

การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษา ของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

A Study on The Stakeholder's Opinion toward Vocational Education Image In the Institute of Vocational Education : Northeastern Region 1

มงคล แก้วรอด^{1*}

Mongkol Khawerod^{1*}

^{1*}สาขาวิชาการบริหารการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000
สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 จังหวัดหนองคาย 4300

¹Field of Educational Administration, Faculty of Education, Khon Kaen University 40000
Institute of Vocational Education : Northeastern Region 1 Nongkhai 43000

Received : 2020-05-01 Revised : 2020-05-25 Accepted : 2020-06-01

บทคัดย่อ

การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาชีวศึกษา (Document Research) ระยะที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 พื้นที่ทำการศึกษาศึกษาในกลุ่มสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ประกอบด้วย วิทยาลัยอาชีวศึกษาหนองคาย วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู วิทยาลัยอาชีวศึกษาเลย วิทยาลัยเทคนิค บึงกาฬ ตัวแทนนักเรียนศึกษา และผู้ปกครอง สถานศึกษาละ 1 คน รวมจำนวน 10 คน สถานประกอบการ ได้แก่ บริษัทเซ็นทรัลกรุ๊ป จำนวน 1 คน และโรงแรมรอยัลคัลลิปิซพัทยา จำนวน 1 คน รวมจำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์

ตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาข้อคำถามในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุม เนื้อหาครบถ้วน ข้อคำถามถูกต้องเหมาะสม ตรงตามโครงสร้าง และภาษาที่ใช้เหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุปการวิจัย

ผลการวิจัย การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ตามองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพนักเรียนนักศึกษา พบว่า มีความสามารถในการปฏิบัติงาน มีความรับผิดชอบ มีน้ำใจ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย 2) ด้านการให้บริการ สังคมและชุมชนของสถานศึกษา พบว่า มีการนำความรู้ที่เรียนในชั้นเรียนออกบริการวิชาชีพในด้านต่าง ๆ ตามสถานการณ์จริง และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี 3) ด้านการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ พบว่า สามารถรับรู้ข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง เช่น ผ่านพับ วิทยุประชาสัมพันธ์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ เป็นต้น 4) ด้านการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและการปรับหลักสูตรสมรรถนะเพื่อการทำงาน พบว่า มีหลักสูตรที่หลากหลาย มีความยืดหยุ่นในการเรียนการสอน มีการเรียนการสอนระบบทวิภาคี หลักสูตรตรงตาม

*มงคล แก้วรอด

E-mail : m0831402999@gmail.com

ความต้องการของตลาดแรงงานและสถานประกอบการ 5) ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษา พบว่า มีการจัดห้องเรียน ห้องปฏิบัติการที่เพียงพอและทันสมัย สามารถตอบสนองการเรียน การสอนได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย,ภาพลักษณ์อาชีวศึกษา

Abstract

The objective of this research was to study the opinion of stakeholders on vocational education images in the northeast. This research was carried out by qualitative research that divided into two phases. Phase 1 : The document study of vocational education image; Phase 2 : The In-depth Interview of stakeholders of vocational education image among vocational education schools in the northeast of Thailand. The stakeholders consisted of purposive sampling : representative students and parents from Nong Khai Vocational College, Udon Thani Vocational College, Nong Bua Lamphu Technical College, Loei Vocational College, Bueng Kan Technical College, and Khon Kaen Vocational College (Totally 12 people). The enterprises included 2 people from Central Group Company and the Royal Clip Beach Pattaya. The data instruments comprised the In-depth interview; checked the quality of the interview with the validation method by experts, considered the comprehensive questions of interview and content, appropriate questions according to the structure, appropriate language for data providers, and data analysis in research methods by triangulation and then used the data to analyze the research summary.

The result of a study on the opinion of stakeholders on vocational education image in term of 5 aspects were as follows : 1) The quality of students, they had the abilities in operation, responsibility, kindness, and they dressed neatly and properl ;, 2) Social and community service of the school, students used knowledge learned in the classroom to provide professional services in various fields according to real situation and to solve immediate problems very wel ;, 3) Public relations for perception, students received news in various ways, such as brochures, radio for public relations, Facebook, and website, etc. ; 4) The education curriculum development and adjustment of the competency curriculum for employment, many courses were flexible in teaching, there was a Dual Vocational Training Program, and the curriculum met the needs of the labor market and the workplace ; and 5) Workplaces, environment, and atmosphere of the school, there were adequate and modern classroom arrangement and laboratory which can provide effective teaching and learning.

Keywords : stakeholders, vocational education image.

1. บทนำ

การศึกษาในปัจจุบันมีความสำคัญต่อการพัฒนา กำลังคนในประเทศเป็นอย่างมาก เพราะคนคืออนาคต ของชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ดังนั้นการจัดการ อาชีวศึกษาก็เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างชาติ โดยการ จัด การศึกษาอาชีพเพื่อตอบสนองความต้องการในการผลิต และพัฒนากำลังคนเข้าสู่ตลาดแรงงานให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสู่สากล จากแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560-2579 ซึ่งเป็น

