



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการพัฒนา รูปแบบและกลยุทธการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติของประเทศไทยในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ ผู้วิจัยได้ศึกษานโยบาย ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการศึกษานานาชาติ และงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศโดยนำเสนอในประเด็นสำคัญแบ่งเป็น 9 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 บริบทปัจจุบันของการศึกษานานาชาติในประเทศต่างๆ ทั่วโลก
- ตอนที่ 2 การศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- ตอนที่ 3 ความสำคัญ นโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- ตอนที่ 4 รูปแบบและกลยุทธการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกใน
 - 4.1 ประเทศไทย
 - 4.2 ประเทศมาเลเซีย
 - 4.3 ประเทศสิงคโปร์
 - 4.4 ประเทศออสเตรเลีย
- ตอนที่ 5 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 แนวความคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์
 - 5.2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ
 - 5.3 ทฤษฎีการจัดองค์กร
 - 5.4 การออกแบบองค์กรตามกลยุทธ
 - 5.5 การจัดองค์กรด้านการบริการ
 - 5.6 ทฤษฎีการบริหารหน่วยงานแบบศูนย์กำไร
- ตอนที่ 6 แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ
 - 6.1 การวางแผนกลยุทธ และการจัดการกลยุทธ
 - 6.1.1 กระบวนการวางแผนกลยุทธ
 - 6.1.2 การตรวจสอบสภาพแวดล้อม
 - 6.1.3 กลยุทธการเพิ่มการแข่งขัน

- ตอนที่ 7 แนวความคิดเกี่ยวกับวิธีการและเทคนิคที่ใช้ในการวิจัย
- 7.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ
 - 7.2 การวิเคราะห์สาระ
 - 7.3 การตรวจสอบโดยวิธีผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship)
- ตอนที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 8.1 ในประเทศ
 - 8.2 ต่างประเทศ

ตอนที่ 1 บริบทปัจจุบันของการศึกษานานาชาติในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

ในยุคของโลกาภิวัตน์และความท้าทายในการแข่งขันในสังคมฐานความรู้ (knowledge - based economy) ทำให้ปัจจุบันมีการแสวงหาบัณฑิตที่มีการศึกษาดีเยี่ยม โดยเฉพาะที่จบจากต่างประเทศเข้าทำงาน มีนักศึกษาจากทวีปเอเชียถึง 56% จากจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 1,096,000 คนที่เข้าศึกษาต่อในต่างประเทศในปี ค.ศ. 2003 โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2020 จำนวนนักศึกษาจะเพิ่มเป็นจำนวน 2.6 ล้านคน และในปี ค.ศ. 2025 ถึง 7.2 ล้านคน โดยจำนวนเกิน 75% เป็นนักศึกษาจากทวีปเอเชีย เท่ากับเป็นการขยายตัว 6 เท่า (IDP, 2004)

ประเทศที่นักศึกษานิยมไปศึกษาต่อ (IDP, 2004) ได้แก่

1. สหรัฐอเมริกา (58%)
2. สหราชอาณาจักร (24%)
3. ออสเตรเลีย (10%)

ตารางที่ 1 : ผู้นำเข้าและส่งออกหลักของอุดมศึกษา (ปี ค.ศ. 2001)

ประเทศผู้ส่งออก	นักศึกษาต่างชาติ		ประเทศผู้นำเข้า	นักศึกษาต่างชาติ	
	จำนวน	สัดส่วน นักศึกษา ทั้งหมด		จำนวน	สัดส่วน นักศึกษา ทั้งหมด
สหรัฐอเมริกา	475,169	3.5%	สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	124,000	n.a.
สหราชอาณาจักร	225,722	10.9%	เกาหลี	70,523	23%
เยอรมัน	199,132	9.6%	อินเดีย	61,179	n.a.
ฝรั่งเศส	147,402	7.3%	กรีซ	55,074	11.4%
ออสเตรเลีย	110,789	13.9%	ญี่ปุ่น	55,041	1.4%
ญี่ปุ่น	63,637	1.61%	เยอรมัน	54,181	
แคนาดา	40,667	4.6%	ฝรั่งเศส	47,587	20%
สเปน	39,944	2.2%	ตุรกี	44,204	26%
เบลเยียม	38,150	10.6%	โมร็อกโค	43,063	n.a.
ออสเตรเลีย	31,682	12.0%	อิตาลี	41,485	23%

ที่มา: OECD, 2003

หมายเหตุ: n.a. = not available (ไม่มีข้อมูล)

จากตารางดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การศึกษากลายเป็นสินค้านำเข้าและส่งออกในโลกปัจจุบัน โดยสหรัฐอเมริกา เป็นผู้นำ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มาจากในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีประชากรเกินครึ่งหนึ่งของประชากรโลก เพราะมีประเทศที่มีประชากรสูง ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย และอินโดนีเซีย ที่มีความต้องการด้านอุดมศึกษามากทั้งในปัจจุบันและอนาคต นอกจากนี้เมืองที่มีประชากรเกิน 10 ล้านคน 16 เมือง มี 10 เมืองที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคนี้ ลูกค้าหลัก (85% ของนักศึกษาต่างชาติ) ของประเทศออสเตรเลียมาจากภูมิภาคนี้

