

โมเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษา ของรัฐสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้

Marketing Model with the Results for Public Vocational of Vocational Education
Commission institutes in Southern Region

นวลอนงค์ อุชุกาพ¹ และ ดร.เริ่ม ไสแจ่ม²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ค้นหาโมเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบอย่างง่าย ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหาร จำนวน 492 คน และกลุ่มนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 จำนวน 492 คน รวมทั้งสิ้น 984 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วยด้านคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา คุณลักษณะของสถานศึกษา ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง สถิติอ้างอิงได้แก่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการวิเคราะห์หือทธิพลเชิงสาเหตุ และสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อการค้นหาโมเดล ผลการวิจัยพบว่า 1) โมเดลกลยุทธ์การตลาดกลุ่มผู้บริหาร กลยุทธ์การตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคคล และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพตามลำดับความสำคัญของน้ำหนักองค์ประกอบ 2) โมเดลกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มนักเรียน ประกอบด้วย การส่งเสริมการตลาด ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคคล ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพตามลำดับความสำคัญของน้ำหนักองค์ประกอบโดยโมเดลกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มผู้บริหารมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี และโมเดลกลยุทธ์การตลาดกลุ่มนักเรียน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด ผลลัพธ์การดำเนินงาน สถานศึกษาอาชีวศึกษา

Abstract

The objective of this research was to find the marketing model that affects on Public Vocational Education Commission Institutes in Southern Region. The research was conducted by a survey research method. The sample size was 984 which were simple randomly selected. The samples consisted of various 492 directors, vice directors, head of departments, head of employees and another group of 492 third year students. The statistics employed were descriptive statistics analysis which included,

¹นักศึกษาหลักสูตร D.B.A.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย E-mail : nuananong_01@hotmail.com

²อาจารย์ที่ปรึกษาคุณุณิพนธ์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

means, standard deviation, skewness, kurtosis. The inferential statistics analysis which included confirmatory factors analysis, path analysis and structural equation modeling. The finding of this research were 1) Marketing model strategies for director consisted of products, price, place, promotion, process, people and physical environment. Where ranking from most to least by factor loading 2) The marketing model strategies concerning by the students, from most to least important factors were; promotion, price, place, people, products, process and physical environment. Moreover, marketing strategy that affects both on the directors and third year students was organization development. Finally, the constructed marketing model strategies of the institution directors corresponded with the empirical evidence of all variables and the marketing model strategies of the students also revealed a good fit

Key words: marketing strategy, education institute performance, Vocational Education Commission

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การพัฒนาสถานศึกษาของรัฐสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพต้องอาศัยปัจจัยหลายองค์ประกอบ โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรทางการศึกษาในการบริหารจัดการ เช่น หลักสูตร อาจารย์ ผู้สอน กระบวนการเรียนการสอน การวัด และประเมินผล การมีนวัตกรรมการสอน นอกจากนี้การยอมรับของสังคม ความต้องการของตลาดแรงงาน การพัฒนาสถานศึกษา การจัดสภาพแวดล้อมและอาคารสถานที่ และการสร้างความเป็นเลิศทางด้านวิชาชีพ ซึ่งได้ตระหนักในการพัฒนาสถานศึกษาโดยคำนึงถึงตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้บริหาร คุณลักษณะของสถานศึกษา ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาเพื่อสร้างการยอมรับของตลาดแรงงาน (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2552) แต่ยังมีปัญหาที่คือ (1) สถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ยังไม่มีกลยุทธ์การตลาดที่ตีพอกเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา คุณลักษณะของสถานศึกษา ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม (2) นักเรียนสมัครเข้าเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ตามแผนการจัดการศึกษาอาชีวศึกษา (3) สถานศึกษา ยังไม่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในการพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพด้านฝีมือแรงงานสู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้เกิดการยอมรับจากสังคมและสร้างความเข้มแข็งในด้านอาชีวศึกษา และ (4) สถานศึกษาขาดการพัฒนาหลักสูตร

เพื่อนำไปสู่กลยุทธ์ในการจูงใจนักเรียนและผู้ปกครองให้สนใจศึกษาด้านอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้น

ด้วยเหตุนี้จึงต้องกำหนดนโยบายและกลยุทธ์การตลาดซึ่งเกี่ยวข้องกับความสำเร็จขององค์ประกอบต่างๆ ตลอดจนส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix) ตามแนวคิดของ (Lovelock & Wirtz, 2007) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดบริการ เช่น กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สภาพแวดล้อมและอาคารสถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (productivity) ซึ่งการจัดการกลยุทธ์ด้านการตลาดมีความจำเป็นที่จะทำให้ผู้ปกครองและนักเรียนเกิดการรับรู้การจัดการเรียนการสอนวิชาชีพ การมีเจตคติที่ดี และมีความมั่นใจในการตัดสินใจศึกษาต่อในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษามากขึ้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความจำเป็นในการพัฒนาสถานศึกษาอาชีวศึกษาของรัฐเขตภาคใต้ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพ โดยนำเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดที่มีประสิทธิภาพสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการได้นำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานของสถานศึกษาอาชีวศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเขตภาคใต้ ให้มีประสิทธิภาพที่สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้ปกครอง นักเรียน

และสังคมพร้อมที่จะก้าวสู่แรงงานที่มีคุณภาพ ทั้งในระดับประเทศ ระดับอาเซียน และระดับโลกต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อค้นหาโมเดลกลยุทธ์ที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้

ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่อง โมเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาโมเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ โดยศึกษาเกี่ยวกับเรื่องคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา คุณลักษณะของสถานศึกษา ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมกลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา

ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ได้จำกัดขอบเขตเฉพาะสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ โดยประชากรหลักมี 2 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มผู้บริหารสถานศึกษา และนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 จากสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ จำนวน 79 วิทยาลัย (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและกำลังคนอาชีวศึกษา, 2555) ดังนี้

- 1) ประชากรกลุ่มผู้บริหารที่มีตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ หัวหน้าแผนก และหัวหน้างาน จาก 79 วิทยาลัยในเขตภาคใต้ จำนวนทั้งสิ้น 2,350 คน
- 2) ประชากรนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 จาก 79 วิทยาลัยในเขตภาคใต้ จำนวนทั้งสิ้น 81,801 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับโมเดลกลยุทธ์การตลาด

