

แนวทางการสร้างภาพลักษณ์อาชีวศึกษาทางการตลาด ในเขตกรุงเทพมหานคร

Gidelines for Developing the Image of Vocational Colleges to Increase Marketing in Bangkok

พิมพ์พรรณ ทิพย์ชัย^{1*}

Phimphan Thipchai^{1*}

²รองศาสตราจารย์ ชฎาพร ทิฆาอูตมากร

²Associate Professor Chadaporn Thikhautmakar , Ph.D.

มหาวิทยาลัยรามคำแหง 282 ถนน รามคำแหง แขวงหัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

Ramkhamhaeng University 282 Ramkhamhaeng Road, Huamark Subdistrict, Bangkok,

Bangkok 10240 e-mail: 66614190040@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างภาพลักษณ์อาชีวศึกษาทางการตลาด ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาด โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ประกอบด้วยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับ ปวช. ผู้ปกครอง และจำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร ครู และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดด้านการศึกษา จำนวน 40 คน ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาในปัจจุบันยังคงมีข้อจำกัดในด้านการรับรู้ของสังคม โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยและโอกาสในการประกอบอาชีพ แนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างแบรนด์องค์กรให้ชัดเจน การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีส่วนร่วมกับชุมชน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อเพิ่มโอกาสในการมีงานทำหลังจบการศึกษา ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้คือ วิทยาลัยอาชีวศึกษาควรวางกลยุทธ์ด้านการสื่อสารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาอัตลักษณ์ให้แตกต่าง และสร้างความเชื่อมั่นผ่านคุณภาพของหลักสูตร บุคลากร และสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระบบการศึกษา คำสำคัญ : ภาพลักษณ์องค์กร, วิทยาลัยอาชีวศึกษา, การตลาดทางการศึกษา, ประชาสัมพันธ์, กรุงเทพมหานคร

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นหนึ่งในรากฐานสำคัญเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คน ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมโดยรวมให้ดีขึ้น ทุกองค์การทั้งในระดับโลก ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น ต่างเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุนเรื่องการศึกษา ในระดับโลก องค์การสหประชาชาติ (UN) ได้กำหนดให้การศึกษาเป็นหนึ่งในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหัสวรรษ 2030 (Sustainable Development Goals: SDGs) ข้อที่ 4 ว่าด้วยการส่งเสริมการศึกษาที่เท่าเทียม และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน การศึกษาเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองและสังคมในหลายด้าน ได้แก่ การพัฒนาทักษะและความรู้ การศึกษาให้โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะที่จำเป็น ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพและการใช้ชีวิตประจำวัน การสร้างคุณภาพชีวิต การศึกษาช่วยให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลและโอกาสใหม่ ๆ ซึ่งสามารถนำไปสู่การเพิ่มรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจ กล่าวคือ การมีคนที่มีการศึกษาที่ดีในสังคมนั้นส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ เนื่องจากมีบุคลากรที่มีความรู้และทักษะที่สามารถผลิตและจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างสังคมที่แข็งแกร่ง การศึกษาเป็นเครื่องมือในการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่ดีในวัยรุ่น ซึ่งจะมีผลต่อการเป็นพลเมืองที่ดีในอนาคต การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากการศึกษาเปิดโอกาสให้บุคคลได้คิดวิเคราะห์ และสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ที่สามารถช่วยแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันและในสังคม และการป้องกันความไม่เท่าเทียม กล่าวได้ว่า การศึกษาเป็นเครื่องมือที่สามารถลดความไม่เท่าเทียมในสังคม โดยมอบโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้กับทุกคน ไม่ว่าจะมาจากพื้นฐานทางเศรษฐกิจใด ดังนั้น การเข้าถึงการศึกษาที่ดีจึงเป็นกุญแจสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำและส่งเสริมความเท่าเทียม โดยเปิดโอกาสให้ผู้คนจากทุกสภาพแวดล้อมมีโอกาสเข้าถึงการศึกษาและโอกาสในการปรับปรุงคุณภาพชีวิต และเป็นพื้นฐานสำคัญในการเตรียมความพร้อมสำหรับอาชีพที่มั่นคง ช่วยให้บุคคลมีทักษะและความรู้ที่จำเป็นในการเข้าสู่ตลาดงาน นอกจากนี้ยังช่วยให้เข้าใจและเคารพต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม ส่งเสริมความตระหนักรู้ทางสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับสร้างภาพลักษณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษา ทางทางการตลาดของวิทยาลัยอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งประกอบด้วยค่าสถิติ ซึ่งมีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ค่าสัมประสิทธิ์ระดับความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) ใช้ในการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

2. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และตารางความถี่ (Frequency Table) ในการวิเคราะห์และอธิบายถึงคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อหาค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ในการอธิบายระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตาราง

3. การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เป็นการเรียบเรียงข้อมูลที่ได้เป็นร้อยแก้ว ซึ่งเขียนในลักษณะของเรียงความ เล่าเรื่อง ถอดเทปบทสนทนา เนื้อความจากเอกสาร ฯลฯ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนที่กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ผู้บริหาร ครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และผู้ปกครอง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 21 วิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนที่กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ผู้บริหาร ครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และผู้ปกครอง ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้กลุ่มประชากรเป็นวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด เป็นกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 21 แห่ง

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการของวิทยาลัยอาชีวศึกษา ทั้งในด้านของวิสัยทัศน์ ภารกิจ ทรัพยากร และสภาพแวดล้อมด้านกฎหมาย ศึกษาการจัดการด้านการตลาดและกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย วิทยาลัยและการให้บริการ ค่าธรรมเนียม สถานที่ตั้ง การประชาสัมพันธ์ บุคคลผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ และหลักฐานทางกายภาพ รวมถึงศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัย ในด้านคุณภาพครูผู้สอน คุณภาพของนักเรียน สิ่งอำนวยความสะดวก บรรยากาศของวิทยาลัย สภาพแวดล้อมของวิทยาลัย และความสำเร็จของวิทยาลัย เพื่อทราบถึงแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของอุตสาหกรรมการศึกษา อาชีวศึกษาเพื่อนำมาใช้ในการนำเสนอ แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาต่อไป

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2568 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2568

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาทางการตลาด ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นลักษณะงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งในบทนี้ จะรายงานในหัวข้อการสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล การนำผลวิจัยไปใช้ในการเรียนการสอน บทสรุป ปัญหาที่พบในการวิจัยและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาทางการตลาด ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับสร้างภาพลักษณ์การอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของสถาบันการอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของสถาบันการอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยได้แก่ ได้แก่ ผู้บริหาร ครูผู้สอน ผู้ปกครองและนักเรียนที่กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.1-3) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 21 วิทยาลัย จำนวน 400 ท่าน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหาร ครูผู้สอน ผู้ปกครองและนักเรียนที่กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.1-3) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 21 วิทยาลัย มีนัยสำคัญวิจัยทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถอภิปรายผล เป็นประเด็นได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

- 1) เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 ตามลำดับ
- 2) อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุ ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมาช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 และน้อยที่สุดช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 ตามลำดับ
- 3) ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และน้อยที่สุดอื่นๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมา 31,000 – 50,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และน้อยที่สุด มากกว่า 100,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

5) ตำแหน่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งอื่นๆ จำนวน 280 คน คิดเป็น ร้อยละ 70.00 รองลงมา รองผู้อำนวยการ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และน้อยที่สุดผู้อำนวยการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

6) ประสบการณ์การทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 1 – 5 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมา น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.50 และน้อยที่สุด 6 – 10 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

2. ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด

2.1 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดพบว่า รวมทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.31, S.D. = 0.75) ด้านที่มากที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมการศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 5.00, S.D. = 0.84) รองลงมา คือด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านสถานที่ตั้งของวิทยาลัย และด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.27, S.D. = 0.79) และที่น้อยที่สุดคือบุคลากรให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.07, S.D. = 0.63) ตามลำดับ