สำหรับประเทศที่นิยมไปสหรัฐอเมริกา ได้แก่

1. อินเดีย	79,736 คน
2. สาธารณรัฐประชาชนจีน	61,765 คน
3. เกาหลีใต้	52,484 คน
4. ญี่ปุ่น	40,835 คน
5. แคนาดา	27,017 คน
6. ไต้หวัน	26,178 คน
7. เม็กซิโก	13,329 คน
8. ตุรกี	11,398 คน
9. ไทย	8,937 คน
10. อินโดนีเซีย	8,880 คน

(IIE, Open Doors 2004)

ถึงแม้สหรัฐอเมริกา เป็นประเทศที่ติดอันดับหนึ่ง แต่ใน 2 ปีที่ผ่านมา กลุ่มนักศึกษาต่างชาติลดลงเรื่อยๆ โดยเฉพาะหลังโคกนาฏกรรม 11 กันยายน ในปี ค.ศ. 2003 ลดลงถึง 28% โดยเฉพาะนักศึกษาจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวนนักศึกษาที่สมัครเรียนต่อระดับบัณฑิตศึกษาในสหรัฐลดลง 45% และจากประเทศอินเดียลดลง 28% ทั้งนี้เนื่องจากสหรัฐมีมาตรการเข้มงวดขึ้นเรื่องการออกวีซ่าให้นักศึกษาต่างชาติ เพราะมีระบบความปลอดภัยที่เข้มงวดขึ้น ทำให้ประเทศคู่แข่ง เช่น สหราชอาณาจักร แคนาดา และออสเตรเลีย ได้เปรียบโดยการลดขั้นตอนการออกวีซ่า และลดค่าเล่าเรียน รวมทั้งประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย พยายามแข่งโดยการตั้งเป็นศูนย์กลางการศึกษา (Regional Education Hub) เพื่อหวังดึงส่วนแบ่งการตลาดนักศึกษาต่างชาติ โดยเฉพาะเมื่อมีการเรียนทางระบบอินเทอร์เน็ต (online-study) และมีการเปิดสาขาของมหาวิทยาลัยต่างชาติในเอเชีย ทำให้นักศึกษาศึกษาสามารถเรียนได้ในประเทศของตนเอง แต่ได้รับปริญญาต่างประเทศ ทำให้สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้เป็นจำนวนมาก

ดังนั้นมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา รวมทั้งมหาวิทยาลัยในประเทศต่างๆ ในยุโรป ตะวันตก จึงหันมาเปิดสาขานอกประเทศ เช่น ในตะวันออกกลาง เนื่องจากนักศึกษาชาวมุสลิม จะได้รับการเข้มงวดเป็นพิเศษ ในการขอวีซ่าเข้าศึกษาต่อในสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2549 มหาวิทยาลัยอเมริกันจึงเปิดสาขาในกรุงโดฮา ประเทศกาตาร์ ด้วยการสนับสนุนของรัฐบาล เนื่องจากประเทศกาตาร์ต้องการเป็นศูนย์กลางการศึกษาในตะวันออกกลาง ได้แก่ Virginia Commonwealth University, Ivy League Cornell, Weil Cornell Medical College, Texas และ Carnegie Mellon ส่วนมหาวิทยาลัย Harvard และ Virginia George Mason ได้เปิดสาขาที่ดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (มติชน, การศึกษา 2549)

ในอดีตที่ผ่านมา นักศึกษาไทยจำนวนมากนิยมเดินทางไปศึกษาต่อในต่างประเทศ ตามสถิติปี ค.ศ. 2004 ประเทศที่คนไทยนิยมไปมากที่สุด ได้แก่

ตารางที่ 2 : ประเทศที่คนไทยนิยมไปมากที่สุด

ประเทศ	จำนวน
1.สหรัฐอเมริกา	8,937 คน
2.ออสเตรเลีย	5,449 คน
3.สหราชอาณาจักร	3,754 คน
4.ญี่ปุ่น	1,604 คน
5.สาธารณรัฐประชาชนจีน	1,554 คน

แหล่งที่มา AEI 2004 (*Atlas of Student Mobility*) และกระทรวงศึกษาธิการ (สาธารณรัฐประชาชนจีน) 2003

แต่จำนวนนักศึกษาไทยที่เดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศลดลงเป็นจำนวนมากหลังวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2540 และหลังเหตุการณ์กันยายนในสหรัฐอเมริกาเป็นต้นมา จำนวนนักศึกษาไทยลดลง 11% ซึ่งปรากฏการณ์นี้ไม่เกิดขึ้นเพียงเฉพาะกับนักศึกษาไทยเท่านั้น แต่เกิดขึ้นกับนักศึกษาในทวีปเอเชียทั้งหมด ซึ่งชะลอการเดินทางไปศึกษาต่อในประเทศตะวันตก เนื่องจากค่าเล่าเรียนที่สูงขึ้นและความเข้มงวดในการออกวีซ่าเดินทาง