ที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ โดยแบ่งช่วงเวลาในการวิจัยตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2555 ถึง เดือนสิงหาคม 2556

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 (H1): คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา โดยส่งผ่านกลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 2 (H2): คุณลักษณะของสถานศึกษา มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาโดยส่งผ่านกลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 3 (H3): ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาโดยส่งผ่านกลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

การวิจัยเรื่อง โมเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา แนวคิดที่สำคัญในการศึกษา ได้แก่ (Kotler & Keller, 2012) ซึ่งกล่าวถึงผู้บริหารที่มีบุคลิกภาพ ประสบการณ์ ภาวะผู้นำ และมีวิสัยทัศน์ในการบริหาร เป็นกลไกของการบริหารสถานศึกษาในการจูงใจให้ผู้ได้บังคับบัญชาปฏิบัติงาน ทำให้สถานศึกษามีประสิทธิภาพ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (จารุณี เก้าเอี้ยน, 2553) พบว่า การที่ผู้บริหารมีบุคลิกภาพ ประสบการณ์ทางการบริหาร และภาวะผู้นำที่ดี มีวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน จูงใจให้ผู้ได้บังคับบัญชาปฏิบัติงาน มีความรู้ความเข้าใจในการคิดวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนขององค์กรได้ดี และให้ผู้ได้บังคับบัญชาแสดงความคิดเห็นจะทำให้สถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษามีประสิทธิภาพ

(Kotler & Armstrong, 2003) พบว่า ประสบการณ์ที่องค์กรจะเจริญเติบโตขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความรู้ของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นการสร้างการเติบโตทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น (Yukl, 2006) พบว่า ภาวะผู้นำจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่บุคคลใช้อิทธิพลที่มีอยู่นำมาใช้ในการกำหนดบทบาท (Wallace & poulson, 2003) พบว่า รูปแบบพฤติกรรมกรรมการบริหารจะมีผลต่อประสิทธิผล ถ้าเลือกไม่เหมาะสมงานจะมีประสิทธิผลต่ำ

คุณลักษณะของสถานศึกษาที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา แนวคิดที่สำคัญในการศึกษา ได้แก่ (Hankinson, 2005) ซึ่งกล่าวถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานศึกษาอาชีวศึกษา ผลที่ตามมาทำให้นักเรียน ผู้ปกครอง เกิดความรู้สึกที่ดีเกี่ยวกับสถานศึกษา ทำให้เกิดความพึงพอใจอันนำไปสู่ความจงรักภักดี และงานวิจัยของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2552) พบว่า การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีความรู้ความสามารถ มีใจรัก มีคุณธรรม จริยธรรม การปรับระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพคล่องตัว การเพิ่มโอกาสทางการศึกษาและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหาร และจัดการศึกษาจะเป็นการพัฒนานักเรียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2555) พบว่าครูที่ดีควรมีคุณลักษณะ 3 ด้านคือ ด้านคุณลักษณะ ด้านความรู้ของครู และด้านการถ่ายทอดความรู้ สอดคล้องกับบทความวิจัยของ (พรพรรณ สมบูรณ์, 2554) พบว่า ในการบริหารการเปลี่ยนผ่านจากโรงเรียนสู่การทำงานของนักเรียนพิการะดับมัธยมศึกษาชั้น ผู้บริหารโรงเรียนควรตระหนักถึงองค์ประกอบ 8 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบ การพัฒนา นโยบายการเปลี่ยนผ่าน การวางแผนการเปลี่ยนผ่าน การพัฒนาครู การมีส่วนร่วมของครอบครัว การจัดชั้นเรียน กระบวนการเปลี่ยนผ่าน การพัฒนานักเรียน และหลักสูตรและการประสานความร่วมมือ การบริหารการเปลี่ยนผ่านจึงจะประสบความสำเร็จ (Meador & Derrick, 2013) พบว่าสภาพแวดล้อมของสถานศึกษา เป็นปัจจัยสำคัญของตลาดแรงงาน และชุมชนในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทำให้นักเรียน ผู้ปกครองเกิดความรู้สึกที่ดีเกี่ยวกับสถานศึกษา ทำให้เกิดความพึงพอใจอันนำไปสู่ความจงรักภักดีในที่สุด (Smith & Emma, 2008) พบว่า คุณภาพครูเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของโรงเรียน จึงเป็นที่มาของการปรับปรุงคุณภาพครูเพื่อช่วยให้โรงเรียนประสบความสำเร็จ

ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา แนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ (Schiffman & Kanuk, 2007) ซึ่งกล่าวถึง ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่ประกอบด้วยวัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภค (Kotler & Armstrong, 2009) พบว่า วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในทางกว้างและทางลึก นักการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจบทบาทที่แสดงออกโดย วัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมย่อย และชั้นสังคมของผู้บริโภค (Lamb, Hair & McDaniel, 2000) พบว่า กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มบุคคลทุกกลุ่มในสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Hoyer & MacInnis, 2008) พบว่า สถานะทางสังคมหรือเชื้อชาติ จะมีรูปแบบพฤติกรรมร่วมกันและสามารถแยกให้เห็นความแตกต่างจากวัฒนธรรมของชาตินำไปสู่พฤติกรรมการบริโภค

กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษาที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาแนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ (Lovelock & Wirtz, 2007) ซึ่งกล่าวถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7P's เป็นตัวแปรสำคัญต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของสถานศึกษาที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย และ (สุชาติ อังคจินดา, 2553) พบว่า 1) องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เทคโนโลยีทางการศึกษา การจัดทำและพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ที่เน้นนักเรียนเป็นสำคัญ และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ด้านราคา ได้แก่ การช่วยเหลือนักเรียน ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน 2) องค์ประกอบความสำเร็จ ประกอบด้วย ด้านการบริหารสถานศึกษา ด้านคุณภาพนักเรียน ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านครูและเจ้าหน้าที่ และด้านการเงินและ 3) องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน การจัดทำและพัฒนาหลักสูตร และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Kenneth & Donald, 2004) พบว่า ส่วนประสมการตลาดเป็นจุดเริ่มต้นของการวิเคราะห์การทำการตลาดโดยทั่วไป ซึ่งการตลาด

