบบที่หลากหลายและมีความน่าสนใจ ทั้งรูปแบบ

ของข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ ซึ่งสามารถเผยแพร่สู่บุคคลทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถบริหารจัดการองค์กรให้เกิดภาพลักษณ์สถานศึกษาที่ดีได้

การสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษา ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับความไว้วางใจของสังคม ซึ่งส่งผลไปยังความนิยมของผู้ปกครอง นักเรียน ตลอดจนชุมชนโดยรอบ ภาพลักษณ์ที่ดีเป็นตัวบ่งชี้ที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ความเอาใจใส่ในการพัฒนานักเรียนทั้งด้านวิชาการ วิชาชีพ และทักษะชีวิต สถานศึกษาที่มีภาพลักษณ์ในเชิงบวกจะมีอิทธิพลในการจูงใจมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นความสนใจในการเรียนรู้ของนักเรียน ความใส่ใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร การมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การมีภาพลักษณ์ที่ดีย่อมทำให้สาธารณชนเชื่อถือไว้วางใจและให้ความศรัทธา (มนสิข ลิทธิสมบุรณ์, 2563) และในทางตรงกันข้าม ภาพลักษณ์เชิงลบหรือไม่เป็นที่ยอมรับอาจก่อให้เกิดความไม่ไว้วางใจและส่งผลต่อการดำเนินงานสถานศึกษาในระยะยาว การสร้างภาพลักษณ์ของสถานศึกษาจึงควรดำเนินควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพและการสร้างจุดเด่นที่มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับบริบทและอัตลักษณ์ของโรงเรียน เพื่อให้สามารถยืนหยัดและขับเคลื่อนสถานศึกษาต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งนริศ สุคันธวรรตน์ (2560) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ที่ดีจะส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร โดยภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างออกไปอย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและสะท้อนภาพลักษณ์องค์กรได้เป็นอย่างดี การที่องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีย่อมเป็นการสร้างคุณค่าขององค์กรหรือคุณค่าในใจของสาธารณชน เพราะภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้นทางสังคมและการตีความ รวมถึงการมีประสบการณ์กับองค์กร หน่วยงานสถาบันนั้นย่อมส่งผลต่อความน่าเชื่อมั่นและความไว้วางใจ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรอาจจะไม่ใช่สิ่งยากขององค์กร แต่ถ้าองค์กรเลือกแนวทางและดำเนินการพัฒนาในทางที่ผิดต่อค่านิยมของคนในสังคม ก็จะทำให้ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นภาพจำของสังคมและสาธารณชน

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นช่องทางอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่ายขึ้นในการสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาและสมรรถนะการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาจึงจำเป็นอย่างยิ่ง ในการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมภายในโรงเรียนด้วยรูปแบบที่หลากหลายและมีความน่าสนใจ ส่งผลต่อความน่าเชื่อมั่น

และความไว้วางใจของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและแสดงถึงการจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพและทันสมัย

ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา

ภาพลักษณ์เป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์หรือมีความรู้ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบันโดยการกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความเชื่อ ความรู้สึก ความรู้ และความประทับใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสถานศึกษา (จิณณวัตร ปะโคทั้ง และธีระ รุญเจริญ, 2565; นฤเบศ เชาว์พานิช, 2566)

องค์ประกอบของภาพลักษณ์สถานศึกษา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (นฤมล คาถา, 2564; มงคล แก้วรอด, 2564; วรวรรณ องค์ครุฑรักษา, 2561; วิศรุต เหล่ามาลา, 2561; Keller, 2008, อ้างถึงใน มนสิข สิริธิสมนุญ, 2563) ดังนี้

1. ด้านสังคมโดยมีความใกล้ชิดกับชุมชน การให้ความร่วมมือหรือมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน อย่างสม่ำเสมอผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ และให้บริการกับผู้มารับบริการด้วยความเป็น กัลยาณมิตร เต็มใจ และมีวัฒนธรรมองค์กรที่ดี

2. ด้านกระบวนการโดยสร้างการรับรู้ ความเชื่อและค่านิยมในการดำเนินงานของสถานศึกษาในทุก ๆ ด้าน ตามโครงสร้างการบริหารงาน 4 ฝ่าย ได้แก่ ด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านบุคคล และด้านทั่วไป ด้วยความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และบริหารจัดการสถานศึกษาให้เป็นไปตามนโยบายของต้นสังกัด จัดกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ และมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