แผนแม่บทระยะยาว 20 ปี ที่สถานศึกษาต่าง ๆ ใช้เป็นกรอบแนวทางในการจัดการศึกษา ตามยุทธศาสตร์ที่ 2 : การผลิตและพัฒนากำลังคน การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเป้าหมาย 2.1 กำหนดไว้ว่ากำลังคนมีทักษะที่สำคัญจำเป็นและมีสมรรถนะตรงตามความต้องการของตลาดงานและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และยุทธศาสตร์ที่ 4.1 การสร้างโอกาส ความเสมอภาคและความเท่าเทียมทางการศึกษาเป้าหมาย 4.2 เพิ่มโอกาสทางการศึกษาผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการ ศึกษาสำหรับคนทุกช่วงวัยยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะบรรลุเป้าหมายที่กำหนด และจากบรรยายพิเศษของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า การพัฒนาอาชีวศึกษาให้ตอบโจทย์การพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืนใน 7 ประเด็นหลัก คือ 1) การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยยึดยุทธศาสตร์ชาติเป็นจุดเน้นด้านการศึกษา 2) คุณภาพการจัดการเรียนการสอนภายใต้ความร่วมมือกับสถานประกอบการ ยกย่องระดับการจัดการศึกษาในระบบทวิภาคี ให้ผู้เรียนมีทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน 3) ยกย่องความสามารถทางภาษา พัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษแบบเข้มข้น เพื่อเพิ่มทักษะสำหรับใช้ในการประกอบอาชีพ เน้นการสื่อสารตามลักษณะอาชีพ สนับสนุนให้นักเรียน นักศึกษา ไปฝึกงานและแข่งขันทักษะในต่างประเทศ 4) ส่งเสริมการเรียนรู้ การใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในชีวิต ต้องพัฒนาผู้เรียนและผู้สอนให้สามารถใช้ดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำหรับสร้างอาชีพอย่างยั่งยืน 5) ความร่วมมือกับต่างประเทศเพื่อยกระดับอาชีวะมาตรฐานสากล อาทิ เยอรมัน ออสเตรเลีย จีน เกาหลี ญี่ปุ่น 6) การผลิตและพัฒนากำลังคนให้เพียงพอต่อความต้องการของสถานประกอบการ และต่อยอดทักษะอาชีพ หรือเสริมทักษะอาชีพ (Multi Skill) ใน

สาขาขาดแคลน และเป็นความต้องการในการพัฒนาประเทศ และ 7) การปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการผลิตและพัฒนากำลังคนรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อรองรับการเป็นประเทศไทย 4.0 ในช่วงเวลาที่ผ่านมากการอาชีวศึกษามีความมุ่งมั่นในการจัดการศึกษาด้านอาชีพเพื่อตอบโจทย์และตอบสนองต่อความต้องการของสถานประกอบการ ด้านคุณภาพผู้เรียน ด้านคุณภาพของครูผู้สอน ด้านการพัฒนาหลักสูตรให้มีความหลากหลาย และสิ่งแวดล้อมในสถานศึกษา รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้ปกครองนักเรียน นักศึกษา เพื่อเพิ่มปริมาณผู้เรียนสายอาชีวศึกษาให้เพิ่มขึ้น แต่ก็ยังไม่ได้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยเฉพาะ ปัญหาเรื่องการทะเลาะวิวาทของนักเรียน ศึกษาบางกลุ่มทำให้ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาถูกนำเสนอผ่านสื่อทางด้นลบและเกิดความเสียหาย สร้างความไม่เชื่อมั่นกับผู้ปกครอง ส่งผลให้ผู้เรียนในระดับอาชีวศึกษาลดลงและโยกไปถึงคุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษาด้านอาชีวศึกษาที่มาจากความไม่สอดคล้องระหว่างอุปสงค์และอุปทานด้านทักษะและประสบการณ์ของหน่วยผลิต นอกจากนี้ในการศึกษาวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ เรื่องการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อผลิตภาพ โดยสรุปปัญหาของระบบอาชีวศึกษาไว้ดังนี้ 1) การขาดแคลนในระบบอาชีวศึกษา 2) เงินอุดหนุนรายบุคคลไม่เพียงพอ 3) การขาดแคลนครูในระบบอาชีวศึกษา ในการวิจัยของณัฐสิริ รัชเกียรติวงศ์ ในเรื่องการปฏิรูปอาชีวศึกษาของประเทศไทย (TDRI) ได้ระบุปัญหาคุณภาพของอาชีวศึกษา (ภาคปกติ) มาจากสาเหตุใหญ่ ๆ 3 ประการ คือ 1) เนื้อหาไม่สอดคล้องกับทักษะที่จำเป็นต้องใช้ประกอบอาชีพ 2) สถานศึกษาอาชีวศึกษาขาดแคลนทรัพยากร 3) มีข้อบกพร่องในระบบประกันคุณภาพวิทยาลัยอาชีวศึกษา สำหรับอาชีวศึกษา (ภาคทวิภาคี) มีอุปสรรคในการขยายระบบอาชีวศึกษาดังนี้ 1) ขาดมาตรการส่งเสริมสามารถหวังผลได้จริง 2) ขาดระบบประกันคุณภาพ 3) ขาดองค์กรกลางที่ช่วยบริหารจาก