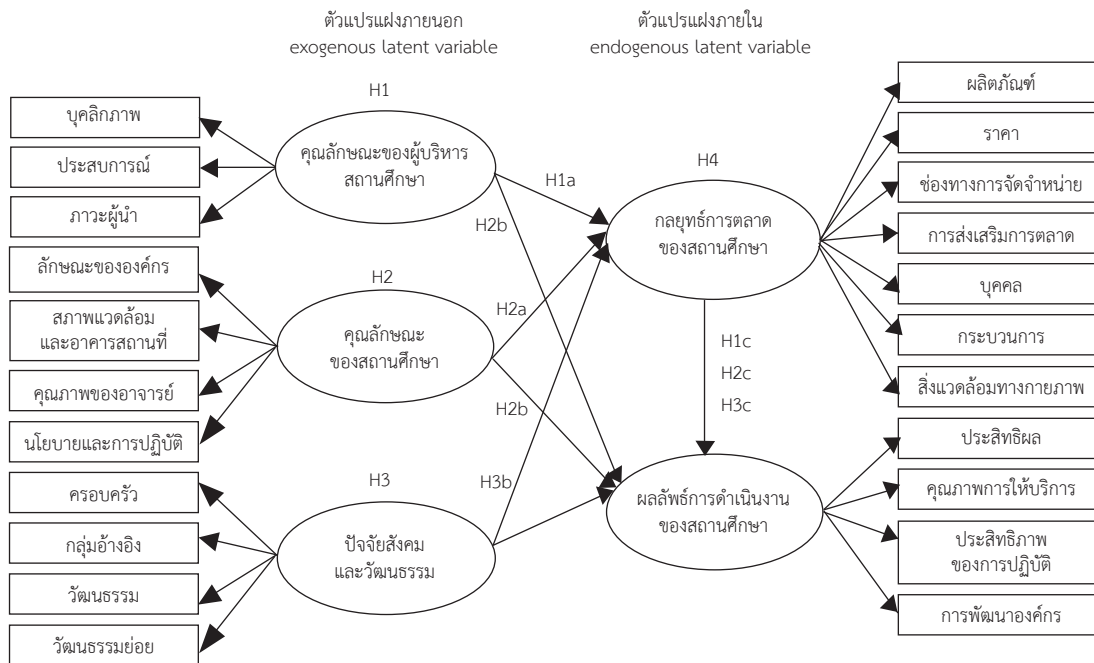
ทางตรงเป็นส่วนประกอบหนึ่งในส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริม

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลักๆ ในเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาของ (Kotler & Keller, 2012) คุณลักษณะของสถานศึกษาที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาของ (Hankinson, 2005) ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาของ (Kotler & Armstrong, 2009) กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษาที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาของ (Lovelock & Wirtz, 2007) สามารถแสดงความเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปรและกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย และสมมติฐานการวิจัย ดังภาพ 1

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ กลุ่มผู้บริหาร จำนวน 492 คน และกลุ่มนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 จำนวน 492 คน รวมทั้งสิ้น 984 คน จากจำนวนสถานศึกษา 79 แห่ง (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและกำลังคนอาชีวศึกษา, 2555) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ท ที่ผ่านการหาคุณภาพของแบบสอบถามทั้งค่าความตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยการหาความตรงใช้เทคนิค Index of Item Objective Congruence (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.6 ทุกข้อ สำหรับการหาค่าความเชื่อมั่นใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกลุ่มผู้บริหาร เท่ากับ 0.96 ค่าความเชื่อมั่น



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง โมเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ของแบบสอบถามกลุ่มนักเรียนเท่ากับ 0.97 ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นที่คำนวณได้มากกว่า 0.80 แสดงว่าเครื่องมือแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2551) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปร และค่าความโค้ง และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อยืนยันตัวบ่งชี้องค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลการวัด การทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุ และการค้นหาโมเดลกลยุทธ์ที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้ค้นพบ โมเดลกลยุทธ์ที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ จำนวนสองโมเดล โดยแบ่งตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มนักเรียนดังนี้

1. โมเดลกลยุทธ์ที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารสถานศึกษา

1.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ของคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา คุณลักษณะของสถานศึกษา ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาของกลุ่มผู้บริหารพบว่าคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 3.86 โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านบุคลิกภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.00 คุณลักษณะของสถานศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 3.86 โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านคุณภาพของอาจารย์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.08 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 3.83 โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านครอบครัวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.99 กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.10 โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.38 และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 3.82 โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านประสิทธิผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.14