3. ด้านบุคคลโดยนักเรียนเป็นผู้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ มีสัมมาคารวะ มีจิตสาธารณะช่วยเหลือผู้อื่นและสังคมโดย รวมถึงผู้บริหาร ครูและบุคลากรมีความเป็นกัลยาณมิตร

4. ด้านบรรยากาศโดยด้านกายภาพของสถานศึกษา ทั้งภูมิทัศน์ภายนอกอาคารเรียน ปลอดภัย สะอาด ปลอดภัย ภายในห้องเรียนหรือห้องสำนักงานมีความสะอาด เป็นระเบียบ วัสดุ ครุภัณฑ์ที่ใช้ในการเรียนการสอนมีความทันสมัย มีการจัดเก็บและรักษาให้อยู่ในสภาพดี สามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัย

5. ด้านความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อถือโดยเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของคนในสังคม ในการส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษา สามารถพัฒนาผู้เรียนให้เป็นผู้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ มีศักยภาพตามบริบทและความต้องการของชุมชน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา ประกอบด้วย 3 ปัจจัย (จิณณวัตร ปะโคทั้ง และธีระ รุญเจริญ, 2565; วิจิตร อาวะกุล, 2542, อ้างถึงใน ชุตินา แก่นจันทร์, 2562; สิทธิชัย มหะศิริ, 2561) ดังนี้

1. การให้บริการที่ดีโดยการกระทำ การแสดงออกถึงความจริง ความถูกต้องต่อสังคม มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ แนะนำ เสนอแนะ รวมทั้งแก้ไข ปัญหาสังคม หรือ การเสียสละต่อส่วนรวม

2. การได้รับการยอมรับ ความไว้วางใจ โดยการริเริ่มสร้างสรรค์พัฒนาโรงเรียน จนได้รับรางวัลและการยกย่อง ด้วยความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ส่งผลให้ได้รับความศรัทธา ความประทับใจ

3. การประชาสัมพันธ์โดยการเผยแพร่เนื้อหาที่สร้างสรรค์เหมาะสมไม่มากจนเกินไป เพื่อให้สถานศึกษามีชื่อเสียง

สรุปได้ว่าภาพลักษณ์สถานศึกษา เป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลในสังคมรับรู้ จากความรู้สึกที่มีต่อองค์กรนั้น ๆ จากการกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อความเชื่อ ความรู้สึก ความรู้ และความประทับใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ สถานศึกษา การสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษามีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสังคม สถานศึกษาได้มีส่วนร่วมกับชุมชนโดยรอบหรือการดำเนินกิจกรรมร่วมกับผู้ปกครอง ผู้มารับบริการ 2) ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการดำเนินการหรือจัดกิจกรรมในสถานศึกษาในด้านต่าง ๆ 3) ด้านบุคคล ความสัมพันธ์และการแสดงออกของสมาชิกทั้งหมดขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน ครู หรือผู้บริหาร 4) ด้านบรรยากาศ กายภาพในสถานศึกษามีความสะอาด ปลอดภัย ส่งเสริมการเรียนรู้และเอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรม และ 5) ด้านความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อถือ การได้รับการยอมรับจากคนในสังคม ซึ่งมีปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของ สถานศึกษามี 3 ด้าน ได้แก่ 1) การให้บริการที่ดี โดยการกระทำ การแสดงออกถึงความจริง ความถูกต้องต่อสังคม มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ แนะนำ เสนอแนะ รวมทั้ง แก้ไข ปัญหา สังคม หรือการเสียสละต่อส่วนรวม 2) การได้รับการยอมรับ ความไว้วางใจ

โดยการริเริ่มสร้างสรรค์พัฒนาโรงเรียนจนได้รับรางวัลและการยกย่อง ด้วยความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ส่งผลให้ได้รับความศรัทธา ความประทับใจ และ 3) การประชาสัมพันธ์ โดยการเผยแพร่เนื้อหาที่สร้างสรรค์เหมาะสม