สภาพปัญหาของอาชีวศึกษาที่มาจากการวิจัยและการสะท้อนในสังคมโดยตรงทำให้ สำนักงานคณะกรรมการ การอาชีวศึกษาจึงต้องกำหนดนโยบายเพื่อขับเคลื่อนอาชีวศึกษาด้วยนโยบาย 4 พลิก ประกอบด้วย 1) พลิกความเชื่อ โดยเฉพาะเรื่องภาพลักษณ์ที่ถูกมองว่ามีแต่การทะเลาะวิวาทและเด็กไม่มีคุณภาพ 2) พลิกนโยบาย โดยเฉพาะเรื่องการรับเด็กที่จะต้องเอาเด็กเป็นตัวตั้ง และหาแรงจูงใจให้เด็กมาเรียนสายอาชีพให้มากขึ้น ไม่ใช่เพราะความอยาก แต่เป็นการตอบโจทย์ประเทศ ตอบโจทย์ภาวะเศรษฐกิจ ตอบโจทย์สถานประกอบการ 3) พลิกการดำเนินงานที่ต้องทำในเชิงรุก เดินเข้าไปหานักเรียนนักศึกษา และต้องประสานกับหน่วยงานเครือข่ายต่าง ๆ 4) พลิกเป้าหมาย จำนวนเด็กมาเรียนอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้นเด็กมีพฤติกรรมที่ดี [1] สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นพบว่า การอาชีวศึกษาจะต้องปรับภาพลักษณ์ขององค์กร ในหลาย ๆ ด้าน เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และสร้างทัศนคติที่ดี ความเชื่อมั่นและศรัทธา ให้กับองค์กร การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานศึกษาจึงเป็นสิ่งที่ควรดำเนินการอย่างเร่งด่วน เนื่องจากภาพลักษณ์ และชื่อเสียงโดยรวมของสถานศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียงดี มีระบบการสื่อสารดี และท้ายสุดมีฐานทางการให้บริการดี ซึ่งภาพลักษณ์ถือเป็นตัวแปรสำคัญตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อความมั่นคงของสถาบันด้วย [2] และจากการศึกษาการวิจัยของ วชิรวิทย์ ยางไชย [3] เรื่องการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาตามทัศนะของนักเรียนได้ให้ข้อเสนอแนะว่า สถาบันอาชีวศึกษาต้องเร่งประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ข้อดีของการเรียนสายอาชีพโดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียน นักศึกษา ควรเพิ่มกิจกรรมที่ดีมีประโยชน์ของนักศึกษาอาชีวะให้เข้าสู่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งก็จะเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์สถานศึกษา และเพิ่มจำนวนผู้เรียนอาชีวศึกษาได้ ดังนั้น สถานศึกษาอาชีวศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรปรับภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกจาก

ภาพลักษณ์เชิงลบของการ ศึกษาในประเภทอาชีวศึกษาที่กำลังประสบเป็นภาพลักษณ์ใหม่ในเชิงบวก

จากสภาพปัญหาที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่า การนำเรื่องของภาพลักษณ์อาชีวศึกษามาสร้างการรับรู้ให้กับผู้ปกครองและสถานประกอบการให้มีความเชื่อมั่นศรัทธา ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาค้นคว้าในรูปแบบงานวิจัย เรื่องการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 เพื่อแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์อาชีวศึกษาและเป็นเพิ่มปริมาณผู้เรียนอาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

3. วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเอกสารที่เกี่ยวข้องและการวิจัยและได้กำหนดการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้ แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาชีวศึกษา (Document Research) ระยะที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

ระยะที่ 1 การศึกษาแนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาชีวศึกษา (Document Research) ได้แก่ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนศรีวัฒนาบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีนานาชาติ ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง [4] การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาตามทัศนะของนักเรียน : การวิจัยแบบผสมวิธี [3] กลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาอาชีวศึกษาตามกรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม [5] ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเทศบาลนครปฐมตามความคิดเห็นของผู้ปกครอง ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาพลักษณ์สถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา บรรยายพิเศษ การพัฒนาอาชีวศึกษาภาครัฐและเอกชน ซึ่ง ดร.สุเทพ ชิตยวงษ์ [6] บรรยายพิเศษ การขับเคลื่อนและปฏิรูปอาชีวศึกษา [1] เพื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาโดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ร้อยละ 50 ขึ้นไป

ระยะที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ผู้วิจัยได้การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 พื้นที่การวิจัยวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ประกอบด้วย วิทยาลัยอาชีวศึกษาหนองคาย วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู วิทยาลัยอาชีวศึกษาเลย วิทยาลัยเทคนิคบึงกาฬ ตัวแทนนักเรียนศึกษา และผู้ปกครอง สถานศึกษาละ 1 คน รวม จำนวน 10 คน สถานประกอบการ ได้แก่ บริษัทเซ็นทรัลกรุ๊ป จำนวน 1 คน และโรงแรมรอยัลคัลปีพญา จำนวน 1 คน รวมจำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

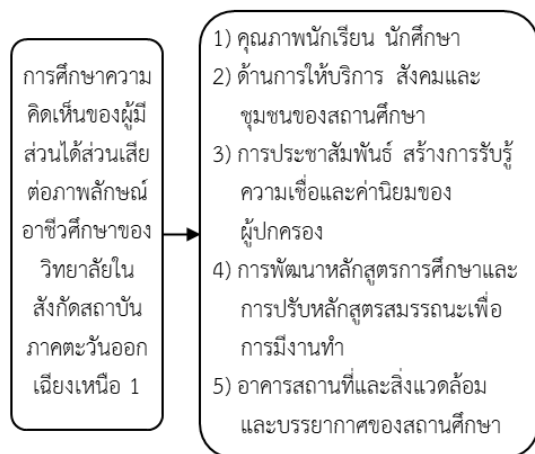
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด เอกสารงานวิจัย เพื่อสร้างกรอบแนวคิด และสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในเก็บข้อมูล ตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยวิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาข้อคำถามในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุม เนื้อหาครบถ้วน ข้อคำถามถูกต้องเหมาะสม ตรงตามโครงสร้าง และภาษาที่ใช้เหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูล นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ไปสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษา ของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ตามกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย วิทยาลัยอาชีวศึกษาหนองคาย วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู วิทยาลัยอาชีวศึกษาเลย วิทยาลัยเทคนิคบึงกาฬ ตัวแทนนักเรียนศึกษา และ ผู้ปกครอง สถานศึกษาละ 1 คน รวม จำนวน 10 คน สถานประกอบการ ได้แก่ บริษัทเซ็นทรัลกรุ๊ป จำนวน 1 คน และโรงแรมรอยัลคัลปีพญา จำนวน 1 คน รวมจำนวน 2 คน และการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยด้วยวิธี การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อนำมาสรุปผลการวิจัย ซึ่งการดำเนินการระหว่าง วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563 - วันที่ 6 มีนาคม 2563