2.2 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด วิทยาลัยและการให้บริการ วิทยาลัยและการให้บริการรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.19, S.D. = 0.78) ที่มากที่สุดคือด้าน วิทยาลัยฯ มีระบบการบริหารจัดการทางการศึกษาและการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ วิทยาลัยจัดหลักสูตรการเรียนการสอนและสาขาวิชาที่สอดคล้องกับความต้องการของ นักเรียนนักศึกษาและสถานประกอบการที่จะไปทำงาน เช่น การเรียนเสริมทางภาษาต่างมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.270, S.D. = 0.79) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ จัดให้มีบริการรถรับ-ส่งนักเรียนนักศึกษาที่เพียงพอและมีความปลอดภัยแก่นักเรียนนักศึกษา และวิทยาลัยฯมีคุณภาพและมาตรฐานทางการศึกษาโดยผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน การศึกษาด้านการอาชีวศึกษาจากสมศ. ทำให้เป็นที่ยอมรับของนักเรียนนักศึกษาและผู้ปกครอง ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.07, S.D. = 0.69) ตามลำดับ

2.3 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด ค่าธรรมเนียมการศึกษา พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่ พึงประสงค์เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด ค่าธรรมเนียมการศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.42, S.D. = 0.75) ด้านที่มากที่สุดคือด้าน วิทยาลัยฯจัดเก็บค่าพัฒนาคุณภาพการศึกษาจากนักเรียนนักศึกษาหรือผู้ปกครองในระดับราคาที่ เหมาะสมเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 5.00, S.D. = 0.84) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ จัดให้มีกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาแก่นักเรียนนักศึกษาที่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.27, S.D. = 0.79)

และที่น้อยที่สุด คือ วิทยาลัยจัดให้มีกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาแก่นักเรียนนักศึกษาที่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.01, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

2.4 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสถานที่ตั้งของวิทยาลัย พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก (Mean = 4.32, S.D. = 0.73) ที่มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมไปมาสะดวกและสามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ นักเรียนนักศึกษาในการเดินทางมาโรงเรียนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 5.00, S.D. = 0.84) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ มีอาคารสถานที่ ห้องเรียนที่ใช้ในการจัดเรียนการสอนที่มีสภาพแข็งแรงและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.27, S.D. = 0.79) และที่น้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ มีจำนวนอาคารเรียน และห้องเรียนที่เพียงพอและเหมาะสมกับจำนวนนักเรียนนักศึกษา และวิทยาลัยฯ มีพื้นที่ใช้สอยและบริเวณสนามที่เหมาะสมและเพียงพอในการจัดกิจกรรม ให้แก่นักเรียนนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.01, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

2.5 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.06, S.D. = 1.01) ที่วิทยาลัยฯ จัดให้นักเรียนนักศึกษา ครูบุคลากรและเจ้าหน้าที่ ช่วยแนะนำและประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยฯ เพื่อชักชวนเพื่อน คนที่รู้จักและบุคคลทั่วไป ให้มาสมัครเข้าเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.35, S.D. = 1.21) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ จัดให้ฝ่ายแนะแนวประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อ ให้กับนักเรียนนักศึกษาในวิทยาลัยฯ ต่างๆ เพื่อชักจูงใจให้มาสมัครเข้าเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.00, S.D. = 1.02) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ จัดให้ฝ่ายแนะแนวประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อ ให้กับนักเรียนนักศึกษาในวิทยาลัยฯ ต่างๆ เพื่อชักจูงใจให้มาสมัครเข้าเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.85, S.D. = 0.98) ตามลำดับ

2.6 ความพึงพอใจที่มีด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่า วิทยาลัยและการให้บริการรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 3.90, S.D. = 0.95) ที่มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ จัดให้มีบุคลากรเจ้าหน้าที่ เพื่อตอบคำถามและแก้ปัญหา รวมทั้งการ ให้บริการทางด้านการศึกษาที่มีความถูกต้องและรวดเร็วแก่นักเรียนนักศึกษาและบุคคลทั่วไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.08, S.D. = 0.85) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ มีครู บุคลากร และเจ้าหน้าที่ มีการให้บริการนักเรียนนักศึกษาและบุคคลทั่วไปด้วย ถ้อยคำและภาษาที่สุภาพ และวิทยาลัยฯ มีครูหรือบุคลากร ออกไปเยี่ยมเยียนผู้ปกครองตามบ้านที่พักอาศัย เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.86, S.D. = 0.99) และด้านที่น้อยที่สุด คือ วิทยาลัยฯ เปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษามีส่วนร่วมในการประเมินผลการทำงานของครู บุคลากร เจ้าหน้าที่เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.80, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

