

Marketing Strategies for Vocational Management in Thailand 4.0

Nuananong Uchuphap

D.B.A. (Marketing), Senior Professional Level
Chumphon Vocational College

Received : February 6, 2018 / **Revised :** January 9, 2019 / **Accepted :** January 24, 2019

Abstract

Vocational administration, operated under the Office of Vocational Education Commission, has significant roles in producing graduates whose skills serve needs of labor markets both in ASEAN and global. Vocational education in the present time needs to adapt its management that fits Thailand 4.0 so as to develop learners to have full potentials for the workplace and become professional entrepreneurs. In addition, vocational administration should be intensively prioritized on quality management in order to build passions and faiths of the profession for learners, parents and communities. In doing so, strategic marketing perspectives must be used as tools for proactive management in educational quality including programs, prices, places, promotions, people and processes and physical facilities.

Keywords: Marketing Strategy, Vocational Administration, Thailand 4.0

กลยุทธ์การตลาดเพื่อการบริหารอาชีวศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0

นवलอนงค์ อุชูปภาพ

บธ.ด. (การตลาด), ครูชำนาญการพิเศษ
วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร

วันรับบทความ : 6 กุมภาพันธ์ 2561 / วันแก้ไขบทความ : 9 มกราคม 2562 /
วันตอบรับบทความ : 24 มกราคม 2562

บทคัดย่อ

การบริหารอาชีวศึกษา ดำเนินงานภายใต้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา มีบทบาทสำคัญในการผลิตบุคคลที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานทั้งในระดับอาเซียนและระดับโลก อาชีวศึกษาในโลกปัจจุบันมีความจำเป็นอย่างยิ่งต้องปรับตัวในการบริหารสถานศึกษาให้ทันสมัยในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพในการทำงานและเป็นผู้ประกอบการอย่างมืออาชีพ นอกจากนี้ยังต้องตระหนักและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการอย่างเข้มข้นสู่คุณภาพ เพื่อสร้างความรักและความศรัทธาในวิชาชีพของผู้เรียน ผู้ปกครองและชุมชน โดยอาศัยแนวคิด กลยุทธ์การตลาดมาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการเชิงรุกในการประกันคุณภาพการศึกษา ประกอบด้วย ด้านหลักสูตร (Programs) ด้านค่าเล่าเรียน (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการผลิต (Processes) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical facilities)

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด, การบริหารอาชีวศึกษา, ไทยแลนด์ 4.0

บทนำ

การศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาประเทศ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีศักยภาพในการแข่งขันในเวทีโลก ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งรัฐบาลต้องการพัฒนาคนเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพ ดังนั้นอาชีวศึกษาจำเป็นต้องปรับการผลิตกำลังเชิงรุก ที่สอดคล้องนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้วยกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้ได้คนที่มีประสิทธิภาพ มีความรู้ความสามารถ และทักษะด้านวิชาชีพที่เป็นเลิศ มีคุณธรรมจริยธรรม มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักแก้ปัญหาอย่างชาญฉลาด มีความภูมิใจในความเป็นไทย เรียนรู้และเข้าใจความแตกต่างด้านวัฒนธรรม มีความเป็นสากล มีจิตสาธารณะ และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดการบริหารอาชีวศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0

ความหมายการบริหารอาชีวศึกษา

นักวิชาการให้ความหมายการบริหารอาชีวศึกษา ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ไว้ว่า เป็นการจัดการเพื่อผลิตคนที่มีความรู้ความสามารถที่เข้าถึงเทคโนโลยี สามารถควบคุม และประดิษฐ์นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ สามารถประกอบอาชีพอิสระและเป็นผู้ประกอบการ สมัยใหม่ที่มีทักษะ (การศึกษาไทยยุคไทยแลนด์ 4.0, 2561 ; ประยูรพันธ์ นิลสุข, 2560) อีกทั้งเพื่อให้วิชาชีพเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีศักยภาพในการประกอบการและแข่งขันได้ในเวทีโลก สามารถเป็นแบบอย่างและพร้อมแลกเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศให้กับองค์กรอื่นได้

ความสำคัญของการบริหารอาชีวศึกษา

งานอาชีวศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 เป็นยุคของความเจริญก้าวหน้าของยุคดิจิทัล (Digital) ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี จึงต้องเน้นศักยภาพในการผลิตกำลังคนที่มีความสามารถ เพื่อพัฒนาประเทศที่ก้าวข้ามความยากจน รวมทั้งต้องจัดการเรียนรู้ที่สร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ที่มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ ทันสมัย มีความประหยัดในการใช้พลังงาน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีประสิทธิภาพในการใช้งาน มีคุณธรรมจริยธรรม และเป็นบุคคลใฝ่เรียนรู้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการอาชีวศึกษาจึงมีความสำคัญ ต้องทำหน้าที่พัฒนาผู้เรียนให้เป็นคนที่ทันสมัยกับการเปลี่ยนแปลง

มีความคิดสร้างสรรค์ มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นนักบูรณาการสามารถนำความรู้ แนวคิด และทักษะต่าง ๆ มาสร้างสรรค์เป็นองค์ความรู้และผลิตชิ้นงานที่มีคุณค่า มีทักษะการวิเคราะห์และการตัดสินใจ เพื่อช่วยให้เห็นช่องทางและตัดสินใจปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ (มณพิไลย นรสิงห์, 2560)

แนวคิดการบริหารอาชีวศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0

จากการที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 มาตรา 39 ได้กำหนดให้กระทรวงกระจายอำนาจการบริหาร และการจัดการศึกษาให้สถานศึกษาอาชีวศึกษาโดยตรง ทั้งด้านวิชาการ งบประมาณ งานบุคคล และการบริหารทั่วไป ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องเป็นผู้นำทางวิชาการและมีศักยภาพในการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change management) เพื่อปรับเปลี่ยนทั้งระบบการจัดการ ตามหลักธรรมาภิบาลและการจัดบุคลากรให้สัมพันธ์กับปัจจัยแวดล้อมภายนอกทั้งด้านการเมือง (Politics) เศรษฐกิจ (Economics) สังคม (Social) และเทคโนโลยี (Technology) อย่างรู้เท่าทันทั้งโอกาสและความเสี่ยง ภายใต้การบริหารจัดการที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลร่วมกัน พร้อมกับให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากร การมุ่งใจ การทำงานเป็นทีม และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ด้วยนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งรัฐบาลต้องการให้มีการขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การผลิตนวัตกรรม และการให้บริการที่ดีที่สะท้อนการเรียนรู้จากสถานการณ์และประสบการณ์ เพื่อพัฒนาไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สรวงอภัย อนันทวิจักขณ์, 256 ; เอกชัย กี่สุขพันธ์ และคณะ, 2553)

แนวทางการบริหารอาชีวศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0

การบริหารอาชีวศึกษาในยุคนี้ให้ประสบผลสำเร็จนั้น สถาบันอาชีวศึกษาต้องนำนโยบายการพัฒนาประเทศมาวิเคราะห์ เพื่อวางแผนทางการจัดการอาชีวศึกษาให้สอดคล้อง เพื่อผลิตแรงงานให้สอดคล้องกับการจ้างงาน สามารถประกอบวิชาชีพส่วนตัวได้อย่างมั่นใจ ก้าวทันกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งแนวคิดหลักที่สำคัญ ได้แก่

1. แนวทางการจัดการศึกษาของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553 ได้วางแผนทางการจัดการอาชีวศึกษาไว้ดังมาตรา 9 ว่า กระบวนการ

จัดการศึกษาให้ยึดหลัก มีเอกภาพด้านนโยบายและมีความหลากหลายในการปฏิบัติ รวมทั้งมีการกำหนดมาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2553)

2. แนวทางการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 กำหนดเป้าหมายไว้ว่า ต้องการให้สังคมปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม เพื่อพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วยหลักพอประมาณ ความมีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ภายใต้เงื่อนไข 2 ประการ คือ เงื่อนไขด้านความรู้ ได้แก่ ต้องมีความรอบรู้ รอบคอบ และมีความระมัดระวัง และเงื่อนไขด้านคุณธรรม ได้แก่ ความซื่อสัตย์สุจริต ความอดทน ความเพียรพยายาม และการมีสติปัญญา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

3. แนวทางการจัดการศึกษาตามแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2574 ได้กำหนดกรอบการจัดการศึกษาไว้ว่า ต้องพัฒนาผู้เรียนให้เป็นบุคคลที่มีความรู้ มีศักยภาพและขีดความสามารถในการเรียนรู้ที่ท้าทายกับพลวัตของโลกศตวรรษที่ 21 ด้วยเป้าหมาย 5 ประการ คือ การเข้าถึง (Access) ต้องจัดการศึกษาเพื่อให้ทุกคนมีโอกาสได้รับการศึกษาด้วยความเท่าเทียม (Equity) บริหารจัดการให้สถานศึกษาเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงคุณภาพ (Quality) โดยต้องจัดทำหลักสูตรซึ่งเป็นพิมพ์เขียวที่มีความในการพัฒนาผู้เรียนอย่างรอบด้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และเจตคติ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการทำงานและสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ตลอดจนเรียนรู้การทำงานและการดำเนินชีวิตในสังคม สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีอาชีพ (Relevancy) (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2559)

โดยสรุป แนวการบริหารอาชีวศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 จำเป็นต้องบริหารโดยอาศัยกรอบการพัฒนาประเทศมาเป็นแนวทางพัฒนาผู้เรียนให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อผลิตบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถสร้างความสมดุลในการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและใช้ประโยชน์จาก

ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อดำรงไว้ซึ่งสถาบันชาติและตระหนักถึงความมั่นคงภายใน สามารถร่วมพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน จึงต้องบริหารอาชีวศึกษาให้สอดคล้องในยุคไทยแลนด์ 4.0 ด้วยกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่เชิงรุกและพร้อมที่จะขับเคลื่อนการบริหารอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพต่อไป

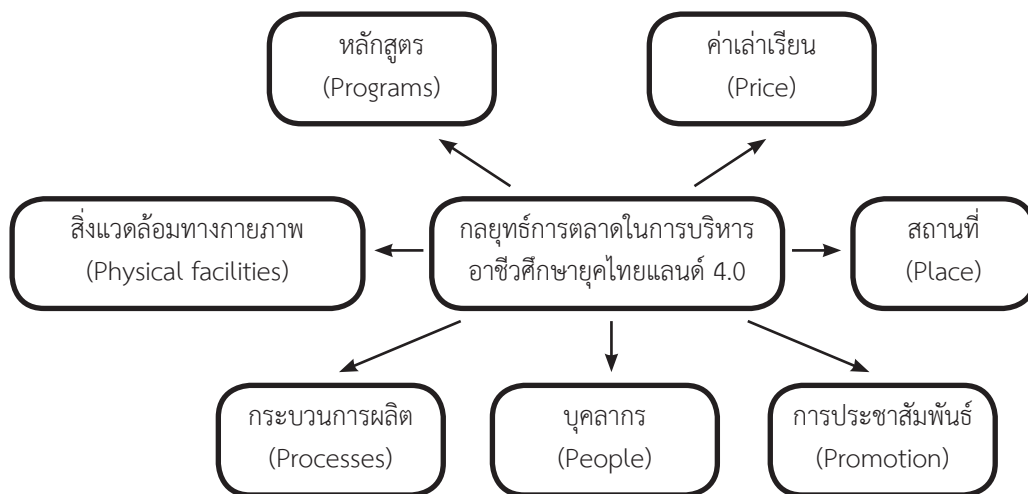
การขับเคลื่อนการบริหารอาชีวศึกษาด้วยกลยุทธ์การตลาด