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 โดยการศึกษาทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาชีวศึกษา ได้แก่ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนศรีวัฒนาบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีนานาชาติ ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง [4] การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาตามทัศนะของนักเรียน : การวิจัยแบบผสมวิธี [3] กลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์

ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย
กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษา
อาชีวศึกษาตามกรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อ
สังคม [5] ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษา
เทศบาลนครปฐมตามความคิดเห็นของผู้ปกครอง
ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาพลักษณ์สถานศึกษา
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
บรรยายพิเศษ การพัฒนาอาชีวศึกษาภาครัฐและ
เอกชน ดร.สุเทพ ชิตยวงษ์ [6] ได้บรรยายพิเศษ การ
ขับเคลื่อนและปฏิรูปอาชีวศึกษา [1] ซึ่งจากการศึกษา
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์
ข้อมูลโดยการแจกแจงค่าความถี่ และเลือก
องค์ประกอบการวิจัยที่มีค่าความถี่ ร้อยละ 50 ขึ้นไป
เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย จำนวน 5
องค์ประกอบ 1) คุณภาพนักเรียน นักศึกษา 2) ด้าน
การให้บริการ สังคมและชุมชนของสถานศึกษา 3)
การประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ ความเชื่อและ
ค่านิยมของผู้ปกครอง 4) การพัฒนาหลักสูตร
การศึกษาและการปรับหลักสูตรสมรรถนะเพื่อการมี
งานทำ 5) อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมและ
บรรยากาศของสถานศึกษา แสดงดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วน
เสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัย
ในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

ตารางที่ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบการศึกษาความ
คิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ
ภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยใน
สังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

ลำดับ	การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1	รวม	ร้อยละ (%)
1	คุณภาพผู้บริหารสถานศึกษา	2	20%
2	คุณภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา	2	20%
3	คุณภาพนักเรียน นักศึกษา	4	40%
4	วิธีการดำเนินงานของสถานศึกษา	7	70%
5	ด้านสังคมและชุมชนของสถานศึกษา/การให้บริการ	2	20%
6	เครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์สำนักงาน	5	50%
7	วัฒนธรรมองค์กร	2	10%
8	การประชาสัมพันธ์/สร้างการรับรู้ความเชื่อและค่านิยมของผู้ปกครอง	1	10%
9	การพัฒนาหลักสูตรการศึกษา/การปรับหลักสูตรสมรรถนะเพื่อการมีงานทำ	6	60%
10	การจัดการเรียนการสอน/จัดการศึกษานอกระบบและทวิภาคีให้มากขึ้น	6	60%
11	อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษา/หลักฐานทางกายภาพ/การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ให้น่าดู น่าอยู่ และเอื้อต่อการเรียนการสอนอย่างมีคุณภาพ	4	40%
12	ความก้าวหน้าในอาชีพ/การมีงานทำ โดยการพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา	7	70%
13	สื่อการเรียนการสอน	3	30%
14	การศึกษาต่อ	1	10%

ตารางที่ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 (ต่อ)

ลำดับ	การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1	รวม	ร้อยละ (%)
15	สร้างพันธมิตรระหว่างภาครัฐกับเอกชนให้มีความเข้มแข็ง/สัมพันธ์ชุมชน	1	10%
16	ค่าธรรมเนียมทางการศึกษา	2	20%
17	สถานที่ตั้งวิทยาลัย	1	10%
18	พัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน นักศึกษา	1	10%
19	การบริหารจัดการที่จะต่อสร้าง ความเข้มแข็งทั้งในระดับสถาบัน สถานศึกษา ทั้งรัฐและเอกชน	1	10%

6. ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ระยะที่ 2 การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 สรุปผลการวิจัยดังนี้

6.1 การศึกษาจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาชีวศึกษา (Document Research) เพื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 และสรุปผลการศึกษาตามองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบดังนี้

6.1.1 ด้านคุณภาพนักเรียน นักศึกษา พบว่า นักศึกษาต่างกายดี มีความรับผิดชอบ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ซื่อสัตย์ มีจิตอาสา มีความ

ใฝ่รู้ ทำงานกับเพื่อนร่วมงานได้โดดเด่นด้านทักษะฝีมือมีความคิดสร้างสรรค์สร้างนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ แต่ข้อที่ต้องปรับปรุง คือ การพูดจา ขาดคำไพเราะ ขาดความอดทนขาดระเบียบวินัย การตรงต่อเวลา และทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

6.1.2 ด้านการให้บริการ สังคมและชุมชนของสถานศึกษา พบว่า มีความใกล้ชิดกับชุมชน (Community Base) ได้ช่วยเหลือสังคมผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการ Fix It Center เช่น การให้บริการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ซ่อมเครื่อง ใช้ไฟฟ้าฟรีสอนอาชีพให้กับชุมชน 108 อาชีพ เพื่อสร้างงานให้กับชุมชน สร้างนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ให้กับชุมชนและสังคม โครงการอาชีวะร่วมด้วยช่วยประชาชน เช่น ช่วยซ่อมแซมยานพาหนะในช่วงเทศกาลต่าง ๆ โครงการจิตอาสา เช่น ทาสีห้องเรียนบริจาคอุปกรณ์ IT ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน สร้างโรงเรียน ตชด. สร้างสนามเด็กเล่น ทำอาหารเลี้ยงเด็กยากไร้และในกรณีภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น น้ำท่วมจะไปสร้างห้องน้ำสร้างบ้านลอยน้ำ และอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีโดยร่วมมือกับสถานประกอบการขนาดเล็ก SMEs (Small and Medium Enterprise)