นอกจากนี้ปัจจัยการเติบโตทางเศรษฐกิจของเอเชีย โดยเฉพาะในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดีย กลับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนจากโลกฝั่งตะวันตกสนใจเข้ามาเรียนรู้วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์เอเชียมากขึ้น ตลอดจนสร้างเครือข่ายและรู้จักการทำธุรกิจในเอเชีย

และส่งผลให้ตลาดการศึกษาในเอเชียเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว (บัญญัติ แสงหิรัญ ในประชาชาติ
ธุรกิจ, ตุลาคม 2548)

ตอนที่ 2 การศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประกอบด้วยประเทศต่างๆ 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน
ราชอาณาจักรกัมพูชา อินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มาเลเซีย สหภาพพม่า
ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และประเทศไทย

ในกลุ่มประเทศมุสลิม ได้แก่ อินโดนีเซีย บรูไน และมาเลเซีย ประเทศมาเลเซียมีความโดดเด่น
ในด้านการศึกษามากที่สุด เพราะมีหลักสูตรนานาชาติถึง 700 หลักสูตร และนักศึกษาต่างชาติ
ที่เข้าไปศึกษาในประเทศมาเลเซียถึง 53,000 คนในปี ค.ศ. 2006 สำหรับประเทศอินโดนีเซียได้
ประสบภาวะวิกฤตไร้เสถียรภาพการเมืองมาเป็นเวลานาน เช่น ความไม่สงบในอาเจะห์ การก่อการ
ร้ายในเกาะบาหลี ตลอดจนภาวะวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำที่เริ่มในปี ค.ศ. 1997 ทำให้คณาจารย์ และ
นักศึกษาต่างชาติไม่นิยมไปศึกษาต่อ นอกจากนักศึกษาทางด้านศาสนาอิสลามของประเทศมุสลิม
ด้วยกัน ส่วนประเทศบรูไนเป็นประเทศที่มีขนาดเล็กและมีประชากรเพียงประมาณ 300,000 คน มี
มหาวิทยาลัยของรัฐเพียงแห่งเดียว จึงไม่เป็นที่สนใจของนักศึกษาต่างชาติ นักศึกษาบรูไนเองนิยม
ไปศึกษาต่อในประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย โดยรัฐบาลบรูไนเป็นผู้ให้ทุนเสียส่วนใหญ่

ในกลุ่มประเทศสังคมนิยม ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐ
สังคมนิยมเวียดนาม และสหภาพพม่า ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตื่นตัวในการศึกษา
นานาชาติมากที่สุด โดยรัฐบาลเปิดโอกาสให้มหาวิทยาลัยต่างชาติเข้าไปเปิดสาขาหรือหลักสูตร
(กระทรวงศึกษาธิการสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม, 2006) ได้แก่

- 1) RMIT (Royal Melbourne Institute of Technology) และมหาวิทยาลัย La Trobe ของ
ประเทศออสเตรเลีย
- 2) AIT (Asian Institute of Technology) ในประเทศไทย
- 3) หลักสูตรบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัย Cambridge ในอังกฤษ
- 4) หลักสูตรระดับปริญญาตรีและโทด้านการธนาคารของมหาวิทยาลัย Bolton ของอังกฤษ
และมหาวิทยาลัย Sunderland ในมหาวิทยาลัย Danang
- 5) สถาบัน Cetana PSB Intellis ของประเทศสิงคโปร์
- 6) หลักสูตรบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัย Towson จากสหรัฐอเมริกา
- 7) หลักสูตรด้านวิศวกรรมศาสตร์จากมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศฝรั่งเศส
และประเทศเบลเยียม

สำหรับประเทศสหภาพพม่า รัฐบาลทหารสหภาพพม่าไม่อนุญาตให้มหาวิทยาลัยต่างชาติ เข้าเปิดหลักสูตรหรือสาขาและมีกฎระเบียบที่เข้มงวดในการออกวีซ่าให้นักศึกษาต่างชาติ (สถานทูตสหภาพพม่าในกรุงเทพฯ, 2549) สถาบันอุดมศึกษาทั้ง 156 สถาบันอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงศึกษาธิการ (64 สถาบัน) และกระทรวงอื่น และคณะกรรมการฝึกอบรมของรัฐ (92 สถาบัน) โดยไม่มีมหาวิทยาลัยเอกชน ประเทศสหภาพพม่ามีระบบสอนทางไกลเพียง 2 แห่งเท่านั้นได้แก่มหาวิทยาลัยย่างกุ้ง และมหาวิทยาลัยมัณฑะเลย์

ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีสถาบันอุดมศึกษาเพียง 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยนานาชาติของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มหาวิทยาลัยสุพรรณวงค์ มหาวิทยาลัยจำปาศักดิ์ และมหาวิทยาลัยฝึกหัดครู (5 แห่ง) นอกจากนั้นมีวิทยาลัยเอกชน 31 แห่ง จำนวนนักศึกษาในมหาวิทยาลัยดังกล่าวในปี พ.ศ. 2548 ทั้งหมดเพียง 47,214 คน (Sengmany, 2549) โดยจำนวนประมาณครึ่งหนึ่งของนักศึกษาทั้งหมดศึกษาในมหาวิทยาลัย แห่งชาติของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2538 โดยการรวม วิทยาลัยต่างๆ ซึ่งสังกัดกระทรวงต่างๆ 10 วิทยาลัยเข้าด้วยกัน ในปี พ.ศ. 2548 นักศึกษาต่างชาติ ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีจำนวนทั้งหมด 249 คน โดยส่วนใหญ่เป็นชาว สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (173 คน) รองลงมาได้แก่ชาวเขมร (27คน) และชาวสาธารณรัฐ ประชาชนจีน (19คน)

ประเทศราชอาณาจักรกัมพูชา เป็นประเทศซึ่งเพิ่งฟื้นตัวจากภาวะสงครามกลางเมืองอัน ยาวนาน ยังไม่ได้มีการพัฒนาการศึกษาเท่าที่ควร โดยเฉพาะด้านหลักสูตรนานาชาติ เพราะขาด งบประมาณของรัฐสนับสนุน รัฐบาลราชอาณาจักรกัมพูชาปัจจุบันได้ทุ่มงบประมาณส่วนใหญ่ใน ด้านการปฏิรูปการเมืองและการสร้างโครงสร้างพื้นฐานในประเทศ

ในช่วงเวลาสงครามกลางเมือง พ.ศ. 2518 - 2522 มหาวิทยาลัยและโรงเรียนทุกแห่งถูก ปิดหมด และเริ่มเปิดอีกในปี พ.ศ. 2523 ใน ปี พ.ศ. 2549 ประเทศราชอาณาจักรกัมพูชามี มหาวิทยาลัย 44 แห่ง ใน 12 จังหวัด โดย 13 แห่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ ซึ่งส่วนใหญ่เป็น มหาวิทยาลัยขนาดเล็ก มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งแรกได้รับอนุญาตให้เปิดทำการโดยรัฐบาล ราชอาณาจักรกัมพูชาในปี พ.ศ. 2540 ได้แก่มหาวิทยาลัยนอร์ตัน ในปี พ.ศ. 2548 จำนวน นักศึกษาในราชอาณาจักรกัมพูชามีทั้งหมด 49,000 คน โดย 32% เป็นผู้หญิง นักศึกษา มหาวิทยาลัยของรัฐจำนวน 70% ได้รับทุนการศึกษาซึ่งพิจารณาจากผลการเรียนดีเด่นหรือ จาก ครอบครัวที่ฐานะยากจน และจากชนบทห่างไกล และเพศหญิง ระบบอุดมศึกษาของ ราชอาณาจักรกัมพูชายังถือได้ว่ายังอยู่ในขั้นปฏิรูปทั้งด้านคุณภาพและจำนวนสถาบัน

ประเทศฟิลิปปินส์ เนื่องจากในอดีตเคยเป็นอาณานิคมของประเทศสเปน และ สหรัฐอเมริกา และในอดีตเคยเป็นศูนย์กลางการศึกษาแห่งหนึ่งในภูมิภาค แต่ระยะหลังความ

ผันผวนทางการเมือง ความล้มเหลวทางด้านเศรษฐกิจ ตลอดจนความไม่สงบไร้เสถียรภาพจากความขัดแย้งภายใน เช่น กบฏกลุ่มพรรคคอมมิวนิสต์แห่งฟิลิปปินส์ (CPP) และกลุ่มมุสลิม Mindanao จึงทำให้สูญเสียสถานภาพด้านศูนย์กลางการศึกษาไป ถึงแม้ว่าประเทศฟิลิปปินส์ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง แต่มีภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและภาวะเงินเฟ้อ ทำให้นักศึกษาต่างชาติไม่นิยมไปศึกษาต่อเหมือนในอดีต โดยเฉพาะจากประเทศไทย และมีประเทศอื่นๆ เช่น มาเลเซีย และสิงคโปร์เข้ามาเป็นคู่แข่งในด้านตลาดการศึกษานานาชาติ โดยเฉพาะประเทศสิงคโปร์ในปี พ.ศ. 2549 มีนักศึกษาต่างชาติเข้าไปศึกษาถึง 51,000 คน โดยรัฐบาลสิงคโปร์ให้ทุนการศึกษา และอนุญาตให้มหาวิทยาลัยต่างชาติเข้าไปเปิดสาขาได้ อาทิเช่น สถาบัน INSEAD จากฝรั่งเศส มหาวิทยาลัย New South Wales จากประเทศออสเตรเลีย และมหาวิทยาลัย Harvard และมหาวิทยาลัย Chicago จากสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

ประเทศฟิลิปปินส์มีสถาบันอุดมศึกษาเป็นจำนวนมากที่สุดในเอเชียดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 : จำนวนสถาบันอุดมศึกษาในฟิลิปปินส์

ประเภทสถาบันอุดมศึกษา	จำนวนสถาบัน
1. มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยของรัฐ	111
2. มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยเอกชน	1,431
3. มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยที่ได้รับเงินอุดหนุนจากเมืองหรือจังหวัด	47
รวมจำนวนทั้งสิ้น	1,589