แนวทางการขับเคลื่อนการบริหารอาชีวศึกษาด้วยกลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์การตลาดเป็นแนวคิดที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารอาชีวศึกษาให้ทันสมัยได้ เพราะมีมุมมองที่ให้ความสำคัญกับหลาย ๆ ส่วน เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมในการผลิตแรงงานแต่ละสาขาให้มีศักยภาพในการพัฒนาประเทศ ซึ่งแนวทางการขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์การตลาด เป็นแนวคิดที่นักวิชาการต่างกล่าวว่า กลยุทธ์ หมายถึง แนวทางการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกิดจากการประมวลแนวคิดมาประสานเข้าด้วยกัน เพื่อกำหนดเป็นเป้าหมายในการบริหารอาชีวศึกษาให้บรรลุผลสำเร็จ และสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก (Hitt, Hoskisson and Ireland, 2007 ; Rotharemel, 2013; Thompson, Strickland and Gamble, 2007)

กลยุทธ์การตลาดเพื่อขับเคลื่อนการบริหารอาชีวศึกษา

สำหรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อการขับเคลื่อนการบริหารอาชีวศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษานั้น เป็นแนวคิดเพื่อบริหารอาชีวศึกษาให้มีคุณภาพ ประกอบด้วย องค์ประกอบ 7 ด้าน กล่าวคือ ด้านหลักสูตร (Programs) ด้านค่าเล่าเรียน (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการผลิต (Processes) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical facilities) (Filip, 2012; Kotler and Fox, 1995) ดังจะได้นำเสนอแนวคิดในการบริหารแต่ละองค์ประกอบ ต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดในการบริหารอาชีวศึกษายุคไทยแลนด์ 4.0

1. **ด้านหลักสูตร (Programs)** เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญเปรียบเสมือนเข็มทิศ ในการผลิตผู้เรียนให้มีศักยภาพ โดยกำหนดสาระความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่ผู้เรียนจะได้รับ ดังนั้นสถานศึกษาจะต้องจัดทำหลักสูตรจากมวลประสบการณ์ในสายวิชาชีพนั้น ๆ และจัดกระบวนการเรียนการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มาพัฒนาผู้เรียนอย่างเข้มข้น เพื่อสร้างศักยภาพในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านความรู้ความสามารถในวิชาการและวิชาชีพ ด้านทักษะการทำงาน ด้านการส่งเสริมประสบการณ์ในวิชาชีพ ตลอดจนสร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เช่น คุณธรรมจริยธรรม การรู้จักแก้ปัญหาอย่างชาญฉลาด การทำงานเป็นทีม ความรับผิดชอบ และความคิดสร้างสรรค์

ดังนั้นหลักสูตรจึงต้องกำหนดจุดมุ่งหมายการเรียนรู้ เนื้อหาสาระ และกิจกรรมในการพัฒนาผู้เรียนที่สอดคล้องกับสภาพปัญหา ความต้องการของผู้เรียนและสังคม เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศ (บุญเกิด กลมทุกสิ่ง, 2555 ; Posner, 2004 ; Ornstein and Hunkins, 2004) นอกจากนี้ หลักสูตรจะต้องวางแผนการบริหารผู้เรียนอย่างเหมาะสมตลอดหลักสูตร เช่น กำหนดแผนการจัดการศึกษา ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอน การประกันคุณภาพ การศึกษา และแนวทางการพัฒนาหลักสูตร เพื่อให้ครู

เข้าใจกระบวนการใช้หลักสูตร เทคนิคการสอน การฝึกประสบการณ์วิชาชีพและเทคนิคการนิเทศการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ อันเป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่ดี มีการคัดเลือกสถานฝึกงานที่มีความเชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับของสังคม ทั้งนี้หลักสูตรจะต้องมีความทันสมัยและปรับปรุงทุก ๆ 5 ปี เพื่อให้รายวิชาที่สอนมีความทันสมัย ส่วนกระบวนการเรียนการสอนเน้นการพัฒนาศักยภาพและทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สู่มืออาชีพ

นอกจากนี้หลักสูตรจะต้องกำหนดการประเมินผู้เรียนตามมาตรฐานวิชาชีพ และนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง และใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป (ชูเกียรติ ถิ่นศรี, 2550 ; สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2558) ดังผลการวิจัยของ เจตนา สุขอนเนก (2552) พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญมากที่สุดคือความหลากหลายของหลักสูตร ชื่อเสียงของสถานศึกษาเป็นที่ยอมรับในสังคม ครูเอาใจใส่ผู้เรียนเป็นอย่างดีและกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนต้องสร้างทักษะในวิชาการและวิชาชีพตามเป้าหมายของหลักสูตร

โดยสรุปด้านหลักสูตร ควรจะต้องกำหนดแผนการพัฒนาผู้เรียนทั้งรายวิชาและกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนให้ชัดเจนและต่อเนื่องตลอดหลักสูตรแต่ละชั้นปีที่เรียน

เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานไปใช้พัฒนาผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการกำกับ ติดตามและนิเทศ การใช้หลักสูตรและนำผลการประเมินมาปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมให้ครูมีความรู้ความเข้าใจ การผลิตและใช้สื่อการเรียนรู้ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และการวิเคราะห์ผู้เรียนเป็นรายบุคคลเพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาเต็มตามศักยภาพ สามารถคิดวิเคราะห์และลงมือปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พิสันต์ นุ่นเกลี้ยง, 2556 ; ภัทรา ไ้วอมรารณ, 2557)

2. ด้านค่าเล่าเรียน (Price) ควรให้ความสำคัญ ความคุ้มค่าในการเรียน เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ ทักษะ และความสามารถตามเป้าหมายของหลักสูตร สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด เพื่อเพิ่มมูลค่าในการดำเนินชีวิตและการทำงานในอนาคต เช่นเดียวกับการคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ต้องมีความคุ้มค่า กล่าวคือ ช่วยให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ขึ้นนั้นจริง ดังนั้น ด้านค่าเล่าเรียนจึงต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย และเวลาในการเรียน เช่น ค่าลงทะเบียนวิชาเรียน ค่าธรรมเนียม ค่าตำราและหนังสือเรียน ค่าอุปกรณ์การเรียน รวมทั้งค่าใช้จ่ายส่วนตัว ทั้งนี้ผู้เกี่ยวข้องต้องตระหนักและสร้างมูลค่าในการพัฒนาผู้เรียนอย่างเต็มที่ โดยจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา การเรียนรู้ด้วยตนเอง การปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการปลูกฝัง คุณธรรมและจริยธรรม การรู้จักพึ่งตนเอง และการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข (Massouleh and Jooneghani, 2012) เพื่อให้สามารถประยุกต์ความรู้ไปใช้ในการทำงาน การบริหารงานในองค์กรหรือธุรกิจส่วนตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถแก้ปัญหาในการทำงานและการเรียนรู้ธุรกิจ ตลอดจนสามารถศึกษาต่อในระดับสูงขึ้น สอดคล้องกับหลักการประกันคุณภาพการศึกษา ที่มีแผนการพัฒนาผู้เรียนตลอดหลักสูตร ทั้งกิจกรรมในหลักสูตรและกิจกรรมเสริมหลักสูตร เพื่อกำกับและส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาศักยภาพให้มากที่สุด ก่อนสำเร็จการศึกษา (Kenneth and Donald, 2004 ; จิรพรรณ สุวรรณหงส์, 2555 ; ธัญธ วัริยะยุพมา, 2553 ; Soedijati and Pratminingsih, 2011 ; Ivy, 2008)

การคำนึงถึงความคุ้มค่าด้านค่าเล่าเรียนเป็นหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ การประชุมชี้แจงให้ผู้เรียนมีการวางแผนการเรียนเพื่อเอาใจใส่ในการเรียน

และพัฒนาตนเองให้มีทักษะต่าง ๆ ตามที่หลักสูตรกำหนด เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมที่สถานศึกษากำหนด เพื่อพัฒนาทักษะการคิดความเป็นไทย ความเป็นสากล การเข้าใจปัญหาและเป็นที่พึ่งให้กับสังคม สามารถปรับตัวในสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้มีจิตสาธารณะ รู้จักเกื้อกูลแบ่งปัน รับผิดชอบต่อส่วนรวมและมีสุขภาพที่แข็งแรง (ลมเปลี่ยนทิศ, 2559) ขณะที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญในการพัฒนางานวิชาการและงานอื่น ๆ ที่สนับสนุนงานวิชาการ ส่วนครูผู้สอนต้องคิดค้นหาเทคนิควิธีการสอนเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เจริญงอกงามในทุกด้าน

สำหรับกิจกรรมในหลักสูตร ครูต้องพัฒนาผู้เรียนให้มีความเชี่ยวชาญและสามารถพัฒนาตนเองในเรื่องความรู้ ความคิด ทักษะการทำงาน และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เช่น มีคุณธรรมจริยธรรม ใฝ่เรียนรู้ก่อนเข้าสู่โลกการทำงาน (ธัญธ วัริยะยุพมา, 2553) ส่วนกิจกรรมเสริมหลักสูตร เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น ได้แก่ กิจกรรมการอบรมให้ความรู้จากวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญ กิจกรรมกีฬา เพื่อส่งเสริมการมีน้ำใจนักกีฬา รู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย และการทำงานเป็นทีม เพื่อให้เรียนรู้กฎ กติกา มารยาทในสังคม มีความพร้อมในการพัฒนา การมีจิตสาธารณะ ดังผลการวิจัยของ นันทพงศ์ หมีแหล่หมั่น และ ณัฏฐ ศรีวิหะ (2558) พบว่า กิจกรรมเสริมหลักสูตรต้องเป็นกิจกรรมที่นำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและการทำงาน ได้แก่ การอบรมการใช้คอมพิวเตอร์ กฎหมายชาวบ้าน และความก้าวหน้าด้านวิทยาการในวิชาชีพ

สรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาดด้านค่าเล่าเรียนนั้น เป็นการบริหารอาชีพศึกษาให้เกิดความคุ้มค่าช่วยให้การขับเคลื่อนไปในทิศทางที่มีคุณภาพ ทั้งกิจกรรมในหลักสูตร และกิจกรรมเสริมหลักสูตร อย่างเหมาะสมกับค่าใช้จ่ายในการเรียนและเวลาที่กำหนดไว้ในหลักสูตร การยกระดับฝีมือให้มีความสามารถคิดสร้างสรรค์และผลิตนวัตกรรมที่ทันสมัย มีความสมดุลในการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างยั่งยืนและเป็นธรรมชาติเพื่อความมั่นคงภายใน สามารถนำความรู้จากผลการวิจัย การเรียนรู้ในชั้นเรียน และการให้บริการความรู้แก่ชุมชนไปในทิศทางที่เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