6.1.3 การประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ความเชื่อและค่านิยมของผู้ปกครอง พบว่า สถานศึกษาใช้สื่อที่หลากหลายในการสื่อสารทั้งภายใน และภายนอกสถานศึกษาโดยสื่อที่เลือกใช้มากที่สุด คือ การสื่อสารระหว่างบุคคล ได้แก่ การพูดปากต่อปาก รองลงมา คือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ป้ายคัทเออร์ หนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ ตามลำดับ การบริหารจัดการสื่อสารองค์กรขาดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และไม่มีเจ้าหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ที่จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์มาโดยตรง จึงทำให้การนำเสนอข่าวสารไม่เกิดความต่อเนื่องสม่ำเสมอ

6.1.4 การพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและการปรับหลักสูตรสมรรถนะเพื่อการมีงานทำ พบว่า ทำความร่วมมือกับสถานประกอบการในการวิเคราะห์มาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละระดับ วิเคราะห์โครงสร้างหลักสูตร

แผนการเรียน จุดประสงค์และมาตรฐานรายวิชาแต่ละรายวิชาของนักเรียนแต่ละระดับชั้นป จัดทำความสัมพันธ์และความสอดคล้องระหว่างมาตรฐานอาชีพและมาตรฐานรายวิชา พัฒนาหลักสูตรและแผนการสอนให้สอดคล้องมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละระดับตำแหน่งงานจัดทำสมรรถนะผู้เรียนโดยยึดตามมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานจากสถานประกอบการ ดำเนินการพัฒนาภายใต้การกำกับดูแลจากผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการและความร่วมมือของผู้เชี่ยวชาญที่เป็นตัวแทนจากสถานประกอบการ

6.1.5 อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษา พบว่า วัสดุ ครุภัณฑ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน สถานศึกษาบางแห่งทันสมัยครบสมบูรณ์แต่มีบางแห่งยังขาดแคลนล้ำสมัยโดยเฉพาะระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการจัดอาชีว- ศึกษาาระบบทวิภาคี สภาพแวดล้อมภูมิทัศน์โดยรวมแล้วมีความเหมาะสมหรูหราใหญ่โต เป็นระเบียบ สะอาดสวยงามร่มรื่น แต่ยังขาดความสัมพันธ์ของผู้นคนในองค์กร ต้องปรับบริบท และสิ่งแวดล้อมภายในสถานศึกษาให้เหมือนหรือใกล้เคียงกับโลกอาชีพจริงในสถานประกอบการ

6.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออก เชียงเหนือ 1 ประกอบด้วย วิทยาลัยอาชีวศึกษาหนองคาย วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู วิทยาลัยอาชีวศึกษาเลย วิทยาลัยเทคนิคบึงกาฬ ตัวแทนนักเรียนศึกษา และผู้ปกครอง สถานศึกษาละ 1 คน รวม จำนวน 10 คน สถานประกอบการ ได้แก่ บริษัทเซ็นทรัลกรุ๊ป จำนวน 1 คน และโรงแรมรอยัลคัลลิปพิชพัทยา จำนวน 1 คน รวมจำนวน 2 คนเครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์พบว่า

6.2.1 ด้านคุณภาพนักเรียน นักศึกษา พบว่านักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจในการเข้า ศึกษาต่อสถาบันการอาชีวศึกษา เกิดความภาคภูมิใจใน

การศึกษาศาสน์อาชีวศึกษา เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถทำงานกับสถานประกอบได้หรือสามารถต่อศึกษาในระดับที่สูงขึ้น ผู้ปกครอง เชื่อมั่นในการส่งบุตรหลาน เข้าศึกษาต่อกับสถาบันอาชีวศึกษาไม่ห่วงในเรื่องของการทะเลาะวิวาท เพราะเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และมีรายได้ระหว่างเรียน ลดรายจ่ายในครอบครัว สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำไม่ตกงานสถานประกอบการ มีพึงพอใจต่อคุณภาพนักเรียน นักศึกษา ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีความรับผิดชอบ มีน้ำใจ การแต่งกายสะอาด เรียบร้อยแต่ขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ

6.2.2 ด้านการให้บริการ สังคมและชุมชนของสถานศึกษา พบว่า นักเรียน นักศึกษา มีการนำความรู้ที่เรียนในชั้นเรียน ออกบริการวิชาชีพในด้านต่าง ๆ ตามสถานการณ์จริงในชุมชนรอบ ๆ สถานศึกษา เช่น โครงการศูนย์ซ่อมสร้างเพื่อชุมชน (Fix it Center) โครงการอาชีวจิตอาสา โครงการบริการสอนหลักสูตรระยะสั้น และ โครงการ 108 อาชีพ เพื่อสร้างงานให้กับชุมชน สร้างนวัตกรรม หรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ให้กับชุมชนและสังคม โครงการอาชีวะร่วมด้วยช่วยประชาชน ผู้ปกครอง การบริการชุมชน สังคมของสถานศึกษายังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพราะการประชาสัมพันธ์ สถานประกอบการ มีส่วนร่วมในการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ในการออกบริการวิชาชีพ และเป็นจุดเด่นของอาชีวศึกษาที่ให้บริการแก่ชุมชน สังคมและประเทศชาติ

6.2.3 ด้านการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ความเชื่อมั่นและค่านิยมของผู้ปกครอง พบว่านักเรียน นักศึกษา ได้รับความข้อมูลข่าวสารจากทางสถานศึกษาอย่างทันทั่วถึงและทั่วถึง มีสื่อการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ ความเชื่อมั่นและค่านิยมของผู้ปกครอง เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ป้ายคัทเออร์หนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ , ผู้ปกครอง ได้รับความข้อมูลข่าวสารจากทางสถานศึกษาอย่างทันทั่วถึงและทั่วถึงหลากหลายช่องทาง และสถานประกอบการ สามารถรับรู้ข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง แต่ขาดความต่อเนื่อง