แหล่งที่มา : SEAMEO, 2005

จำนวนนักศึกษาตามสถาบันอุดมศึกษาของฟิลิปปินส์ในปี พ.ศ. 2548

ตารางที่ 4 : จำนวนนักศึกษาตามสถาบันการศึกษาของฟิลิปปินส์

สถาบันของรัฐ		สถาบันเอกชน		รวม
848,989 คน		1,589,866 คน		2,438,855 คน
นักศึกษาชาย	นักศึกษาหญิง	นักศึกษาชาย	นักศึกษาหญิง	100%
41%	59%	47%	53%	

แหล่งที่มา : SEAMEO, 2005

เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2544 จำนวนบัณฑิตในปี พ.ศ.2547 เพิ่มขึ้น 15% (405,716 คน)
 นักศึกษาฟิลิปปินส์นิยมเรียนสาขาดังต่อไปนี้

1. บริหารธุรกิจ
2. การศึกษาและฝึกหัดครู
3. วิศวกรรมศาสตร์
4. แพทยศาสตร์
5. คอมพิวเตอร์

นอกจากนี้ทบวงมหาวิทยาลัยของฟิลิปปินส์พยายามปรับปรุงระบบประกันคุณภาพ ในปี พ.ศ. 2547 จำนวนสถาบันการศึกษาที่ได้รับประกันคุณภาพมี 193 แห่ง โดยเพิ่ม 13% จากปี พ.ศ. 2544 สถาบันที่ได้รับการประกันคุณภาพ จะได้รับการอุดหนุนด้านการพัฒนาคณาจารย์ ทุนวิจัย และทุนการศึกษาให้นักศึกษา

จึงสรุปได้ว่าในบรรดาประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีเพียง 3 ประเทศ เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับหนึ่งด้านการพัฒนาการศึกษานานาชาติ ได้แก่ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทย

ตอนที่ 3 ความสำคัญและการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ

ประเทศไทยให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อความเป็นนานาชาติของอุดมศึกษาไทย โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 มุ่งพัฒนาความเป็นสากลของอุดมศึกษาไทย มีการกำหนดแผนพัฒนาอุดมศึกษาระยะยาว (พ.ศ.2533 – 2542) ที่มีแนวทางการพัฒนาความเป็นสากลดังต่อไปนี้ คือ

- 1) ในด้านการสอน กำหนดแนวทางส่งเสริมหลักสูตรนานาชาติ หลักสูตรไทยศึกษา การเรียนการสอนภาษา การพัฒนาทักษะสากล เช่น ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ และภาษา เป็นต้น
 - 2) ในด้านการวิจัย กำหนดให้การพัฒนาวิชาการไปสู่ความเป็นเลิศในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ
 - 3) ในด้านการบริการวิชาการ กำหนดให้พัฒนารากฐานความร่วมมือด้านการบริการ กับต่างประเทศ เช่น การตั้งองค์การบริการวิชาการบางประเภทร่วมกับบริษัทนานาชาติ การร่วมมือกับประเทศที่กำลังพัฒนาในฐานะผู้ให้บริการ เป็นต้น
 - 4) ในด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมได้กำหนดแนวทางให้ส่งเสริมการรักษาความแตกต่างทางวัฒนธรรม เพื่ออยู่ร่วมกับประชาคมโลกอย่างมีศักดิ์ศรีและสันติสุข
- (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักนายกรัฐมนตรี 2541)

นโยบายความเป็นนานาชาติในแผนพัฒนาการศึกษา ระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 8

แนวทางสำหรับการพัฒนาความเป็นสากลของอุดมศึกษาไทยตามแผนพัฒนาการศึกษา ระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 8 อาจสรุปได้ดังนี้

วิสัยทัศน์ ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) การอุดมศึกษาไทยในฐานะส่วนหนึ่งของประชาคมโลก ประเด็นสำคัญมีดังต่อไปนี้