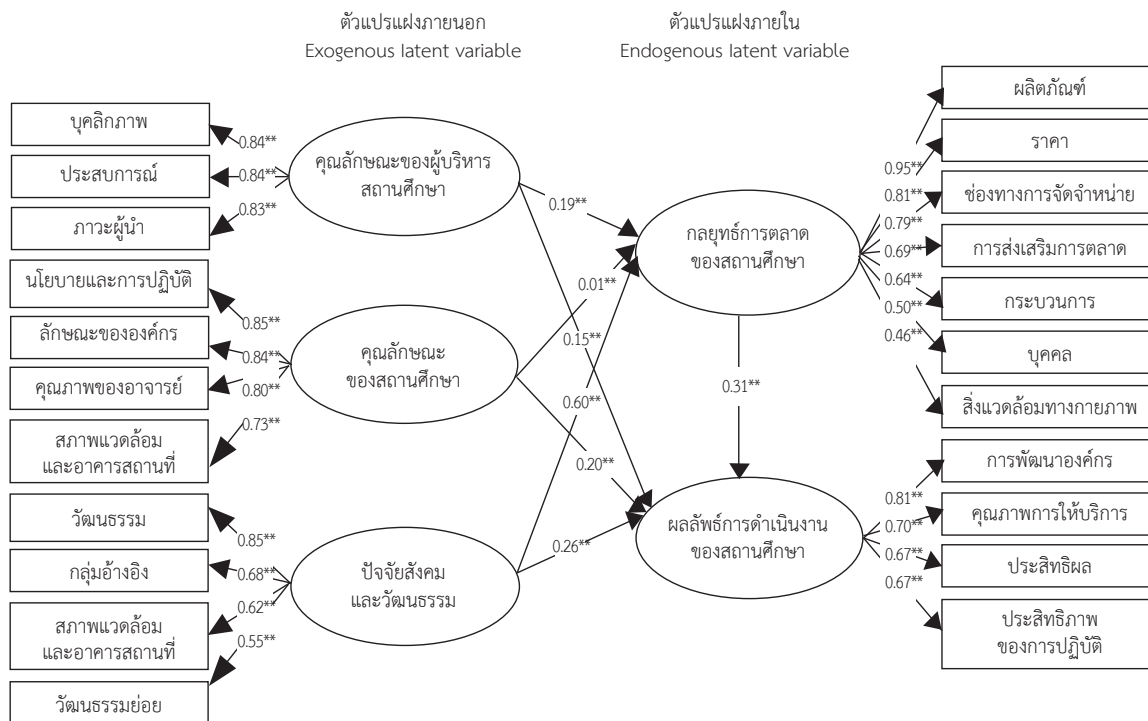
1.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา คุณลักษณะของสถานศึกษา ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ ด้านประสบการณ์ และด้านภาวะผู้นำ โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านภาวะผู้นำมีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.94) รองลงมาด้านบุคลิกภาพ (0.89) และด้านประสบการณ์ (0.88) คุณลักษณะของสถานศึกษาประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านลักษณะขององค์กร ด้านสภาพแวดล้อมและอาคารสถานที่ ด้านคุณภาพของอาจารย์ และด้านนโยบายและการปฏิบัติ โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านนโยบายและการปฏิบัติ มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.91) รองลงมาด้านลักษณะขององค์กร (0.88) ด้านสภาพแวดล้อมและอาคารสถานที่ (0.86) และด้านคุณภาพของอาจารย์ (0.87) ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านวัฒนธรรม และด้านวัฒนธรรมย่อย โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านวัฒนธรรมมีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.87) รองลงมาด้านกลุ่มอ้างอิง (0.84) ด้านวัฒนธรรมย่อย (0.75) และด้านครอบครัว (0.70) กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษาประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 7 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านบุคคลมีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.89) รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด (0.88) และด้านราคาและด้านกระบวนการเท่ากัน (0.82) และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านประสิทธิผล ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติ และด้านการพัฒนาองค์กร โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติ มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.95) รองลงมาด้านคุณภาพการให้บริการ และการพัฒนาองค์กรมีค่าเท่ากัน (0.90)

1.3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กลุ่มผู้บริหารสถานศึกษา

พบว่าปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษามากที่สุดเท่ากับ 0.26 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณา จากค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของตัวแปรกับข้อมูล เชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 73.82$, $df = 62$, $\chi^2 / df = 1.191$, $P\text{-value} = 0.145$, $CFI = 0.998$, $TLI = 0.994$, $SRMR = 0.034$, $RMSEA = 0.020$)

1.4 ผลการค้นหาโมเดลกลยุทธ์การตลาด ที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ของกลุ่มผู้บริหารสถานศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้บริหาร สถานศึกษา คุณลักษณะของสถานศึกษา และปัจจัยสังคม และวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของ สถานศึกษา โดยให้ความสำคัญดังนี้ คุณลักษณะของ ผู้บริหารสถานศึกษา ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ และด้าน

ประสบการณ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านภาวะผู้นำ คุณลักษณะของสถานศึกษา ได้แก่ ด้านนโยบายและ การปฏิบัติมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะขององค์กร ด้านคุณภาพของอาจารย์ และด้านสภาพแวดล้อมและ อาคารสถานที่ ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ด้าน วัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้าน ครอบครัว และด้านวัฒนธรรมย่อย กลยุทธ์การตลาดของ สถานศึกษา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ ตามลำดับ และผลลัพธ์การดำเนินงาน ของสถานศึกษา ได้แก่ ด้านการพัฒนาองค์กรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านประสิทธิผล และด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติ ตามลำดับ แสดงได้ ดังภาพ 2



หมายเหตุ → หมายถึงเส้นอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพ 2 โมเดลสมการโครงสร้างของกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กลุ่มผู้บริหารสถานศึกษา เขตภาคใต้

2. โมเดลกลยุทธ์ที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงาน สำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ตามความคิดเห็นของกลุ่มนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3

2.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของ ตัวแปรสังเกตได้ของคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา คุณลักษณะของสถานศึกษา ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาของกลุ่มนักเรียนพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.86 โดยตัวแปรสังเกตได้ ด้านบุคลิกภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.93 คุณลักษณะของสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.73 โดยตัวแปรสังเกตได้ ด้านคุณภาพของอาจารย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.82 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 3.80 โดยตัวแปรสังเกตได้ ด้านครอบครัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.00 กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 3.79 โดยตัวแปรสังเกตได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.86 และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.72 โดยตัวแปรสังเกตได้ ประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.83

2.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับที่สองของคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา คุณลักษณะของสถานศึกษา ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษาและผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาพบว่าคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ ด้านประสบการณ์ และด้านภาวะผู้นำ โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านภาวะผู้นำมีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.98) รองลงมาด้านประสบการณ์ (0.96) และด้านบุคลิกภาพ (0.70) คุณลักษณะของสถานศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านลักษณะองค์กร ด้านสภาพแวดล้อมและอาคารสถานที่ ด้านคุณภาพของอาจารย์ และด้านนโยบายและการปฏิบัติ โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านคุณภาพของอาจารย์มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.97) รองลงมาด้านสภาพแวดล้อมและอาคารสถานที่ (0.90) ด้านลักษณะองค์กร (0.84) และนโยบายและการปฏิบัติ (0.79) ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย

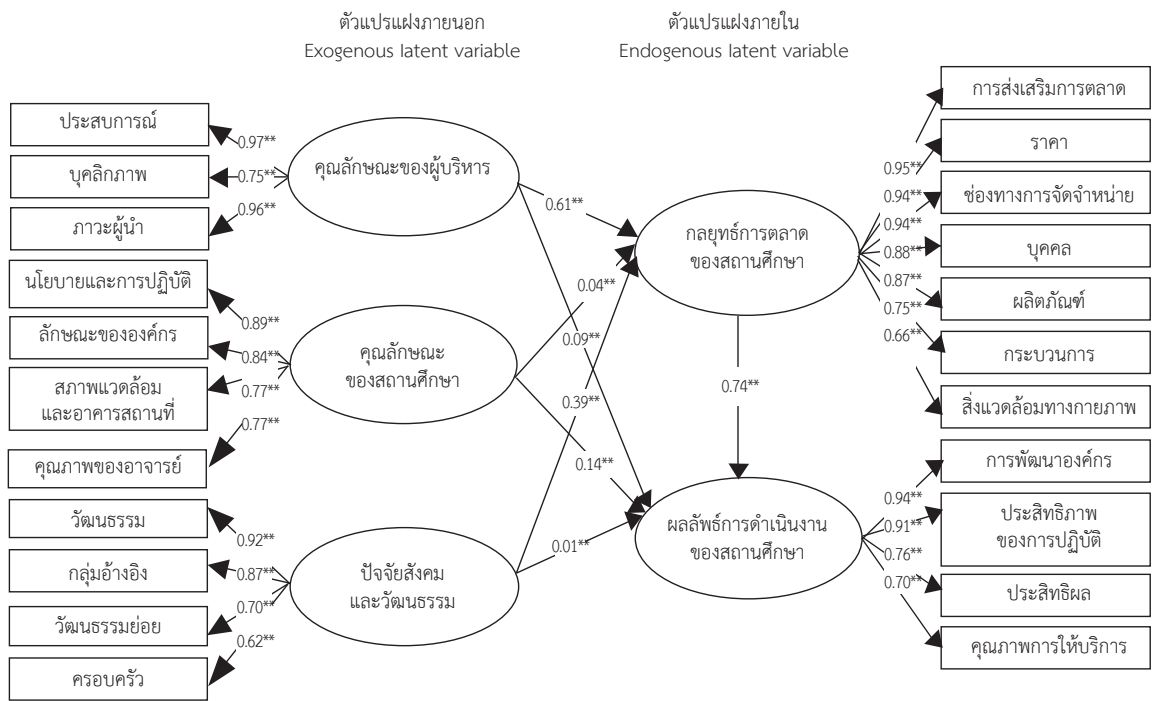
ด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านวัฒนธรรม และด้านวัฒนธรรมย่อย โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านกลุ่มอ้างอิง มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (1.00) รองลงมาด้านวัฒนธรรม (0.91) ด้านวัฒนธรรมย่อย (0.77) และด้านครอบครัว (0.67) กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษาประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 7 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านการส่งเสริมการตลาดมีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.98) รองลงมาด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเท่ากัน (0.95) และด้านกระบวนการ (0.93) และผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านประสิทธิผล ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติ และด้านการพัฒนาองค์กร โดยตัวแปรสังเกตได้ด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติ มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.95) รองลงมาด้านประสิทธิผล (0.93) ด้านการพัฒนาองค์กร (0.92)

2.3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กลุ่มนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของสถานศึกษามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษามากที่สุดเท่ากับ 0.14 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนั้นโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($X^2=68.96$, $df=55$, $X^2/df=1.254$, $P\text{-value}=0.098$, $CFI=0.999$, $TLI=0.995$, $SRMR=0.022$, $RMSEA=0.023$)

2.4 ผลการค้นหามอเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ของกลุ่มนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 พบว่า คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา คุณลักษณะของสถานศึกษา ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา โดยให้ความสำคัญดังนี้ คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา ได้แก่ ด้านประสบการณ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านภาวะผู้นำ

และด้านบุคลิกภาพตามลำดับ คุณลักษณะของสถานศึกษา ได้แก่ ด้านนโยบายและการปฏิบัติมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะองค์กร ด้านสภาพแวดล้อมและอาคารสถานที่ ด้านคุณภาพของอาจารย์ ตามลำดับ ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านวัฒนธรรมย่อย และด้านครอบครัว ตามลำดับ กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพตามลำดับ ด้านผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา ได้แก่ ด้านการพัฒนาองค์กรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติ ด้านประสิทธิผล และด้านคุณภาพการให้บริการตามลำดับ แสดงได้ดังภาพ 3

ผู้บริหาร พบว่าด้านคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา ให้ความสำคัญบุคลิกภาพสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ (Fisher, Belcher and Sanders, 2000) กล่าวว่า บุคลิกภาพของผู้บริหารที่มีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง (autonomy) มีนวัตกรรม (innovativeness) กล้าที่จะยอมรับความเสี่ยงกล้าที่จะแข่งขันเชิงรุก (competitive aggressiveness) มีความสม่ำเสมอ และใส่ใจที่จะเรียนรู้ (stability and learning orientation) และมีความใส่ใจ ในความสำเร็จมีผลต่อความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษา ด้านคุณลักษณะของสถานศึกษาให้ความสำคัญ คุณภาพของอาจารย์สูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ (Ubben, Hughes & Norris, 2004) กล่าวว่า คุณภาพของอาจารย์ต้องเป็นบุคคลที่คำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นกับนักเรียน มีพฤติกรรมการสอนที่ส่งผลดี การคิดอย่าง



หมายเหตุ → หมายถึงเส้นอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพ 3 โมเดลสมการโครงสร้างของกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กลุ่มผู้บริหารเขตภาคใต้

อภิปรายผล

1. โมเดลกลยุทธ์ที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงาน สำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ตามความคิดเห็นของกลุ่ม

เป็นระบบ และการเป็นผู้กระทำเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ในตัวอาจารย์ด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้กับผู้อื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พินิจ ณรงค์ศักดิ์, 2550) พบว่า คุณลักษณะของอาจารย์ต้องมีความเป็นผู้มีคุณธรรม