2.7 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด พบว่า ด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.10, S.D. = 0.96) มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ จัดให้มี

ฝ่ายงานหรือแผนงานต่างๆเช่น ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายกิจการนักเรียนนักศึกษา เพื่อให้บริการแก่นักเรียนนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.43, S.D. = 0.84) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ เปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษามีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานของวิทยาลัยฯเพื่อมีรายได้เสริม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.06, S.D. = 0.78) และด้านที่น้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ ให้นักเรียนนักศึกษามีส่วนร่วมการประเมินผลกระบวนการทำงานในแต่ละฝ่ายที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.89, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

2.8 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.09, S.D. = 0.80) ด้านที่มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ จัดให้มีฝ่ายงานหรือแผนงานต่างๆเช่น ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายกิจการนักเรียนนักศึกษา เพื่อให้บริการแก่นักเรียนนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.43, S.D. = 0.84) รองลงมา คือด้านวิทยาลัยฯ เปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษามีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานของวิทยาลัยฯเพื่อมีรายได้เสริม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.06, S.D. = 0.78) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ ให้นักเรียนนักศึกษามีส่วนร่วมการประเมินผลกระบวนการทำงานในแต่ละฝ่ายที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.89, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษา

3.1 ความพึงพอใจที่มีต่อหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.10, S.D. = 0.96) ด้านที่มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ มีห้องสำนักงาน ไว้ให้บริการแก่นักเรียน นักศึกษาและบุคคลทั่วไปที่มาติดต่อ และวิทยาลัยฯ จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์เพื่อติดประกาศและแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆให้แก่ นักเรียนนักศึกษาได้รับทราบ มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับ (Mean = 4.35, S.D. = 1.01) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ จัดให้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์วิทยาลัยฯ เพื่อให้บริการด้านการค้นคว้าค้นหาข้อมูลและแจ้งข่าวสารต่างๆ ของวิทยาลัยฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.08, S.D. = 0.85) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ มีระบบสารสนเทศในการให้บริการทางด้านวิชาการ ที่ถูกต้องและรวดเร็วแก่ นักเรียนนักศึกษา เช่น การตรวจสอบประวัติ และตรวจสอบผลการเรียน และวิทยาลัยฯ จัดทำจุลสาร วารสาร เพื่อประชาสัมพันธ์และแจ้งข่าวสารของวิทยาลัยฯ ให้แก่นักเรียนนักศึกษา นักเรียนนักศึกษา ผู้ปกครองและบุคคลทั่วไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.86, S.D. = 0.99) ตามลำดับ

3.2 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.10, S.D. = 0.96) มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ มีห้องสำนักงาน ไว้ให้บริการแก่นักเรียนนักศึกษาและบุคคลทั่วไปที่มาติดต่อ และวิทยาลัยฯ จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์เพื่อติดประกาศและแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆให้แก่ นักเรียนนักศึกษาได้รับทราบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.35, S.D. = 1.01) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ จัดให้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์วิทยาลัยฯ เพื่อให้บริการด้านการค้นคว้าค้นหาข้อมูลและแจ้งข่าวสารต่างๆ ของวิทยาลัยฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.08, S.D. = 0.85) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ มีระบบ

สารสนเทศในการให้บริการทางด้านวิชาการ ที่ถูกต้องและรวดเร็วแก่ นักเรียนนักศึกษา เช่น การตรวจสอบประวัติ และตรวจสอบผลการเรียน และวิทยาลัยฯ จัดทำจุลสาร วารสาร เพื่อประชาสัมพันธ์และแจ้งข่าวสารของวิทยาลัยฯ แก่นักเรียนนักศึกษา นักเรียนนักศึกษา ผู้ปกครองและบุคคลทั่วไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.86, S.D. = 0.99) ตามลำดับ

3.3 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษา คุณภาพของนักเรียนนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.14, S.D. = 0.85) ที่สุดคือวิทยาลัยฯ มีนักเรียนนักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ ของแต่ละชั้นปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.43, S.D. = 0.84) รองลงมา คือด้านนักเรียนนักศึกษาสามารถนำความรู้และทักษะวิชาชีพไปใช้ในการทำงานในหน่วยงานต่างๆ ได้ เช่น สถานประกอบการ บริษัท ห้างร้าน โรงงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.35, S.D. = 0.74) และน้อยที่สุด คือด้านนักเรียนนักศึกษาเป็นคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม และมีระเบียบวินัย ความประพฤติเรียบร้อยสามารถ อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.89, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