1. นิสิตนักศึกษาไทยมีโลกทัศน์กว้างไกล เข้าใจและเห็นคุณค่าของความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมของประเทศเพื่อนบ้าน มีความเคารพในสิทธิเสรีภาพเอกราชและประชาธิปไตยของประเทศอื่น
2. บัณฑิตไทยมีสมรรถภาพสากล (global competence) มีความคิดสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบ ความสามารถในการปรับตัว มีทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และภาษาต่างประเทศ บัณฑิตสามารถพูดภาษาต่างประเทศได้อย่างน้อย 2 ภาษา คือ ภาษาระหว่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ จีน ฝรั่งเศส และภาษาในภูมิภาค เช่น ภาษาเวียดนาม ลาว เขมร มาเลย์
3. มหาวิทยาลัยเปิดของไทยมีนักศึกษาจากประเทศเพื่อนบ้านเข้าเรียนมากยิ่งขึ้น มหาวิทยาลัยเปิดเป็นแหล่งให้การศึกษาดลอดชีวิตที่สำคัญแก่เจ้าหน้าที่และแรงงานของไทยในต่างประเทศ
4. คณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาของไทย มีความสนใจ ใฝ่รู้และติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการในระดับนานาชาติ สามารถใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย เช่น Internet ในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และผลการค้นคว้าวิจัยกับนักวิชาการในต่างประเทศ คณาจารย์ไทยเข้าร่วมประชุมสัมมนาวิชาการในแขนงวิชาของตนในระดับชาติปีละครั้ง ในระดับภูมิภาค 2 ปีต่อครั้ง และระดับนานาชาติ 3 ปีต่อครั้งเป็นอย่างน้อย
5. คณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาของไทย มีบทบาทสำคัญในการสร้างผลงานทางวิชาการจากภูมิภาคท้องถิ่นและภูมิภาค มีบทบาทสำคัญในการจัดตั้งสมาคมเครือข่าย และชุมชนวิชาการและวิชาชีพในภูมิภาค
6. คณาจารย์สถาบันอุดมศึกษาของไทยมีผลงานทางวิชาการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารต่างประเทศ คณาจารย์ของไทยได้รับการยกย่องในวงการวิชาการระดับนานาชาติ
7. ประเทศไทยเป็นศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมในภูมิภาค เพื่อสนองความต้องการในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และเทคโนโลยี เพราะประเทศเพื่อนบ้านต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างรีบเร่ง ควรให้การศึกษาระดับอุดมศึกษาและฝึกอบรม ประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางของประเทศเพื่อนบ้าน สถาบันอุดมศึกษาไทยมีศักยภาพสูงในการบริการการศึกษาและฝึกอบรม การคมนาคมสะดวก มีการเปิดถนนและสะพานมิตรภาพเชื่อมทางเหนือกับสาธารณรัฐประชาชนจีน ทางตะวันตกกับสหภาพพม่า ทางตะวันออกกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักร

กัมพูชาและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ปัจจัยเหล่านี้เอื้ออำนวยต่อการเป็นศูนย์กลางการฝึกอบรมและการเป็นศูนย์กลางการฝึกอบรมและศูนย์การประชุมสัมมนาในภูมิภาค

8. ไทยเป็นศูนย์ข้อมูลทางการอุดมศึกษาในภูมิภาค ประเทศต่างๆ ทั่วโลก สามารถที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับอุดมศึกษาในภูมิภาคนี้โดยการค้นคว้าจากประเทศไทยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์

แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 8 นี้ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นนานาชาติไว้ ที่สำคัญที่สุดได้แก่ การพัฒนาความเป็นสากลของอุดมศึกษาไทย และการเปิดสู่ภูมิภาค (internationalization and regionalization) โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

(สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, ทบวงมหาวิทยาลัย, 2540: 10-15)

1. มุ่งยกระดับมาตรฐานและความสามารถของมหาวิทยาลัย/สถาบันให้มีมาตรฐานสากลทั้งในเชิงวิชาการและการบริหารมหาวิทยาลัย รวมทั้งสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ให้มหาวิทยาลัย/สถาบันเข้าไปมีบทบาททางวิชาการและการบริหารมหาวิทยาลัย รวมทั้งสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ให้มหาวิทยาลัย/สถาบันเข้าไปมีบทบาททางวิชาการในเวทีนานาชาติ และการสร้างเสริมให้อาจารย์และบัณฑิตไทยมีสมรรถนะสากล เจตคติโลกทัศน์และชีวิตทัศน์ที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ตลอดจนสามารถจัดการเรียนการสอนหลักสูตรที่เป็นมาตรฐานสากลอย่างมีคุณภาพให้กับนักศึกษาจากต่างประเทศ

2. มุ่งส่งเสริมสนับสนุนให้มหาวิทยาลัย/สถาบันไทยเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาระดับภูมิภาคมากขึ้น อุดมศึกษาไทยจะต้องเข้าไปมีบทบาทเป็นผู้นำระดับภูมิภาค และสามารถสร้างองค์ความรู้อันเกี่ยวเนื่องกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคได้ ในขณะที่เดียวกันก็สร้างความเข้มแข็งในศิลปวัฒนธรรมไทย

มาตรการด้านความเป็นนานาชาติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในแผนพัฒนา

จากวัตถุประสงค์ข้างต้น ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์และมาตรการย่อยที่สอดคล้องกัน เพื่อความสามารถในการนำไปปฏิบัติดังต่อไปนี้ (สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย ทบวงมหาวิทยาลัย, 2541: 26-28) คือ

วัตถุประสงค์ 5.1 ยกมาตรฐานการอุดมศึกษาไทยให้มีความเป็นสากล

- | | |
|-----------|--|
| กลยุทธ์ 1 | พัฒนาบุคลากรของประเทศไทยให้มีภูมิความรู้และเทคโนโลยีเพื่อเป็นฐานสำหรับการแข่งขันในประชาคมโลก |
| กลยุทธ์ 2 | ให้มีการปรับปรุงคุณภาพการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงกับต่างประเทศ |
| กลยุทธ์ 3 | พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการศึกษาโดยเฉพาะเทคโนโลยี |