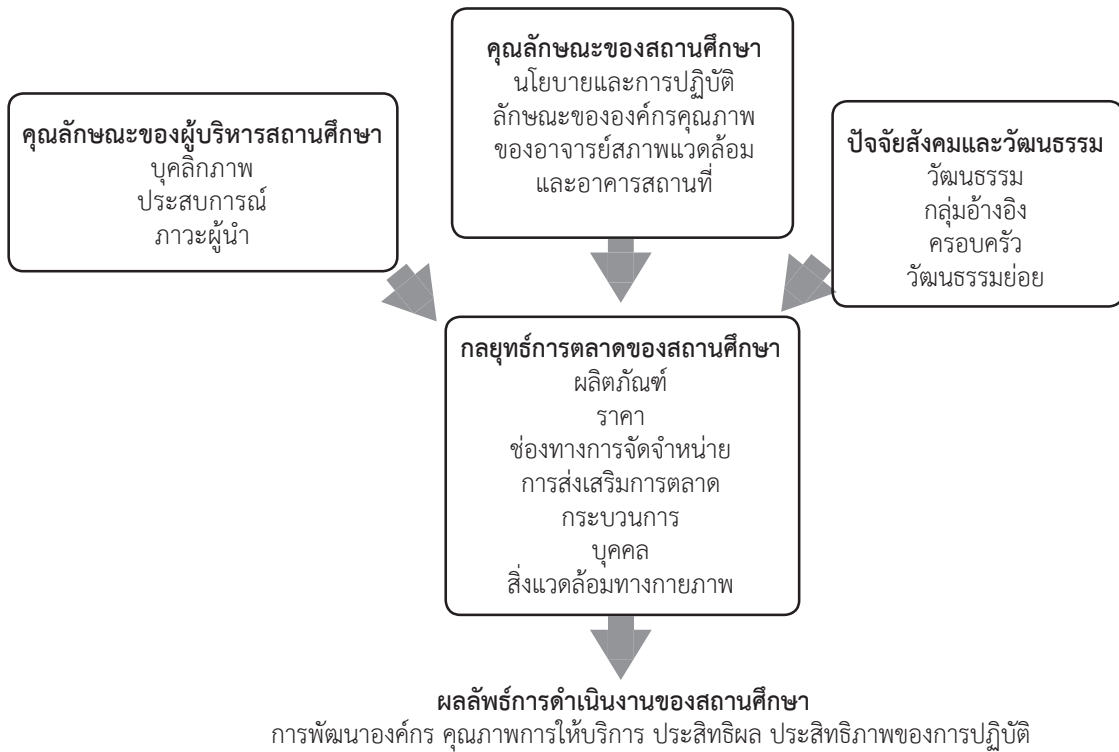
จริยธรรม และวิญญานความเป็นครู มีความสามารถวางแผนการเรียนการสอน มีความสามารถด้านการจัดการเรียนการสอน มีความสามารถด้านการประเมินผลการเรียนการสอน มีความสามารถด้านการติดตามความก้าวหน้าและการพัฒนาองค์กร และมีความสามารถด้านการบริการวิชาการ ด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ให้ความสำคัญครอบคลุมสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ (Schiffman & Kanuk, 2007) กล่าวว่าครอบครัวช่วยให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคมจากการปฏิบัติต่อกันของคนในครอบครัว การอบรมให้รู้จักระเบียบของสังคมในรูปแบบอื่น ๆ ด้านกลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษาให้ความสำคัญสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พอเจตน์ จงบุรี, 2551) พบว่า การจัดสภาพแวดล้อม การวางผังหรือแผนในการตกแต่งพื้นที่ทั้งหมดของสถานศึกษา ส่งผลต่อการเรียนการสอนมากที่สุด และด้านผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษา พบว่าให้ความสำคัญประสิทธิผลสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ (Hoy & Miskel, 2001) ที่กล่าวว่า ประสิทธิภาพ เป็นความสามารถขององค์กรในการแสวงหาผลประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ได้ทรัพยากรที่หาได้ยากและมีคุณค่าซึ่งจะนำไปใช้ในการสนับสนุนการดำเนินการขององค์กร

2. โมเดลกลยุทธ์ที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ตามความคิดเห็นของกลุ่มนักเรียน พบว่า ด้านคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญบุคลิกภาพสูงสุดสอดคล้องกับแนวคิดของ (Fisher, Belcher & Sanders, 2000) กล่าวว่า บุคลิกภาพของผู้บริหารที่มีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง (autonomy) มีนวัตกรรม (innovativeness) กล้าที่จะยอมรับความเสี่ยง กล้าที่จะแข่งขันเชิงรุก (competitive aggressiveness) มีความสม่ำเสมอ และใส่ใจที่จะเรียนรู้ (stability and learning orientation) และมีความใฝ่ใจในความสำเร็จ มีผลต่อความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษา ด้านคุณลักษณะของสถานศึกษาให้ความสำคัญคุณภาพของอาจารย์สูงสุดสอดคล้องกับแนวคิดของ (Ubben, Hughes & Norris, 2004) กล่าวว่า คุณภาพของอาจารย์ต้องเป็นบุคคลที่คำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นกับนักเรียน มีพฤติกรรม การสอนที่ส่งผลดี การคิดอย่างเป็นระบบ และการเป็นผู้กระทำเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในตัวอาจารย์ด้วยตนเอง