6.2.4 ด้านการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและการปรับหลักสูตรสมรรถนะเพื่อการมีงานทำ พบว่านักเรียน นักศึกษาสามารถเลือกศึกษาหลักสูตรอาชีวศึกษาที่ทันสมัย โดยเฉพาะหลักสูตรอาชีวศึกษารูปแบบทวิภาคี เพราะสามารถเรียนและทำงานไปด้วย มีรายได้ระหว่างเรียน และตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน, ผู้ปกครอง มีความพึงพอใจที่นักเรียน นักศึกษา เลือกศึกษาหลักสูตรอาชีวศึกษารูปแบบทวิภาคีเพราะสามารถเรียนและทำงานไปด้วย มีรายได้ระหว่างเรียน และตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานไม่ตกงาน ,สถานประกอบการ เห็นด้วยกับการจัดการหลักสูตรที่หลากหลาย มีความยืดหยุ่นในการเรียน การสอน และโดยเฉพาะหลักสูตรอาชีวศึกษา จัดการศึกษาทวิภาคี ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและสถานประกอบการ

6.2.5 ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษา พบว่า มีห้องเรียน ห้องปฏิบัติ การที่เพียงพอทันสมัย สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษารอบสถานศึกษามีความร่มรื่น มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตครอบคลุมทุกพื้นที่ ทุกที่ในบริเวณสถานศึกษาเป็นสื่อบันไดอย่างมีประสิทธิภาพ, ผู้ปกครอง มีความพึงพอใจต่ออาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษาที่มีความพร้อมในการจัดการเรียน การสอน และมีความปลอดภัย, สถานประกอบการ เห็นว่า สถานศึกษามีการจัดห้องเรียน ห้องปฏิบัติการที่เพียงพอและทันสมัย สามารถตอบสนองการเรียน การสอนได้เป็นอย่างดี

7. อภิปรายผล

การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของวิทยาลัยในสังกัดสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 อภิปรายผลได้ดังนี้

7.1 ด้านคุณภาพนักเรียน นักศึกษา พบว่ามีความสามารถในการปฏิบัติงาน มีความรับผิดชอบ มีน้ำใจ การแต่งกายสะอาด เรียบร้อย สอดคล้องกับ นริศ สุคันธ วรรณ [5] กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้าง

ภาพลักษณ์สถานศึกษาอาชีวศึกษาตามกรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ภาพลักษณ์ของนักเรียน นักศึกษา คือ นักเรียน นักศึกษาแต่งกายดี มีความรับผิดชอบ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ซื่อสัตย์ มีจิตอาสา มีความใฝ่รู้ ทำงานกับเพื่อนร่วมงานได้ โดดเด่นด้านทักษะฝีมือ มีความคิดสร้างสรรค์สร้างนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ แต่ข้อที่ต้องปรับปรุง คือ การพูดจาขาดคาไพเราะ ขาดความอดทน ขาดระเบียบวินัย การตรงต่อเวลา และทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ สอดคล้องกับงานวิจัยของสาโรจน์ ขจรจวนเดี่ยว [7] ซึ่งนำทฤษฎีระบบ (Systems theory) มาใช้ในการวิเคราะห์ พบว่าการจัดการเรียนการสอน เป็นองค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ด้านค่าธรรมเนียม ค่าบำรุงการศึกษา ค่าใช้จ่าย ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ที่สำคัญ คือ สถานศึกษามีระบบการสนับสนุนทุนการศึกษามีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างทั่วถึง และมีอัตราค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการอาชีวศึกษา พ.ศ.2560-2579 โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560-2579 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถานศึกษาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และขับเคลื่อนการจัดการศึกษาอาชีวศึกษาของประเทศให้สอดคล้องกับการพัฒนากำลังคนตามยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนา และเสริมสร้างศักยภาพคนวิสัยทัศน์ ที่เป็ความคาดหวังตามเจตนารมณ์ของการจัดการอาชีวศึกษาไว้ว่า “ผู้สำเร็จการอาชีวศึกษาและฝึกอบรมวิชาชีพ มีคุณธรรม คุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาประเทศ” [8]

7.2 ด้านการให้บริการ สังคมและชุมชนของสถานศึกษา พบว่า มีการนำความรู้ที่เรียนในชั้นเรียน ออกบริการวิชาชีพในด้านต่าง ๆ ตามสถานการณ์จริง และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับนริศ สุคันธวรรณ [5] กลยุทธ์การสื่อสาร

เพื่อสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาอาชีวศึกษาตามกรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าภาพลักษณ์ทางด้านสังคม และชุมชนของสถานศึกษา คือ มีความใกล้ชิดกับชุมชน (Community Base) ได้ช่วยเหลือสังคมผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการ Fix It Center เช่น การให้บริการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ซ่อมเครื่อง ใช้ไฟฟ้าฟรี สอนอาชีพให้กับชุมชน 108 อาชีพ เพื่อสร้างงานให้กับชุมชน สร้างนวัตกรรม หรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ให้กับชุมชนและสังคม โครงการอาชีวะร่วมด้วยช่วยประชาชน เช่น ช่วยซ่อมแซมยานพาหนะในช่วงเทศกาลต่าง ๆ โครงการจิตอาสา เช่น ทาสีห้องเรียน บริจาคอุปกรณ์ IT ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน สร้างโรงเรียน ตชด. สร้างสนามเด็กเล่น ทำอาหารเลี้ยงเด็กยากไร้และในกรณีภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น น้ำท่วมจะไปสร้างห้องน้ำ สร้างบ้านลอยน้ำ และอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีโดยร่วมมือกับสถานประกอบการขนาดเล็ก SMEs (Small and Medium Enterprise)