สารสนเทศและภาษาต่างประเทศให้สามารถรองรับการพัฒนา
ไปสู่ความเป็นสากล

วัตถุประสงค์ 5.2 พัฒนากำลังคนของประเทศไทยให้มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและมีศักยภาพ
เพียงพอที่จะดำรงชีวิตอยู่และแข่งขันได้ในประชาคมโลก

- | | |
|-----------|---|
| กลยุทธ์ 1 | จัดการเรียนการสอนให้เอื้อต่อความเป็นสากล |
| กลยุทธ์ 2 | ส่งเสริมความร่วมมือและเครือข่ายการเรียนรู้
ต่างประเทศเพื่อให้อาจารย์ได้พัฒนาตนเองให้ทันกับ
ความก้าวหน้าทางวิชาการ |
| กลยุทธ์ 3 | สร้างความตระหนักให้แก่นักศึกษาและบุคลากรถึงคุณค่า
วัฒนธรรมไทย และให้มีโลกทัศน์สากลเกี่ยวกับวัฒนธรรม
ต่างชาติ ต่างภาษา เพื่อให้มีความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับ
นานาชาติ |
| กลยุทธ์ 4 | สนับสนุนภาวะผู้นำของผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัยให้
สามารถพัฒนาระบบการบริหารมหาวิทยาลัยและการ
บริหารวิชาการในระดับมาตรฐานสากล |

วัตถุประสงค์ 5.3 ริเริ่มบทบาทของความเป็นผู้นำในประชาคมภูมิภาคด้วยความเป็นเลิศ
แห่งองค์ความรู้ทางวิชาการ

- | | |
|-----------|--|
| กลยุทธ์ 1 | พัฒนาองค์ความรู้ที่ประเทศไทยมีแต่ประเทศอื่นไม่มีให้มี
ความเป็นเลิศนี้เป็นประโยชน์แก่ประชาคมโลก |
| กลยุทธ์ 2 | สนับสนุนมหาวิทยาลัย/สถาบันอื่นๆ สนใจ/สำนึก และมี
ศักยภาพเพียงพอ และพัฒนาความเป็นเลิศนั้นให้อยู่ใน
ระดับผู้นำของโลก |
| กลยุทธ์ 3 | สนับสนุนการศึกษาและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่แตกต่าง
ไปจากองค์ความรู้เดิมที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อแสวงหาทิศทาง
แนวทาง แนวคิดใหม่ๆ ที่จะช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมโลก |

นโยบายการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ

แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545 – 2549) และแผนพัฒนา
การศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2544) ได้ระบุหนึ่งในบรรดาเป้าหมาย

ได้แก่ การพัฒนาความเป็นสากลของการอุดมศึกษาไทย และการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (regional education hub) เพื่อ

1. สนับสนุนและส่งเสริมการยกระดับบุคลากรและวิชาการการอุดมศึกษาในประเทศไทย ให้ได้รับการยอมรับจากนานาชาติ
2. ส่งเสริมให้บัณฑิตไทยที่จบการศึกษาหลักสูตรนานาชาติในประเทศไทย มีคุณภาพระดับสากล และมีโลกทัศน์ที่กว้างไกล และทันสมัยต่อสังคมโลก
3. ป้องกันเงินตราไม่ให้รั่วไหลออกต่างประเทศ โดยลดจำนวนนักเรียนไทยที่ไปศึกษาต่อต่างประเทศ
4. สร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยดึงนักศึกษาต่างประเทศ โดยเฉพาะแถบเพื่อนบ้าน เข้ามาศึกษาในประเทศไทย

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญของความเป็นสากลของการอุดมศึกษา จึงได้กำหนดนโยบายด้านการพัฒนาความเป็นสากลของอุดมศึกษาไทย และเปิดสู่ภูมิภาค (internationalization-regionalization) ซึ่งมุ่งยกระดับมาตรฐานและสมรรถนะของสถาบันอุดมศึกษาให้มีมาตรฐานสากลทั้งในเชิงวิชาการและการบริหาร รวมทั้งสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ให้สถาบันอุดมศึกษาเข้าไปมีบทบาททางวิชาการในเวทีนานาชาติ ตลอดจนสามารถจัดการเรียนการสอนหลักสูตรที่เป็นมาตรฐานสากลอย่างมีคุณภาพให้กับนักศึกษาจากต่างประเทศได้

การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านตั้งแต่แผนพัฒนาการศึกษาระยะยาว 15 ปี (พ.ศ. 2533-2548) แผนพัฒนาการศึกษาฉบับที่ 7 และฉบับที่ 8 เรื่อยมา ซึ่งได้มีการกำหนดเป็นมาตรการในเรื่องความเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ ตลอดจนถึงแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ก็ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าว โดยในวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และยุทธศาสตร์ ได้มีการตั้งเป้าหมายของการพัฒนาอุดมศึกษาไว้หลายประการด้วยกัน