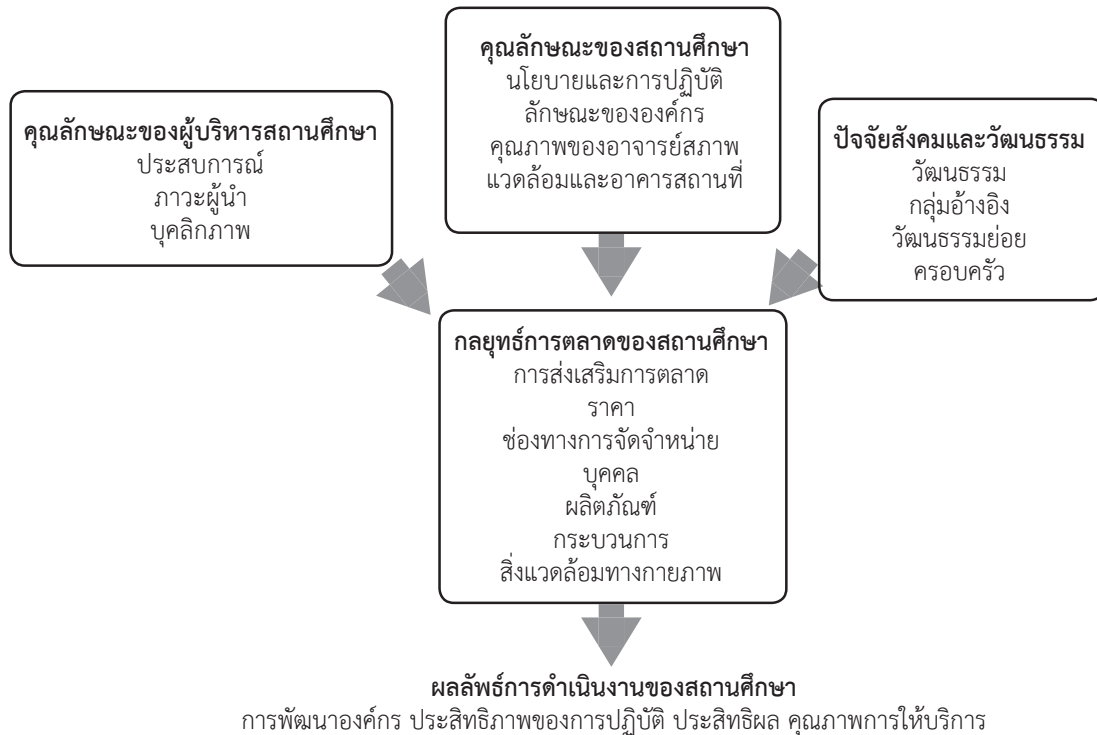
เพื่อให้เกิดการเรียนรู้กับผู้อื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พินิจ ณรงค์ศักดิ์, 2550) พบว่า คุณลักษณะของอาจารย์ต้องมีความเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม และวิญญานความเป็นครู มีความสามารถวางแผนการเรียนการสอน มีความสามารถด้านการจัดการเรียนการสอน มีความสามารถด้านการประเมินผลการเรียนการสอน มีความสามารถด้านการติดตามความก้าวหน้าและการพัฒนาองค์กร และมีความสามารถด้านการบริการวิชาการ ด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมให้ความสำคัญครอบคลุมสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ (Schiffman & Kanuk, 2007) ที่กล่าวว่า ครอบครัวมีความสำคัญต่อพฤติกรรม การบริโภคสินค้าต่าง ๆ การตัดสินใจซื้อของแต่ละคนมักจะได้รับอิทธิพลอย่างมากจากสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัว และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Hawkins et al, 2001) ที่กล่าวว่า ครอบครัวช่วยให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคมจากการปฏิบัติต่อกันของคนในครอบครัว การอบรมให้รู้จักระเบียบของสังคมในรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบต่อทัศนคติของบุคคล ด้านกลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ (Kenneth & Donald, 2004) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อสารเพื่อโฆษณาสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท พยายามที่จะส่งเสริมให้การตลาดบรรลุเป้าหมายได้ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้า สนใจสินค้า ลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรม และด้านผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาให้ความสำคัญประสิทธิผลสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Robbins & Stephen, (2005) ที่กล่าวว่า ความสำเร็จขององค์กรจะดำรงจนถึงการพัฒนาวัตถุประสงค์ขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายเกิดความพึงพอใจในงาน

การนำโมเดลที่ค้นพบไปประยุกต์ใช้

จากรูปแบบกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และสถานศึกษาของรัฐและเอกชนสามารถนำกลยุทธ์ที่เหมาะสมประยุกต์ใช้ ดังภาพ 4 และภาพ 5 ดังนี้



ภาพ 4 โมเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการ
การอาชีวศึกษาเขตภาคใต้กลุ่มผู้บริหาร



ภาพ 5 โมเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการ
การอาชีวศึกษาเขตภาคใต้กลุ่มนักเรียน

กลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงาน สำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหาร ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษาด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดหลักสูตรสายวิชาชีพให้มีความหลากหลาย มีคุณภาพ ทันสมัยและตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน มีโครงการพัฒนานักเรียนในด้านต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสมและทันสมัยกับตลาดแรงงาน มีสถานประกอบการเพื่อการฝึกประสบการณ์ที่มีคุณภาพ ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการหลักสูตร และนักเรียนมีความสามารถตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน ทั้งภายในประเทศและประชาคมอาเซียน

กลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงาน สำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ตามความคิดเห็นของกลุ่มนักเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับ กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก โดยผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดกิจกรรมเพื่อให้ข้อมูลนักเรียนในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ เช่น จัดอาจารย์ในหลักสูตรแนะแนวด้านการเรียนวิชาชีพให้กับนักเรียน จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักเรียนที่หลากหลาย เปิดสถานศึกษา (open house) ให้นักเรียนและผู้ปกครองได้เข้าใจแนวทางการเรียนและจัดนักเรียนรุ่นพี่แนะนำการเรียนวิชาชีพ

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยค้นหาโมเดลกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อผลลัพธ์การดำเนินงานสำหรับสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคใต้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

1. ควรกำหนดนโยบายในการคัดเลือกและแต่งตั้งผู้บริหารสถานศึกษาโดยต้องเน้นด้านคุณสมบัติ เช่น มีประสบการณ์ ภาวะผู้นำ และบุคลิกภาพที่เหมาะสม
2. ควรวางแนวทางและกำหนดมาตรการด้านลักษณะของสถานศึกษาอาชีวศึกษาเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพในแต่ละด้าน เช่น ลักษณะขององค์กร

การจัดสภาพแวดล้อมและอาคารสถานที่ การพัฒนาอาจารย์ และนโยบายและการปฏิบัติในการบริหารงานของสถานศึกษา

3. ควรวางแนวทางในการรับนักเรียนและพัฒนา นักเรียน ที่เป็นระบบและมีศักยภาพในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายเหมาะสมกับสภาพสังคมปัจจุบัน

4. ควรกำหนดแนวทางในการบริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษา เช่น กลยุทธ์การตลาดและผลลัพธ์การดำเนินงานของสถานศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อให้เป็นแนวทางในการจัดการศึกษาของสถานศึกษาของรัฐที่มีประสิทธิภาพ และเป็นสถานศึกษาชั้นนำในการผลิตแรงงานที่มีประสิทธิภาพ ตามเป้าหมายของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติสำหรับสถานศึกษา

1. ควรกำหนดนโยบายพัฒนาผู้บริหารรุ่นใหม่ของสถานศึกษาให้มีศักยภาพในการบริหารงาน เช่น ภาวะผู้นำ บุคลิกภาพ และประสบการณ์ ซึ่งสถานศึกษาอาจจะจัดกิจกรรมพัฒนาการบริหารงานให้กับกลุ่มเป้าหมายภายในสถานศึกษาเองหรือให้ผู้บริหารเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันพัฒนาผู้บริหาร