3. ด้านสถานที่ (Place) เป็นองค์ประกอบสำคัญ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ (Kotle rand Fox,

1995 ; Kotler, 2010) ซึ่งคณะผู้บริหารต้องตระหนักและมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาสถานที่ให้มีความทันสมัยและเหมาะสมเพื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ การดำเนินชีวิต และการประกอบการ โดยการพัฒนาความพร้อมและการใช้งานของสถานที่ เช่น ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องน้ำ สนามกีฬา ห้องอาหาร ห้องสมุด ห้องประชุม ห้องพยาบาล และห้องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ดังผลการวิจัยของ เพชรา อินทรรัตน์ (2556) พบว่าการให้บุคลากรมีใจรักงานบริการอย่างมีประสิทธิภาพควรยึดหลักธรรมาภิบาลมาบริหารจัดการ เช่น การคำนึงถึงความเสมอภาค การยึดผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียนในวิชาชีพนั้น ๆ การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นจากการรับบริการ การลดขั้นตอนการรับบริการ มีความมุ่งมั่นในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้บริหาร ผู้เกี่ยวข้องและครูต้องกำหนดวิสัยทัศน์ในการบริหารสถานที่ เพื่อให้สถานที่เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีความพร้อมเพื่อการขับเคลื่อนสถานศึกษาสู่ความสำเร็จ

โดยสรุปสถานที่ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการยกระดับอาชีวศึกษาเพื่อผลิตคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในเวทีโลก ดังนั้นการเตรียมสถานที่ให้มีความพร้อมในการสนับสนุนการเรียนการสอน เช่น การจัดการอาคารเรียนที่ดี สภาพของห้องเรียนและห้องปฏิบัติการต้องมีอุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย เพื่อช่วยพัฒนาผู้เรียนที่เป็นครูโดยไม่ต้องสอน เป็นต้นแบบในการนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ และการดำเนินชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) ในยุคข้อมูลข่าวสารจะพบว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการบริหารอาชีวศึกษา เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนและผู้ปกครองได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร เช่นเดียวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด จำเป็นต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การขายด้วยวิธีต่าง ๆ ทั้งลด แลก แจก แถม เพื่อให้ผู้บริโภคที่ยังไม่เคยซื้อหันมาซื้อ และผู้บริโภคเดิมกลับซื้อเพิ่มขึ้นหรือไม่เปลี่ยนไปซื้อสินค้าของคู่แข่ง (สุดาพร ฤกษ์กุลบุตร, 2557) ดังนั้นการประชาสัมพันธ์การศึกษาอาชีวศึกษาเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของสถานศึกษาในการพัฒนาผู้เรียนแต่ละสาขาวิชาชีพ การส่งเสริมการสร้างผลงานของผู้เรียนให้สังคมได้รับรู้เพื่อการยอมรับและความศรัทธาต่อสถานศึกษา ซึ่งส่งผลให้มีแผนงานการทำงานที่ชัดเจน กล่าวคือ การจัดการ

เว็บไซต์ของสถานศึกษาให้มีความทันสมัยเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น มีระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-office) ที่สามารถเข้าถึงสารสนเทศได้สะดวก รวดเร็วและเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกได้ง่ายขึ้น

การประชาสัมพันธ์จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้ผู้เรียนและชุมชนเข้าถึงการอาชีวศึกษา สามารถแยกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (1) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive PR) เป็นการประชาสัมพันธ์ที่สถานศึกษาให้ข้อมูลในการดำเนินงานต่าง ๆ ตามเป้าหมายโดยวางแผนและแนวทางการดำเนินการอย่างชัดเจนและหลากหลาย เช่น สื่อเอกสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และบอร์ดประชาสัมพันธ์ และ (2) การประชาสัมพันธ์เชิงรับ (Reactive PR) เป็นการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมตามสถานการณ์ที่ไม่ได้เป็นไปตามแผนงานของสถานศึกษา จึงต้องเตรียมการประชาสัมพันธ์ให้ทันกับสถานการณ์ ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เช่น สถานศึกษาให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก (ชุมชน เทียมเทศ บุญมาสูงทรง ปุริม หนูนันต์ และฉัตรชัย อินทรสังข์, 2554)

โดยสรุปการประชาสัมพันธ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาควรวางแผนงานให้สอดคล้องกับการบริหารงานของสถานศึกษา เพื่อประชาสัมพันธ์การทำงานและผลงาน ซึ่งจะเป็ข้อมูลในการบริหารอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพต่อไป เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริง การตัดสินใจ ความภาคภูมิใจ และความพร้อมในการพัฒนาสถานศึกษาที่ยั่งยืน ซึ่งผู้เรียน ผู้ปกครองและชุมชนจะได้รับประโยชน์ ส่งผลต่อความศรัทธา ความเข้าใจและการให้ความร่วมมือกับสถานศึกษาในการพัฒนาวิชาชีพให้เจริญก้าวหน้าในเวทีโลก

5. ด้านบุคลากร (People) เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดในการบริหารงานของสถานศึกษา จึงต้องสร้างความเข้าใจที่ดีในการทำร่วมกัน และวางแผนพัฒนาศักยภาพของบุคคลให้มีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีเจตคติที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน ซึ่งการจัดการอาชีวศึกษา จำเป็นต้องอาศัยบุคลากร 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