3.4 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษา ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.14, S.D. = 0.71) ด้านที่มากที่สุดคือด้าน วิทยาลัยฯ มีสื่อนวัตกรรมที่ใช้ในการเรียนการสอนที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์โปรเจกเตอร์ ภาพยนตร์ VCD และ DVD อินเทอร์เน็ต และด้าน วิทยาลัยฯ มีห้องสมุด มุมหนังสือ แหล่งเรียนรู้ภายในโรงเรียน เพื่อให้บริการทางด้านวิชาการแก่นักเรียนนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.27, S.D. = 0.79) รองลงมา คือด้านวิทยาลัยฯ จัดให้มีวัสดุอุปกรณ์การเรียน เครื่องคอมพิวเตอร์ในห้องเรียนที่มีจำนวนเพียงพอกับจำนวนนักเรียนนักศึกษา และด้านวิทยาลัยฯ จัดให้มีห้องพยาบาล ห้องน้ำที่มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย เพียงพอกับจำนวนนักเรียนนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.01, S.D. = 0.67)

3.5 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านบรรยากาศของวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.07, S.D. = 0.90) ด้านที่มากที่สุดคือด้าน วิทยาลัยฯ มีการจัดตกแต่งสวนหย่อม ปลูกต้นไม้ในบริเวณวิทยาลัยฯ เพื่อให้เกิดความร่มรื่นมี อากาศที่บริสุทธิ์เพื่อไว้สำหรับนั่งเล่นและพักผ่อน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.35, S.D. = 0.97) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ จัดกิจกรรมเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักเรียนนักศึกษา เช่น กิจกรรมเข้าค่ายรับน้องใหม่ กิจกรรมกีฬา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.01, S.D. = 0.87) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยการดูแลอาคารเรียน ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ซึ่งมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.85, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

3.6 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านสภาพแวดล้อมของวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 3.90, S.D. = 0.95) ที่สุดคือวิทยาลัยฯ มีอาคารสถานที่ขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี บริเวณปลอดภัย มีความเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.08, S.D. = 1.05) รองลงมา คือ

วิทยาลัยฯ ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนที่ปราศจากปัญหายาเสพติด และแหล่งอบายมุขเช่น สถาน บันเทิง ร้านอาหาร ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านเกมส์ และด้าน วิทยาลัย ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน แหล่งการค้า ห้างสรรพสินค้าร้านค้า สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่แก่นักเรียนนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.86, S.D. = 0.99) และน้อยที่สุดคือวิทยาลัย เปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการช่วยดูแลสภาพแวดล้อมของวิทยาลัย เพื่อสร้าง (Mean = 3.80, S.D. = 0.96) ตามลำดับ

3.7 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านความสำเร็จของวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.07, S.D. = 0.96) มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ มีนักเรียนนักศึกษา หรือบุคคลที่สนใจมาสมัครเข้าเรียนหรือศึกษาต่อเป็นจำนวนมาก และวิทยาลัยได้รับการยอมรับ ยกย่อง ในด้านการจัดการเรียนการสอน จากผู้ปกครอง บุคคลทั่วไป และสถานประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.35, S.D. = 1.01) รองลงมาคือวิทยาลัย มีนักเรียนนักศึกษาที่มีความสามารถในการเข้าร่วมการแข่งขันทักษะวิชาชีพ และได้รับรางวัล จากการแข่งขันทักษะวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.08, S.D. = 0.99) และน้อยที่สุด คือด้านนักเรียนนักศึกษาทุกคนที่สำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัย มีโอกาสได้งานทำ และ นักเรียนนักศึกษามีความรู้ความสามารถตรงกับงานที่ทำและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.86, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

4. ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาด ของอาชีวศึกษา

4.1 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของอาชีวศึกษาในทุกๆ ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 3.96, S.D. = 0.90) ด้านที่มากที่สุดคือด้านพัฒนาระบบบริการและการจัดการภายใน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.27, S.D. = 0.99) รองลงมา คือด้านส่งเสริมการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และด้านส่งเสริมศิษย์เก่าเป็นกระบอกเสียงทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.06, S.D. = 0.78) และด้านที่น้อยที่สุด คือด้านสร้างเครือข่ายกับภาคอุตสาหกรรมและชุมชน สร้างจุดเด่นของอาชีวศึกษา และส่งเสริมการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.80, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

4.2 ความพึงพอใจที่มีต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.21, S.D. = 0.80) ด้านที่มากที่สุดคือด้าน วิทยาลัยฯ จัดหลักสูตรการเรียนการสอน ที่ทันสมัย เช่น ใช้สื่อออนไลน์ (Facebook, YouTube, Line, Google Classroom) หรือช่องทางอื่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.43, S.D. = 0.84) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ มีการจัดทำสารคดีหรือคลิปสั้นแสดงถึงศักยภาพของนักเรียนนักศึกษาอาชีวศึกษาในสาขาต่างๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.27, S.D. = 0.79) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ มีการจัดแสดงนิทรรศการ ผลงานวิชาชีพ หรือ “Open House” เปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้าเยี่ยมชม และผู้ปกครองและนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการศึกษาต่อได้ทราบถึงสาขาวิชาต่างๆ ที่เปิดสอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.06, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.03, S.D. = 0.85) ด้านที่มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ มีการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มความรู้ให้กับนักศึกษา จากการติดตามวัดและประเมินผลการฝึกงาน เพื่อพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับและสามารถก้าวสู่ตลาดแรงงานได้ต่อไปมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.27, S.D. = 0.99) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ ติดตามและวัดประเมินผลเกี่ยวกับการฝึกงานของนักศึกษาในสถานประกอบการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.01, S.D. = 0.94) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ มีการทำ MOU ร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อรับนักศึกษาเข้าฝึกงานหรือทำงานจริงในระบบทวิภาคี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.89, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านสร้างเครือข่ายกับภาคอุตสาหกรรมและชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.05, S.D. = 0.76) ด้านที่มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ มีการทำ MOU ร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อรับนักศึกษาเข้าฝึกงานหรือทำงานจริงในระบบทวิภาคี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.27, S.D. = 0.99) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ สร้างโครงการความร่วมมือกับประกอบการ เช่น เรียนฟรี มีงานทำ ฝึกงานได้เงินเดือน เป็นต้น และวิทยาลัยฯ มีการสื่อสารกับสถานประกอบการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ในด้านความร่วมมือในการพัฒนาหลักสูตรร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.01, S.D. = 0.94) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ เชิญผู้ประกอบการเข้าร่วมเป็นกรรมการหลักสูตร ของวิทยาลัยส่วนใหญ่ใช้หลักสูตรกลางที่ผ่านการพัฒนาแล้ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.89, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

4.5 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านสร้างเครือข่ายกับภาคอุตสาหกรรมและชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.05, S.D. = 0.76) ด้านที่มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ มีการทำ MOU ร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อรับนักศึกษาเข้าฝึกงานหรือทำงานจริงในระบบทวิภาคี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.27, S.D. = 0.99) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ สร้างโครงการความร่วมมือกับประกอบการ เช่น เรียนฟรี มีงานทำ ฝึกงานได้เงินเดือน เป็นต้น และวิทยาลัยฯ มีการสื่อสารกับสถานประกอบการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ในด้านความร่วมมือในการพัฒนาความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษา จุดเด่นของอาชีวศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.09, S.D. = 0.92) ด้านที่มากที่สุดคือ วิทยาลัยฯ มีการสร้างแบรนด์ด้าน ทักษะมืออาชีพ จัดแข่งขันและแสดงฝีมือแรงงานระดับประเทศ/นานาชาติ ผลงานนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.35, S.D. = 1.01) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ พัฒนาอัตลักษณ์ เช่น ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (ศูนย์ความเป็นเลิศ: Excellent Center) และวิทยาลัยฯ เน้นการฝึกงานแบบ Work-Based Learning เรียนรู้จริงในสถานประกอบการจริงเพื่อฝึกประสบการณ์ให้นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.08, S.D. = 0.96) และที่น้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ แข่งขันทักษะวิชาชีพในระดับจังหวัด/ระดับภาค/ระดับประเทศ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.86, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