สื่อสังคมออนไลน์กับการบริหารสถานศึกษา

สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อหรือช่องทางในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เน้นการสร้างหรือเผยแพร่เนื้อหาระหว่างผู้ใช้งานด้วยกัน หรือการนำเสนอและเผยแพร่เนื้อหาในวงกว้าง เป็นช่องทางในการค้นคว้าหรือจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ในรูปแบบของภาพ เสียง ข้อความ คลิปวิดีโอ และสื่อมัลติมีเดียบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการเข้าถึง สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบาย (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565; นฤมล บุญสง, 2561)

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท (เกตุธัช ภิญจนชูมาบุรพ, 2564; ณิชกุล เสนาวงษ์, 2564; ภัคพร พิมสาร, 2566; รักเกียรติ พันธุ์ชาติ, 2564; ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์, 2567) ดังนี้

1. สื่อสังคมออนไลน์ที่อาศัยเครือข่ายทางสังคมอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนโดยการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ให้ผู้อื่นที่ใช้ระบบออนไลน์เดียวกันรับรู้ โดยเป็นการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบได้ในทันทีในรูปแบบของการโทรสนทนาด้วยเสียง วิดีโอหรือการส่งข้อความ รวมถึงการเล่นเกมส์ที่มีผู้ใช้สามารถพูดคุยมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่เล่นเกมส์ด้วย

2. สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้พูดคุยและแสดงความคิดเห็นโดยการสร้างกลุ่มสังคมหรือกลุ่มเพื่อนไว้สื่อสาร พูดคุยในลักษณะของการสร้างเว็บไซต์ หรือเผยแพร่ประสบการณ์ ตั้งกระทู้ในประเด็นต่าง ๆ บนเว็บบอร์ด

3. สื่อสังคมออนไลน์ให้บริการแบ่งปันสื่อโดยการสื่อสารที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลความรู้เพื่อสืบค้นข้อมูล ศึกษาประเด็นต่าง ๆ ที่สนใจได้อย่างกว้างขวาง ใช้เป็นพื้นที่แสดงผลงานได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นห้องที่ใช้จัดแสดงผลงานของตนเอง ไม่ว่าจะเป็น วิดีโอ รูปภาพ หรือเพลง

ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย 8 ด้าน (ณิษฐกุล เสนาวงษ์, 2564; นฤพร ใจศิริสวย, 2565; ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์, 2567; สุภารัตน์ แพहित และณัฐสุดา กาญจน์เจริญ, 2559) มีดังนี้

1. เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มคนที่มีความสนใจเดียวกันได้ โดยสามารถติดตามข่าวสารสำคัญในสถานการณ์ต่าง ๆ สามารถระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ในเรื่องหรือประเด็นที่สนใจได้

2. เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลอย่างกว้างขวางโดยเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลที่ทันสมัย ขนาดใหญ่ที่มีข้อมูลที่หลากหลาย ซึ่งได้รวบรวมความรู้จากตำรา หนังสือ หรือแหล่งความรู้ต่าง ๆ มาอยู่บนเว็บไซต์ที่สามารถค้นหาได้สะดวก

3. เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย โดยการติดต่อสื่อสารกับบุคคลหรือหน่วยงานสามารถติดต่อกับได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลาในการเดินทาง ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น การรับ-ส่งเอกสาร

4. เป็นช่องทางในการแสดงผลงานหรือความคิดเห็นได้ โดยสามารถนำเสนอผลงานให้บุคคลอื่นที่ใช้งานระบบเดียวกันสามารถรับชมและแสดงความคิดเห็นได้ อาจจะเป็นรูปภาพ วิดีโอและงานเขียนต่าง ๆ

5. เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และบริการให้กับลูกค้า โดยหน่วยงานหรือบริษัทสามารถประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ หรือติดต่อให้บริการแก่ลูกค้าในด้านต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นอีกด้วย

6. เป็นช่องทางการสร้างรายได้ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานในระบบเดียวกัน สามารถใช้เป็นช่องทางการสร้างรายได้ในรูปแบบต่าง ๆ จากการขายสินค้าหรือจ้างงาน

7. เป็นช่องทางความบันเทิง โดยสามารถค้นหาสิ่งจรรโลงใจ เฟลิดเฟลิน เพื่อบรรเทาความเครียด สร้างความสุขได้ผ่านการฟังเพลง ดูภาพยนตร์และละคร

8. เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคคลทุกระดับโดยสามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลที่ต้องการได้ในทันทีบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผ่านการโทรด้วยเสียง หรือวิดีโอโดยไม่มีข้อจำกัดของระยะทางหรือช่วงเวลาในการใช้ ทำให้ผู้คนรู้สึกใกล้ชิดกันได้มากยิ่งขึ้น

สมรรถนะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่

สมรรถนะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย 5 ด้าน (ปรีดี นุกุลสมปรารณา, 2564; ภูริต สุคนธ์ปัญญา, 2564, อ้างถึงใน ปราณิศา ธวัชรุ่งโรจน์, 2557; มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2561; ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์, 2567; สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2562) ได้แก่

1. การใช้ภาษาเป็นการใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสมในการตั้งชื่อเรื่องเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านอยากติดตามอ่านเนื้อหา ใช้ระดับภาษาเหมาะสมกับเรื่องที่น่าเสนอ ใช้ภาษาให้มีความเป็นกันเองไม่เป็นทางการจนเกินไป สามารถโน้มน้าวใจของผู้อ่านให้คล้อยตามเนื้อหาหรือสถานการณ์ได้

2. การนำเสนอเป็นการเลือกนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การใช้ข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอหรือรูปแบบต่าง ๆ ที่ทันสมัย ให้มีความน่าสนใจประกอบกับเนื้อหาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสะดุดตาแก่ผู้อ่าน นำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้อง กระชับไม่ยืดเยื้อตรวจสอบก่อนที่จะเผยแพร่เนื่องจากการเผยแพร่ข้อมูลอันเป็นเท็จจะส่งผลกระทบต่อองค์กรหรือหน่วยงานที่ทำการเผยแพร่ หากข้อมูลเป็นข้อความอาจสรุปเนื้อหาให้ออกมาเป็นประเด็นหรือทำเป็นหัวข้อไม่ยืดเยื้อ ซึ่งอาจทำให้ผู้อ่านไม่สนใจหรือเกิดความเบื่อหน่าย

3. การสร้างเอกลักษณ์และสร้างแรงบันดาลใจเป็นการนำเสนอข้อมูลที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ความประทับใจ สร้างแรงบันดาลใจ หรือนำเสนอข้อมูล ข้อคิด ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาตนเองหรือการดำรงชีวิตในด้านใดด้านหนึ่ง

4. การสร้างความน่าเชื่อถือโดยมีข้อมูลสนับสนุนจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือมีแหล่งที่มาอ้างอิง เพื่อสนับสนุนเนื้อหาที่น่าเสนอให้มีความน่าเชื่อถือ

5. การมีส่วนร่วมโดยเปิดโอกาสให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นกับเนื้อหาที่น่าเสนอในสื่อสังคมออนไลน์ได้ สามารถแสดงความชื่นชม หรือมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในรูปแบบที่เหมาะสม

กระบวนการพัฒนาสมรรถนะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สมรรถนะการใช้สื่อเทคโนโลยีหรือสมรรถนะดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษา ประกอบด้วย 5 กระบวนการ (จิณณวัตร ปะโคทั้ง, 2561; ชฎาพร เขียวศิริพิพัฒน์ และคณะ, 2567;

สำนักงานข้าราชการพลเรือน, 2562; สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2562; สุกัญญา
เข้มช้อย, 2562) ดังนี้

1. ส่งเสริมการตระหนักรู้และการใช้สื่ออย่างมีจริยธรรมโดยผู้บริหารควรสร้างความตระหนักให้ครูเข้าใจการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้อง เคารพลิขสิทธิ์ มารยาทในการสื่อสารและรู้เท่าทันสื่อเพื่อป้องกันผลกระทบเชิงลบ และสร้างวัฒนธรรมการใช้สื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์

2. สนับสนุนการพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างต่อเนื่องโดยผู้บริหารควรจัดให้ครูได้รับการพัฒนา เช่น การอบรม การฝึกปฏิบัติ การใช้ MOOC หรือการเข้าร่วม PLC เพื่อให้ครูมีสมรรถนะในการใช้สื่อดิจิทัลได้คล่องแคล่ว และสามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน

3. ส่งเสริมการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยสนับสนุนให้ครูใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Line, Facebook, YouTube หรือ Public Platform ในการสอน สร้างสื่อการเรียนรู้ และให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติ พร้อมทั้งวัดและประเมินผลที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ดิจิทัล

4. จัดหาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสนับสนุนโดยผู้บริหารต้องจัดให้มีอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์ที่เพียงพอ รวมถึงการสร้างระบบช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ครูสามารถเข้าถึงและใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง

5. สร้างเครือข่ายการเรียนรู้และความร่วมมือ โดยผู้บริหารควรสร้างบรรยากาศและเครือข่ายการใช้สื่อร่วมกัน เช่น การทำ PLC ออนไลน์ กลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครู นักเรียนและผู้ปกครอง เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และพัฒนาสมรรถนะการใช้สื่อดิจิทัลร่วมกันอย่างยั่งยืน

สรุปได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์กับการบริหารสถานศึกษา เป็นสื่อหรือช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลโดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการค้นคว้าหรือจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง ข้อความ คลิปวิดีโอและสื่อมัลติมีเดียที่มีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการเข้าถึง มี 3 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อสังคมออนไลน์ที่อาศัยเครือข่ายทางสังคมอินเทอร์เน็ต 2) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้พูดคุยและแสดงความคิดเห็น และ 3) สื่อสังคมออนไลน์ให้บริการแบ่งปันสื่อมีประโยชน์ 8 ด้าน ได้แก่ 1) เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูล 3) เป็นช่องทางการติดต่อ

สื่อสาร 4) เป็นช่องทางในการแสดงผลงานหรือความคิดเห็น 5) เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ 6) เป็นช่องทางการสร้างรายได้ 7) เป็นช่องทางความบันเทิง และ 8) เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคคล สมรรถนะที่สำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีดังนี้ 1) การใช้ภาษา 2) การนำเสนอ 3) การสร้างเอกลักษณ์และสร้างแรงบันดาลใจ 4) การสร้างความน่าเชื่อถือ และ 5) การมีส่วนร่วม ซึ่งมีกระบวนการพัฒนาสมรรถนะ มีดังนี้ 1) ส่งเสริมการตระหนักรู้และการใช้สื่ออย่างมีจริยธรรม 2) สนับสนุนการพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง 3) ส่งเสริมการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ 4) จัดหาสิ่งสนับสนุน เช่น อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์ที่เพียงพอ และ 5) สร้างบรรยากาศและเครือข่ายการใช้สื่อร่วมกัน

บทสรุป

ภาพลักษณ์สถานศึกษาเป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลในสังคมรับรู้จากประสบการณ์หรือมีความรู้ ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อองค์กรนั้น ๆ จากการกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความเชื่อ ความรู้สึก ความรู้ และความประทับใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสถานศึกษา การสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษามีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสังคม 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านบุคคล 4) ด้านบรรยากาศ 5) ด้านความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อถือ และปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษามี 3 ด้าน ได้แก่ 1) การให้บริการที่ดี 2) การได้รับการยอมรับ และ 3) การประชาสัมพันธ์

สมรรถนะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่กับการบริหารสถานศึกษา การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อหรือช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการค้นคว้าหรือจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง ข้อความ คลิปวิดีโอและสื่อมัลติมีเดียซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการเข้าถึง สื่อสังคมออนไลน์มี 3 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อสังคมออนไลน์ที่อาศัยเครือข่ายทางสังคมอินเทอร์เน็ต 2) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้พูดคุยและแสดงความคิดเห็น 3) สื่อสังคมออนไลน์ให้บริการแบ่งปันสื่อ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์ ดังนี้ 1) เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูล 3) เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร 4) เป็นช่องทางในการแสดงผลงานหรือความคิดเห็น 5) เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์