5.1 บุคลากรสายวิชาการ ได้แก่ ครูผู้สอน ต้องสร้างความตระหนักในการจัดกระบวนการเรียนรู้ และการพัฒนาผู้เรียน เพื่อฝึกทักษะการเรียนรู้และวิชาชีพ รวมทั้งการบริการวิชาการและวิชาชีพ ดังนั้น

การเป็นครูที่ดีต้องมีความรู้ในวิชาชีพครูและวิชาชีพในสาขาวิชาชีพที่สอนที่ก้าวหน้าทันกับวิทยาการสมัยใหม่ เพื่อช่วยให้การเรียนการสอนและการพัฒนาผู้เรียนมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายของหลักสูตร ครูจึงต้องเอาใจใส่ผู้เรียนทั้งการทำหน้าที่ครูผู้สอน และครูที่ปรึกษากิจกรรมที่มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนให้ก้าวหน้ากับความก้าวหน้าในด้านวิชาการและวิชาชีพที่เล็งเห็นผลที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน ตลอดจนมีความเข้าใจในการเป็นผู้นำทางวิชาชีพครู ได้แก่ (1) มีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตรทั้งในทางตรงโดยร่วมจัดทำหลักสูตร และทางอ้อมโดยให้ข้อมูลแต่ไม่ได้จัดทำหลักสูตร (2) ศึกษาหลักสูตรอย่างละเอียดและเข้าร่วมประชุมสัมมนาการนำหลักสูตรไปใช้ (3) จัดการเรียนการสอนและการพัฒนาผู้เรียนให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลักสูตร (4) ประเมินผลหลักสูตรทุกรายวิชาเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาหลักสูตร (5) ประสานงานกับเพื่อนครูในรายวิชาเดียวกันเพื่อร่วมมือในการสร้างสรรค์เนื้อหา และกิจกรรมการเรียนการสอนให้เหมาะสมเป็นมาตรฐานใกล้เคียงกัน (6) ค้นหาวิธีการสอนที่เหมาะสมเพื่อช่วยให้การใช้หลักสูตรเกิดผลดีต่อผู้เรียนมากที่สุด และ (7) จัดสภาพแวดล้อมในห้องเรียน เพื่อจูงใจให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากขึ้น (วราสาร ธรรม, 2554)

5.2 บุคลากรสายสนับสนุน มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารงานของสถานศึกษา เป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการขับเคลื่อนกลไกการทำงานเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย สามารถอำนวยความสะดวกในการให้บริการต่าง ๆ ทั้งผู้เรียน ผู้ปกครอง และชุมชนได้เหมาะสมช่วยให้การบริหารอาชีวศึกษาบรรลุเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับหลักการประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งบุคคลต้องมีความรู้ความเข้าใจและเห็นความสำคัญในการประกันคุณภาพการศึกษาอย่างถ่องแท้สามารถบริหารจัดการกับภาระงานที่ได้รับมอบหมายให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง รวมทั้งมีเจตคติที่ดีต่อผู้เรียน ผู้ปกครอง และผู้รับบริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสร้างค่านิยมที่ดี ซึ่งความพร้อมของบุคลากรสายสนับสนุนส่งผลต่อการผลิตและพัฒนาผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพ ทั้งกิจกรรมในหลักสูตรกิจกรรมเสริมหลักสูตร และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ (วราสาร ทรัพย์วิระพรรณ และพัชร ฤกษ์แก้ว, 2559)

จากแนวคิดที่กล่าวมา สรุปได้ว่า บุคลากรเป็น

องค์ประกอบที่มีความสำคัญ จึงต้องพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีคุณภาพและมีศักยภาพในการทำงาน มีความรู้ความสามารถ มีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันกับความก้าวหน้าของวิทยาการสมัยใหม่ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายจึงเชื่อได้ว่า การอาชีวศึกษาของไทยจะมีศักยภาพในระดับโลก

6. ด้านกระบวนการผลิต (Processes) เป็นหัวใจสำคัญในการบริหารอาชีวศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรสายวิชาชีพให้มีคุณภาพตรงตามเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ จึงขึ้นอยู่กับคณะผู้บริหารอาชีวศึกษาทุกระดับต้องวางนโยบายการผลิตบุคลากรที่ชัดเจน เพื่อให้คณะผู้บริหารสถานศึกษานำไปประยุกต์ใช้เพื่อการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริหารต้องมีความรู้ความเข้าใจดี หลักธรรมาภิบาล การทำงานเป็นทีม มีโครงสร้างการบริหารงาน และมีกรณีศึกษาติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามการบริหารอาชีวศึกษาให้สำเร็จขึ้นอยู่กับหลักการทำงาน 2 ประการคือ ประการแรก การสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างทีมบริหารที่เข้มแข็ง โดยการคัดสรรและรักษาบุคลากรที่มีประสบการณ์ รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะการทำงาน และมีคุณธรรมจริยธรรม เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน และประการที่สอง คือ การวางแผนโครงสร้างการทำงาน เพื่อจัดหน้าที่และกระบวนการทำงานตามหลักการคุณภาพ เพื่อช่วยในการตัดสินใจและการจัดการให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยงาน 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหารทั่วไป ฝ่ายวิชาการได้แก่ งานทะเบียน งานพัฒนาการเรียนการสอน งานพัฒนาผู้เรียน งานวัดและการประเมินผล ฝ่ายบุคคล และฝ่ายงบประมาณ ซึ่งงานแต่ละฝ่ายจะต้องกำหนดแผนงานและกิจกรรม ระเบียบและแนวปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพ ปฏิบัติที่มีความถูกต้อง ทันสมัย รวดเร็ว เสมอภาค และมีความเป็นสากล แบบ One - stop service (Ivy and Naude, 2004)