4.6 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษา ส่งเสริมศิษย์เก่าเป็นกระบอกเสียงทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.03, S.D. = 0.89) มากที่สุดคือ วิทยาลัยมีการสร้างเครือข่ายศิษย์เก่า และนำเรื่องราวความสำเร็จมาเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.35, S.D. = 1.01) รองลงมา คือวิทยาลัยฯ จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ เช่น งานคืนสู่เหย้า อบรม หรือ CSR ร่วมกับวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.01, S.D. = 0.99) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยฯ จัดตั้งชมรมศิษย์เก่า หรือเครือข่ายศิษย์เก่า พร้อมระบบติดต่อ เช่น Line Group, Facebook Group มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.86, S.D. = 0.92) ตามลำดับ

4.7 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษา พัฒนาระบบบริการและการจัดการภายใน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.05, S.D. = 0.91) มากที่สุดคือด้าน วิทยาลัยฯ ปรับปรุงระบบรับสมัครเรียนให้สะดวกผ่านระบบออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.42, S.D. = 1.12) รองลงมา คือวิทยาลัย มีการจัดทำแผนพัฒนาวิทยาลัยแบบมีส่วนร่วม และสามารถสื่อสารให้บุคลากรทุกระดับรับรู้ เช่น ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร (MIS) เช่น e-Office, e-Document, e-Finance เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 4.01, S.D. = 0.99) และน้อยที่สุด คือวิทยาลัยมีระบบการพัฒนารวัดและประเมินผลสำหรับครู/บุคลากร ตารางสอน/ตารางเวรออนไลน์ และมีการสื่อสารผ่านระบบดิจิทัล เช่น Google Workspace, Line OA ภายใน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (Mean = 3.86, S.D. = 0.92) ตามลำดับ

5. ความพึงพอใจที่มีต่อแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทำแบบสอบถามแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาทางการตลาด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเสนอแนะดังนี้

5.1 การปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยและตอบโจทย์ตลาดแรงงาน สิ่งนี้คือหัวใจสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว

5.2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่แข็งแกร่ง ความร่วมมือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างประสบการณ์จริงและโอกาสในอนาคต

5.3 การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ การสื่อสารภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สาธารณะเป็นสิ่งสำคัญ

5.4 การพัฒนาบุคลากรและสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ คุณภาพของบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์

5.5 การวิจัยและพัฒนา การวิจัยช่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมและสร้างความน่าเชื่อถือ

บรรณานุกรม

- กรมอาชีวศึกษา. (2564). รายงานสถานการณ์การจัดการอาชีวศึกษาในประเทศไทย. กระทรวงศึกษาธิการ.
- จันทร์เพ็ญ แสงประเสริฐ. (2562). กลยุทธ์การพัฒนาภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษา
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 16(1), 45-58.
- ชุติมา เจริญสุข. (2560). การสื่อสารองค์กรกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษา. วารสารนิเทศศาสตร์, 35(2), 101-115.
- พูนสุข ปัญญาสุข. (2561). การบริหารภาพลักษณ์องค์กรของสถาบันการศึกษา: กรณีศึกษาโรงเรียนเอกชน.
วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, 25(3), 88-99.
- Kotler, P., & Fox, K. F. A. (1995). **Strategic Marketing for Educational Institutions (2nd ed.)**.
Prentice Hall.
- Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). **Image and reputation of higher education
institutions instudents' retention decisions**. The International Journal of Educational
Management, 15 (6), 303-311.
- ศูนย์พัฒนานโยบายด้านอาชีวศึกษา. (2563). **แนวโน้มตลาดแรงงานกับการจัดอาชีวศึกษาในอนาคต**.
กระทรวงศึกษาธิการ.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏ
อุบลราชธานี. นพรัตน์ ต้นประสิทธิ์. (2532). **ศักยภาพและการขยายตัวของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน**.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. นพวรรณ บุญธรรม.
(2553).
- กลยุทธ์การพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทยสู่การเป็นมหาวิทยาลัยวิจัย. นรรัชต์ ฝันเชียร. (2562).
การส่งเสริมการศึกษาไทยเพื่อรับมือกับโลกยุค VUCA. สืบค้นจาก
<https://www.trueplookpanya.com/education/content/76134>