2. ควรวางมาตรการในการบริหารสถานศึกษาให้เหมาะสมและมีความชัดเจน ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 คุณลักษณะของสถานศึกษา ควรมีการกำหนดนโยบายและการปฏิบัติ ลักษณะขององค์กร สภาพแวดล้อมและอาคารสถานที่ และคุณภาพอาจารย์

2.2 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ควรมีการสร้างความเข้าใจการเรียนสายวิชาชีพให้กับนักเรียนและผู้ปกครองในด้านโอกาสการทำงานและการศึกษาต่อ

2.3 กลยุทธ์การตลาดของสถานศึกษา ควรกำหนดนโยบายสร้างศักยภาพในการพัฒนานักเรียน การรับนักเรียน การพัฒนานักเรียน การอำนวยความสะดวกให้กับนักเรียนในด้านต่าง ๆ ทั้งในการเรียนและการใช้ชีวิตในสถานศึกษาด้วยความมั่นใจและปลอดภัย

2.4 ผลการดำเนินงานของสถานศึกษา ควรสร้างมาตรการและความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน ผู้ปกครอง สถานประกอบการและสังคม ในการเป็นสถานศึกษามีศักยภาพและความเข้มแข็งในการผลิตแรงงานที่มีคุณภาพ เป็นคนเก่ง คนดีและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยบูรณาการเพื่อศึกษาข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เนื่องจากงานวิจัยนี้ได้วิจัยเฉพาะข้อมูลเชิงปริมาณ หากได้ข้อมูลจากกลุ่มที่เกี่ยวข้องในเชิงคุณภาพ จะเป็นข้อมูลที่ช่วยการจัดการศึกษาของสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรมีการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างระดับประเทศ หรือแต่ละเขตภูมิภาคตั้งงานวิจัยนี้ จะทำให้ได้ข้อค้นพบเพื่อกำหนดนโยบายและการวางแผนพัฒนาสถานศึกษา

ของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาให้มีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับสังคม ในการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับตลาดแรงงานที่สอดคล้องกับความต้องการของประเทศและเวทีประชาคมอาเซียน

3. ควรมีการวิจัยโดยเพิ่มตัวแปรภายนอก เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและปัจจัยด้านบรรยากาศของสถานศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง เช่น ผู้ปกครอง และสถานประกอบการ จะทำให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการวางแผนการจัดการศึกษาของสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2555). *ลักษณะครูที่ดี*. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2555, จาก <http://www.moe.go.th/moe/th/blog/view-blog.php?memberid=1402>.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จารุณี แก้วเอียน. (2553). *รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นขององค์ประกอบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริหารของคณบดีในมหาวิทยาลัยราชภัฏ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต. สาขาการบริหารการศึกษา.
- พรพรรณ สมบูรณ์ และนพดล เจนอักษร. (2554). *เดือนมกราคม-เมษายน. การแปลผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคัลในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์*. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. 16(1),92-105.
- พอเจตน์ จงบุรี. (2551). *การจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อการเรียนการสอนของวิทยาลัยสารพัดช่างนครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- พินิจ ณรงค์ศักดิ์. (2550). *แนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของอาจารย์ตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพสำนักงานการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตขอนแก่น*. รายงานการศึกษานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุชาติ อัจฉินดา. (2553). *องค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2555). *ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและกำลังคนอาชีวศึกษา พ.ศ. 2550-2555*, เอกสารอัดสำเนา.
- _____. (2552). *หลักการ ทฤษฎี และนโยบายการปฏิรูปการอาชีวศึกษา* กรุงเทพมหานคร :กระทรวงศึกษาธิการ.
- _____. (2552). *การปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ. 2552-2561)*. กรุงเทพฯ :พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. (2000). *Marketing, 5th ed.* USA. : South Western College Publishing, Co.
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing. (5th ed.)*, New York : Harper Collins.
- Fisher, Belcher and Sanders. (2000). *Recruitment techniques that influences students to attend four – year automotive programs*. *Journal of Vocational Education research*; v.25 no.2: 104 – 125.

- Hankinson, G. (2005). *Destination brand images: a business tourism perspective*. Journal of Services Marketing, 19 (1), 24-32.
- Hawkins, Del I., Best, Roger J., Coney, Kenneth A. (2001). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. Boston : Irwin/McGraw Hill.
- Hoyer, W.D., & MacInnis, D.J. (2008). *Consumer Behavior.(5th edition)*.South-Western College Pub.
- Hoy,W.K., & Miskel,C.G. (2001). *Educational Administration Theory-Research-Practice. 6thed*. Singapore : McGraw-Hill.
- Kenneth & Donald. (2004). *Marketing Management*. New York : Prentice Hall International.
- Kotler P. & Keller K. (2012). *Marketing Management: The millennium 14 edition*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2003).*Strategic Marketing for Nonprofit Organizations. (6th ed.)*. New Jersey: Pearson Education International.
- Kotler & Armstrong. (2009). *Principles of Marketing by Pearson Education Indochina Ltd*.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2007). *Service Marketing: People, Technology, Strategy, Seventh Edition*. NJ: Pearson Prentice Hall.
- Meador, Derrick. (2013, May 7). *Qualities of an Effective Teacher*. [Online]. Available : <http://www.teaching-about.com>.
- Robbins, Stephen P. (2005). *Organizational behavior.(11thed)*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Schiffman L.G., Kanuk L.L. (2007). *Consumer behavior. (9thed)* Upper Saddle River, NJ : Prentice – Hall.
- Smith, Emma. (2008). *Raising standards in American schools? Problems with improving teacher quality*. Teaching and Teacher Education.24 : 610-621. Available online at www.sciencedirect.com.
- Ubben,G.C.,Hughes,L.W. & Norris, C.J. (2004). *The Principal : Creative Leadership for Effective in School. 5thed*. New York : Pearson Education.
- Wallace, M. & Poulson, L. (2003). *Educationnal Leadership & Management*. London : Sage Publication, Inc.
- Yukl, G. A. (2006). *Leadership Organization. 6thed*. New York: Pearson Prentice-Hall.