โดยสรุป การบริหารงานที่ประสบผลสำเร็จจะต้องกำหนดงานและกิจกรรมในแผนการบริหารตามที่

สถานศึกษากำหนด รวมทั้งจูงใจบุคลากรให้ร่วมกันทำหน้าทีที่สามารถอุทิศแรงกายและแรงใจเพื่อสร้างพลังการนำสถานศึกษาไปสู่ความสำเร็จได้ เช่น การประชุมชี้แจงการปฏิบัติงาน การกำหนดระเบียบและแนวปฏิบัติงานให้ชัดเจน (สุนันทา ศรีบุญนำ, 2559) และสิ่งที่สำคัญต้องจัดการตามกรอบของแผนงาน มีมาตรฐานและตัวบ่งชี้ในการทำงาน เพื่อให้กระบวนการผลิตสอดคล้องกับการประกันคุณภาพการศึกษาของอาชีวศึกษา

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical facilities) จัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญช่วยสร้างความภาคภูมิใจและความศรัทธาที่มีต่อสถานศึกษาให้กับผู้เรียน ผู้ปกครอง ชุมชนและบุคลากร ที่เข้ามาติดต่อกับสถานศึกษา ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เพื่อให้ได้รับความสะดวกในการให้บริการ จึงต้องจัดสรรงบประมาณในด้านนี้อย่างเพียงพอ ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า และสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน โดยวางแผนทางปฏิบัติที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนและการเรียนรู้ของผู้เรียน และเอื้ออำนวยในการใช้ชีวิตในสถานศึกษาได้อย่างถูกสุขลักษณะและปลอดภัย จึงต้องกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานศึกษา เช่น การมีสวนหย่อม ที่นั่งอ่านหนังสือนอกห้องเรียน ลานกิจกรรมในร่มและกลางแจ้ง สวนพฤกษศาสตร์ แสงสว่างทางเดินเท้า ลานจอดรถสำหรับผู้เรียน ผู้ปกครอง และบุคลากร ถังน้ำดื่ม ตู้ATM ตู้สวัสดิการร้านค้า รวมทั้งแผนผังการจราจร (Filip, 2012) ดังผลการวิจัย ของศราวภูมิ แฉ่งแรง (2553) พบว่า การจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลต่อการเรียนการสอนมากที่สุด เช่น ห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ อากาศถ่ายเทได้สะดวก ไม่มีเสียงและกลิ่นรบกวน ห้องสมุดควรเงียบสงบ มีตำรา หนังสือ ข้อมูลข่าวสารทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพที่ทันสมัย มีคอมพิวเตอร์และบริการwifi สำหรับการสืบค้นอย่างพอเพียง ห้องปฏิบัติงานมีอุปกรณ์สำหรับการฝึกปฏิบัติ และมีมาตรการรักษาความปลอดภัย ห้องรับประทานอาหารและห้องน้ำต้องมีความสะอาด มีแสงสว่าง และไม่มีกลิ่นรบกวน

โดยสรุป การบริหารสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสมของสถานศึกษา จะช่วยเอื้ออำนวยความสะดวก

ให้กับผู้เรียน ผู้ปกครองและบุคลากร ดังนี้ ผู้เรียนช่วยให้เกิดแรงจูงใจในการเรียน ผู้ปกครองได้รับความสะดวก รวดเร็ว และประทับใจในการให้บริการ ส่วนบุคลากรในสถานศึกษา เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

บทสรุป

การบริหารอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพตามที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการผลิตบุคลากรสายวิชาชีพในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว จึงต้องมีการเตรียมการผลิตบุคลากรสายวิชาชีพที่มีความเป็นเลิศ ดังนั้นสถานศึกษาอาชีวศึกษาจึงต้องบริหารจัดการเชิงรุก และนำกรอบแนวคิดในการพัฒนาประเทศ ได้แก่ แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2574 พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-พ.ศ. 2564 มากำหนดเป็นกรอบการบริหารอาชีวศึกษา ด้านวิชาชีพให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งในบทความนี้เป็นนำเสนอกลยุทธ์การตลาดมาประยุกต์ใช้ในการบริหารอาชีวศึกษา ซึ่งเป็นมุมมองที่ครอบคลุมหลายองค์ประกอบ สามารถผลิตบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ ทั้งด้านความรู้ความสามารถในวิชาการและวิชาชีพ ด้านทักษะที่มีฝีมือเป็นเลิศ และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์สู่เวทีโลก ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ กล่าวคือ ด้านหลักสูตร (Programs) มุ่งให้มีหลักสูตรที่พัฒนาศักยภาพในการพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ ด้วยการเรียนรู้เนื้อหาที่ทันสมัยก้าวทันกับวิทยาการสมัยใหม่ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีพัฒนาทักษะการทำงาน และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ด้านค่าเล่าเรียน (Price) ต้องมีความคุ้มค่าในการผลิตบุคลากรที่มีฝีมือเป็นเลิศ ทั้งกิจกรรมในหลักสูตรและกิจกรรมเสริมหลักสูตร ส่งเสริมมีทักษะการให้บริการความรู้แก่ชุมชน และสร้างความสมดุลในการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างยั่งยืนและเป็นธรรม เพื่อความสงบในสังคมและความมั่นคงภายใน ด้านสถานที่ (Place) มุ่งเน้นให้สถานที่มีความพร้อมในการเรียนการสอน และคัดเลือกสถานประกอบการเพื่อการฝึกปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) มุ่งให้ผู้เรียนและ