6) เป็นช่องทางการสร้างรายได้ 7) เป็นช่องทางความบันเทิง และ 8) เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคคล สมรรถนะที่สำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีดังนี้ 1) การใช้ภาษา 2) การนำเสนอ 3) การสร้างเอกลักษณ์และสร้างแรงบันดาลใจ 4) การสร้างความน่าเชื่อถือ 5) การมีส่วนร่วม ซึ่งมีกระบวนการพัฒนาสมรรถนะ ดังนี้ 1) ส่งเสริมการตระหนักรู้และการใช้สื่ออย่างมีจริยธรรม 2) สนับสนุนการพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง 3) ส่งเสริมการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ 4) จัดหาสิ่งสนับสนุน เช่น อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์ที่เพียงพอ และ 5) สร้างบรรยากาศและเครือข่ายการใช้สื่อร่วมกัน

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา ยุคใหม่ เป็นสื่อหรือช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในการค้นคว้าหรือจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคคลทุกระดับ การประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบที่หลากหลายและมีความน่าสนใจ ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจของผู้ปกครอง ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

- เกตุธัช กัญจนชามาบุรพ. (2564). การพัฒนาการเรียนรู้ฐานสมรรถนะตามแนวคิดการเรียนรู้โครงงานเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสุขศึกษาและทักษะการรู้ดิจิทัลของนักเรียนประถมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขศึกษาและพลศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิณณวัตร ปะโคทัง. (2561). ภาวะผู้นำยุคดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษามีอาชีพ. ศิริธรรม ออฟเซ็ท.
- จิณณวัตร ปะโคทัง และธีระ รุญเจริญ (2565). ปัจจัยในการสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาในยุคดิจิทัล. วารสารครุศาสตร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. 5(3), น. 123-131.
- ชฎาพร เอียรศิริพัฒน์ , ตระกูล จิตวัฒนากร และวิโรจน์ หมื่นเทพ. (2567). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านดิจิทัลของครูระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์. 7(1), 349-358.
- ณิชากุล เสนาวงษ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซดในยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- นริศ สุคันธรัตน์. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาอาชีวศึกษาตามกรอบแนวคิด ความรับผิดชอบต่อสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นฤเบศ เชาว์พานิช. (2566). แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2564). กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. ค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2568, จาก <https://www.popticles.com/marketing/consumer-buying-process>.
- ภูริต สุคนธ์ปัญญา. (2564). กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ : กรณีศึกษากลุ่มธุรกิจอาหารที่มีผู้ติดตามกว่า 1 แสนซับสไครเบอร์ในยูทูบ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาดและแบรนด์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มงคล แก้วรอด. (2564). การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1. วารสารวิจัยและนวัตกรรมการอาชีวศึกษา. 5(1), น. 114-115.
- มนสิข สิทธิสมบุญ. (2563). มโนทัศน์การสร้างภาพลักษณ์องค์การ. วารสารบัณฑิต วิทยาลัยพิษณุพนธ์. 15(1), น. 150-160.

- รักเกียรติ พันธุ์ชาติ. (2561). Social Media : แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงานของรัฐ. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม.
- วรวรรณ องค์กรุทธรักษา. (2561). การบริหารภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสินค้าและองค์กร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตร อาวะกุล. (2542). เทคนิคมนุษยสัมพันธ์ Human Relation Technique. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.ปรี้นติ้ง เฮ้าส์.
- ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์. (2567). การเขียนเชิงสร้างสรรค์บนสื่อออนไลน์ Creative Writing on Online Media. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สำนักงานข้าราชการพลเรือน. (2562). ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัล. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2568, จาก https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/circular/w6-2561-attachment_0.pdf.
- _____. (2562). รายงานการศึกษา เรื่อง แนวปฏิบัติของการสร้างและส่งเสริมการรู้ดิจิทัลสำหรับครู. บริษัท ฟริกหวานกราฟฟิค จำกัด.
- สิทธิชัย มหะศิริ. (2561). ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพลอยจาดูจินดาตามทัศนะของผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุกัญญา แซ่มซ้อย. (2562). การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล. (พิมพ์ครั้งที่ 2). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภารัตน์ แพहित และณัฐสุดา กาญจน์เจริญ. (2559). Social Media กับการเรียนการสอน. ค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2568, จาก www.smforedu.blogspot.com.
- อัญชลี ศรีจันทร์. (2566). แนวทางการพัฒนาการจัดระบบสารสนเทศการบริหารงานโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2. วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน. 5(2), น. 78-92.