7.3 ด้านการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ พบว่าสามารถรับรู้ข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง เช่น แผ่นพับ วิทยุประชาสัมพันธ์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ เป็นต้น สอดคล้องกับ วชิรวิทย์ ยางไชย [3] ศึกษาวิจัย เรื่องการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาตามทัศนะของนักเรียนได้ให้ข้อเสนอแนะว่าสถานศึกษาอาชีวศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรปรับภาพลักษณ์ และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกจากภาพลักษณ์เชิงลบของการศึกษาในประเภทอาชีวศึกษาที่กำลังประสบเป็นภาพลักษณ์ใหม่ในเชิงบวก สถาบันอาชีวศึกษาต้องเร่งประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ข้อดีของการเรียนสายอาชีพโดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนนักศึกษา ควรเพิ่มกิจกรรมที่ดีมีประโยชน์ของนักศึกษาอาชีวให้เข้าสู่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งก็จะเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์สถานศึกษา และเพิ่มจำนวนผู้เรียนอาชีวศึกษาได้ และสอดคล้องกับนริศ สุคันธวรรตน์ [5] กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาอาชีวศึกษาตามกรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อ

สังคม พบว่า ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ คือ สถานศึกษาใช้สื่อที่หลากหลายในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษาโดยสื่อที่เลือกใช้มากที่สุด คือ การสื่อสารระหว่างบุคคล ได้แก่ การพูดปากต่อปาก รองลงมา คือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ ตามลำดับ การบริหารจัดการสื่อสารองค์กรขาดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และไม่มีเจ้าหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ที่จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์มาโดยตรง จึงทำให้การนำเสนอข่าวสารไม่เกิดความต่อเนื่องสม่ำเสมอ

7.4 ด้านการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและการปรับหลักสูตรสมรรถนะเพื่อการทำงาน พบว่ามีหลักสูตรที่หลากหลาย มีความยืดหยุ่นในการเรียนการสอน มีการเรียนการสอนระบบทวิภาคี หลักสูตรตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและสถานประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาโรจน์ ขจรจันต์ [7] นำเสนอรูปแบบระบบสังคมของสถานศึกษา ivaว่าสถานศึกษาเป็นระบบสังคมที่มีองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งปัจจัยนำเข้า ได้แก่ วัสดุ อุปกรณ์และวิธีการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านหลักสูตรการจัดการเรียนการสอน ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ที่สำคัญ คือ สถานศึกษาที่มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมเสริมมีสาขาวิชาและมีแผนกให้เลือกหลากหลายตรงกับความต้องการของตลาด รวมทั้งหลักสูตรการเรียนการสอนมีความหลากหลายและทันสมัย ครอบคลุมตามมาตรฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาโรจน์ ขจรจันต์ [7] ซึ่งนำทฤษฎีระบบ (Systems theory) มาใช้ในการวิเคราะห์ พบว่าการจัดการเรียนการสอน เป็นองค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ด้านค่าธรรมเนียม ค่าบำรุงการศึกษา ค่าใช้จ่าย ประกอบด้วย ตัวบ่งชี้ที่สำคัญคือสถานศึกษามีระบบการสนับสนุนทุนการศึกษามีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างทั่วถึง และมีอัตราค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สอดคล้องกับ การบรรยายพิเศษของนายณรงค์ แผ้วพลสง เลขาธิการคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (กอศ.) [1] ในการสร้างภาพลักษณ์ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

(สอศ.) ไว้ว่า จะดำเนินการยกระดับการจัดการศึกษา หรือเรียกว่า 4 พลิก คือ 1) พลิกความเชื่อ โดยเฉพาะเรื่องภาพลักษณ์ที่ถูกมองว่ามีแต่การทะเลาะวิวาทและเด็กไม่มีคุณภาพ 2) พลิกนโยบายโดยเฉพาะเรื่องการรับเด็กที่จะต้องเอาเด็กเป็นตัวตั้งและหาแรงจูงใจให้เด็กมาเรียนสายอาชีพให้มากขึ้น 3) พลิกการดำเนินงาน ที่ต้องทำในเชิงรุก เดินเข้าไปหานักเรียนนักศึกษา และต้องประสานกับหน่วยงานเครือข่ายต่าง ๆ โดยไม่มีคำว่าแย่งเด็กและครูอาชีวจะต้องอธิบายให้เด็กและผู้ปกครองเข้าใจว่าการมาเรียนอาชีวจะได้อะไรบ้าง ทำงานอะไรได้บ้าง และ 4) พลิกเป้าหมายจำนวนเด็กมาเรียนอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้นเด็กมีพฤติกรรมที่ดี

7.5 ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษา พบว่า มีการจัดห้องเรียน ห้องปฏิบัติการที่เพียงพอและทันสมัย สามารถตอบสนองการเรียน การสอนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ นริศ สุคันธวรรัตน์ [5] กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาอาชีวศึกษาตามกรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ภาพลักษณ์ของเครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์สำนักงานและบรรยากาศของสถานศึกษา คือ วัสดุครุภัณฑ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน สถานศึกษาบางแห่งทันสมัยครบสมบูรณ์แต่มีบางแห่งยังขาดแคลนล้ำสมัยโดยเฉพาะระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการจัดอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี สภาพแวดล้อมภูมิทัศน์โดยรวมแล้วมีความเหมาะสมหรูหราใหญ่โต เป็นระเบียบ สะอาดสวยงามร่มรื่น แต่ยังขาดความสัมพันธ์ของผู้นคนในองค์กร ต้องปรับบริบท และสิ่งแวดล้อมภายในสถานศึกษาให้เหมือนหรือใกล้เคียงกับโลกอาชีพจริงในสถานประกอบการ หรือ โรงงานอุตสาหกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาโรจน์ ขอจ่วนเตี้ยว [7] ด้านวัสดุ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ที่สำคัญ คือ สถานศึกษามีความพร้อมด้านอาคารเรียนมีสื่อการเรียนรู้อย่างเพียงพอกับจำนวนผู้เรียนและการจัดการเรียนการสอน และสถานศึกษามีสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเรียนการสอนที่ทันสมัย ซึ่งวัสดุ อุปกรณ์

สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการบริหารสถานศึกษา สอดคล้องกับบทสรุปบรรยายพิเศษของ ดร.สุเทพ ชิตยวงษ์ [6] เลขาธิการคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (กอศ.) ได้ให้ทัศนะการแก้ไข ภาพลักษณ์อาชีวศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เพื่อให้ได้เด็กที่มีคุณภาพ คุณธรรม และเป็นคนดีมากกว่าคนเก่ง การปรับภาพลักษณ์ประกอบด้วย 1) พัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน นักศึกษา 2) สร้างการรับรู้ ความเชื่อและค่านิยมของผู้ปกครอง สร้างภาพลักษณ์อาชีวศึกษาในเชิงรุก ประกอบด้วย 3) การมีงานทำ โดยการพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา เขตพัฒนาพิเศษ 6 ภาค 4) การปรับหลักสูตรสมรรถนะเพื่อการมีงานทำ 5) จัดการศึกษา นอกระบบและทวิภาคีให้มากขึ้น เพื่อการเพิ่มปริมาณผู้เรียน การสร้างโอกาสการศึกษาวิชาชีพหลักสูตรระยะสั้นด้วย 6) การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ให้น่าดู น่าอยู่ และเอื้อต่อการเรียนการสอนอย่างมีคุณภาพ 7) การบริหารจัดการที่จะต้องสร้างความเข้มแข็งทั้งในระดับสถาบัน สถานศึกษา ทั้งรัฐและเอกชนรวมถึงการจัดฐานข้อมูลอาชีวศึกษา และการบริหารจัดการของสำนักงานในส่วนกลาง

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

8.1.1 สถานศึกษาอาชีวศึกษา สามารถนำผลการวิจัยซึ่งเป็นการนำเสนอความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษา ไปสู่การกำหนดนโยบายและกรอบการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาภาพลักษณ์อาชีวศึกษาของสถานศึกษาอาชีวศึกษา ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความเชื่อถือน่าเชื่อถือ ศรัทธา ต่อสถานศึกษา

8.1.2 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ที่ทำหน้าที่กำกับดูแลสถานศึกษาอาชีวศึกษาทั่วประเทศ สามารถนำผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์อาชีวศึกษา ไปใช้ในการกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์อาชีวศึกษา

เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกิดความเชื่อถือ เชื่อมั่น ศรัทธา ต่ออาชีวศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสถานศึกษาของรัฐบาลในสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 เท่านั้น แต่สำหรับในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป จึงเสนอแนะว่า ควรเป็นการศึกษาในขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถานศึกษาของทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชนด้วย

8.2.2 ควรใช้รูปแบบการวิจัยเพื่อพัฒนาที่สามารถนำไปใช้เพื่อแก้ปัญหาหรือพัฒนาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร จากผลการวิจัยครั้งนี้หากประสบผลสำเร็จควรมีการเผยแพร่ เพื่อนำไปปฏิบัติในสถานศึกษาอื่น ๆ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณา และความช่วยเหลือเป็นอย่างดีที่ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากวิจัยฉบับนี้ ขอน้อมคุณบิดา มารดา และครูอาจารย์ที่อบรมสั่งสอน มีสติปัญญา มีคุณธรรม มีจิตอาสา อันเป็นเครื่องชี้นำความสำเร็จในชีวิต

เอกสารอ้างอิง

- [1] ณรงค์ แผ้วพลสง, พลิกอาชีวะสร้างภาพลักษณ์ใหม่, 2563, [สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2563], จาก : https://www.matichon.co.th/education/news_1844188.
- [2] Helena. A. and Mario. R., The influence of university image on student behavior, International Journal of Education Management, 24, pp.73-85, 2010.

- [3] วชิรวิทย์ ยางไชย. การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาชีวศึกษาตามทัศนะของนักเรียน : การวิจัยแบบผสมวิธี. ครุศาสตร์มหาบัณฑิต : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- [4] นัยนา สังฆะเกตุ, ภาพลักษณ์ของโรงเรียนศรีวัฒนาบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี นานาชาติตามการรับรู้ของผู้ปกครอง, วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2551.
- [5] นริศ สุคันธวรรณ์, การยุทธการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาอาชีวศึกษาตามกรอบแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม, ดุษฎีบัณฑิต : มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2560.
- [6] สุเทพ ชิตยวงษ์, การพัฒนาคุณภาพและสร้างความเข้มแข็งอาชีวศึกษา, 2560, [สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2563], จาก : <https://www.dailynews.co.th/education/607758>.
- [7] สาโรจน์ ขจรจันต์เตียว, กลยุทธ์การบริหารการประกันคุณภาพของวิทยาลัยเทคนิคสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, ดุษฎีนิพนธ์สาขาวิชาการบริหารการศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2557.
- [8] สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, เกี่ยวกับ สอศ., [สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2560], จาก : <http://www.vec.go.th/>.
- [9] สมเกียรติ ขำสำราญ, การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดและภาพลักษณ์ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทวิชาพาณิชยกรรมหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในจังหวัดชลบุรี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2554.