ชุมชนได้รับประโยชน์จากเอกสารและข้อมูล และเข้าถึงการจัดการอาชีวศึกษาของสถานศึกษาอย่างเสมอภาค ด้านบุคลากร (People) ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถก้าวหน้าทันวิทยาการสมัยใหม่ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และยึดหลักการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสำคัญ ด้านกระบวนการผลิต (Processes) จูงใจ บุคลากรทุกคน

ร่วมกันทำหน้าที่พัฒนาสถานศึกษาไปสู่เป้าหมายให้ประสบผลสำเร็จ ตามความต้องการของสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical facilities) ช่วยเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียน ผู้ปกครองและบุคลากร เพื่อสร้างความศรัทธาแรงจูงใจในการเรียน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2553). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 127/ตอนที่ 45ก/หน้า1/22 กรกฎาคม 2553.
- ลมเปลี่ยนทิศ. (2559). คนไทย 4.0 สังคม 4.0 การศึกษา 4.0. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2561, จาก <https://www.thairath.co.th>
- จิรพรรณ สุวรรณหงส์. (2556). ค่าใช้จ่ายในการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เจตนา สุขอเนก. (2552). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยเอกชนเพื่อเข้าศึกษาต่อ (กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเซนต์จอร์จ.
- ชูเกียรติ ถิ่นศรี. (2550). ปัญหาและความต้องการของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาแพร่ เขต 2 จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- ดุขฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง ปุริม หนูนนัด และฉัตรชัย อินทรสังข์. (2554). รายงานวิจัย ภาพลักษณ์คณะบริหารธุรกิจในทัศนะของตลาดแรงงานผ่านการประชาสัมพันธ์ : ศึกษาเฉพาะกรณีสถานประกอบการที่รับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ฝึกงานประจำปีการศึกษา 2551 ในเขตจังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- วรกร ทวีชัยวิระปกรณ์ และพัชร ฤงแก้ว. (2559). ความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน : กรณีศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารศึกษาศาสตร์. 27 (1), 113-129.
- ธัญธร วิริยะยุพมา. (2553). ความคุ้มค่าเงินในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นันทพงศ์ หมีแหล่หมั่น และณรินทร์ ศรีวิหะ. (2558). ความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา วิทยาลัยศรีโสภณ จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. 26 (3), 43-50.
- บุญเกิด กลมทุกสิ่ง. (2555). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมภาษาอังกฤษสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1. ปริญญานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ปรัชญานันท์ นิลสุข. (2560). อาชีวศึกษากับประเทศไทย 4.0. *วารสารอาชีวศึกษาก้าวไกล*. 3 (2), 1/6-3/6. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2561. จาก [www.http://prachyanun2015.blogspot.com/2017/06/40.html](http://prachyanun2015.blogspot.com/2017/06/40.html)
- เพชร อินทร์. (2556). *ประสิทธิภาพการให้บริการของอาคารและสถานที่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มณพิไลย นรสิงห์. (2560). *การพัฒนาคนเพื่อการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ Thailand 4.0*. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2561. จาก <https://www.nectec.or.th/news>.
- ภัทรา ไฉยมรารณ. (2557). *การศึกษาการบริหารหลักสูตรและงานวิชาการโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนที่ได้รับรางวัลพระราชทาน*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศการศึกษาและพัฒนาหลักสูตร, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศราวภูมิ แข็งแรง. (2553). *ความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ของโรงเรียนวุฒิมหาวชิราวุธวิทยาลัย อำเภอกะลันตา จังหวัดกระบี่*. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สรวยชัย อนันท์วิจักขณ์. (2561). คุณลักษณะผู้นำองค์กรธุรกิจในยุคไทยแลนด์ 4.0 *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*. 29 (1), 1-18.
- สุตาพร กุณฑบุตร. (2557). *หลักการตลาดสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- เอกชัย กี่สุขพันธ์และคณะ. (2553). *การบริหารการเปลี่ยนแปลง*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Filip, Alina. (2012). Marketing Theory Applicability in Higher Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 46, 912-916.
- Hitt, M. A., Hoskisson, R.E. and Ireland, R.D. (2007). *Management of Strategy : Concept and Cases*. Ohio : Thomson South - Western.
- Ivy, J. (2008). A new higher education marketing mix : The 7Ps for MBA marketing in *The International Journal of Educational Management*. 22 (4), 294-301.
- Kenneth, E. Clow, and Donald, B. (2004). *Marketing management*. New York : Prentice Hall International.
- Kotler, P. (2010). *Marketing management: The millennium edition*. New Jersey : Prentice - Hall Inc.
- Kotler, P. and Fox, K. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions*. (2nd ed.) Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.
- Massouleh, NimaShakouri and Jooneghani, RaziehBahraminezhad. (2012). Learner-Centered Instruction : A critical perspective. *Journal of education and practice*. 3(6), 50-59. Available online at www.sciencedirect.com
- Ornstein, A. G. and Hunkins, F.P. (2004). *Curriculum Foundations, Principles and Issues*. New York : Pearson Education.
- Posner, G.J. (2004). *Analyzing the Curriculum*. (3rd ed.). New York : The McGraw-Hill.
- Rotharemel, F.T. (2013). *Strategic Management : Concepts and Cases*. New York : The McGraw - Hill.
- Soedijati, E.K. and Pratminingsih, S.A. (2011). The impacts of marketing mix on students choice of university study case of private university in bandung in *Indonesia, 2nd International Conference on Business and Economic Research*. (2nd ICBER 2001). Proceeding, p.2124-2131.
- Thompson, A. A. and Stricklan, A. J. (2007). *Strategic Management*. (4th ed.). Illinois : Business Publication.