นโยบายของรัฐบาลไทย (พ.ศ. 2544 – 2548) ต้องการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อนโยบายการเปิดเสรีการค้า (Free Trade Association; FTA) การบริการด้านการศึกษา ตามข้อตกลงว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) ขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ประเทศสมาชิกส่วนใหญ่ต่างเรียกร้องให้การอุดมศึกษาเป็นสินค้าชุดแรกที่จะเปิดตลาดเสรีในปี พ.ศ. 2549 อันจะทำให้เกิดการแข่งขันสูงด้านธุรกิจการศึกษานานาชาติ ตามข้อมูลกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2548) “ธุรกิจบริการการศึกษานานาชาติ

นับเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพสูงของประเทศไทย ซึ่งควรให้การสนับสนุนเพราะมีช่องทางที่จะนำรายได้เข้าประเทศไทยเป็นจำนวนมาก"

เนื่องจาก GATS กำหนดให้ประเทศสมาชิก WTO เปิดตลาดการค้าบริการในสาขาต่างๆ รวมถึงการศึกษาอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยให้มีการเจรจาทุกๆ 5 ปี เพื่อเปิดตลาดให้มากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งเปิดเสรีในที่สุด ดังนั้น GATS จึงกลายเป็นหลักประกันระดับของการเปิดตลาด โดยยึดถือตามข้อผูกพันที่แต่ละประเทศได้ผูกพันไว้ใน GATS ทำให้เจ้าของสถานศึกษาจากต่างประเทศ ตลอดจนครู อาจารย์ชาวต่างชาติ และนักเรียนชาตินั้น เกิดความมั่นใจได้ว่า ประเทศนั้นๆ จะไม่มีการสร้างข้อจำกัดใดๆ ในอนาคต ที่มากไปกว่าสิ่งที่ประเทศนั้นๆ ผูกพันไว้

นอกเหนือจากการเปิดตลาดภายใต้กรอบ WTO แล้ว ขณะนี้ไทยยังอยู่ในระหว่างการเจรจาเปิดตลาดการศึกษาภายใต้กรอบอาเซียน และกรอบ FTA กับหลายประเทศ ซึ่งได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย ออสเตรเลีย บาห์เรน และญี่ปุ่น โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศมีหน้าที่เจรจาต่อรอง ขอให้ประเทศต่างๆ เปิดตลาดให้กับไทย และในขณะเดียวกันก็พยายามเจรจาต่อรองกับประเทศต่างๆ เพื่อให้การเปิดตลาดของไทยเกิดประโยชน์ต่อชาวไทยส่วนรวมให้มากที่สุด

ดร.วิจิตร ศรีธำณ ประธานสมาคมวิจัยสถาบันและพัฒนาอุดมศึกษา (สวพอ.) (ในมติชน, 30 กรกฎาคม 2548) กล่าวในการประชุมวิชาการ การวิจัยสถาบันระดับชาติของ สวพอ. ว่า ต้องกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการปฏิรูปอุดมศึกษาไทยในยุคของการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยผลิตและพัฒนาแรงงานที่มีความรู้ ในงานประชุมเดียวกันนี้ นายแพทย์จรัส สุวรรณเวลาและประธานนโยบายกองทุนสนับสนุนการวิจัย กล่าวว่า การเปิดเสรีทางการศึกษาเป็นภาวะที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ มีหลายประเด็นอย่างบริการด้านความรู้ที่มีหลายอย่างเป็นสินค้า เช่น การรับรองคุณภาพ การสอบ เป็นต้น การเปิดเสรีการศึกษาไม่ใช่การค้าทั้งหมด แต่เป็นการศึกษาข้ามชาติ และเป็นการร่วมมือระหว่างชาติเพื่อพัฒนาบัณฑิตด้วย

นอกจากนี้ นโยบายของรัฐบาลไทยชุดปัจจุบัน ยังต้องการขยายการศึกษาประเภทที่ไม่ใช่การศึกษาภาคบังคับ (non-compulsory education) สู่ตลาดการศึกษาในประเทศต่างๆ เช่น โรงเรียนสอนทำอาหารไทย ดนตรี นาฏศิลป์ มวยไทย ภาษาไทย ศิลปหัตถกรรมไทย การนวดแผนโบราณ และไทยสปา เป็นต้น

แนวทางการดำเนินการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้กำหนดมาตรการในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในประเทศไทย โดยส่งเสริมให้สถาบันอุดมศึกษาไทยมีบทบาทในเวทีภูมิภาคและนานาชาติ ดังนี้

1. ส่งเสริมการเปิดสอนหลักสูตรนานาชาติที่มีคุณภาพ
2. ส่งเสริมสนับสนุนให้สถาบันอุดมศึกษาต่างประเทศที่มีคุณภาพมาจัดการศึกษาในประเทศไทย
3. ส่งเสริมให้สถาบันอุดมศึกษาไทยเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร ในระดับอุดมศึกษา
4. สนับสนุนให้สถาบันอุดมศึกษาไทยเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุม สัมมนา และฝึกรอบรมนานาชาติ
5. สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการฝึกอบรมและวิจัยด้านการค้าและการพัฒนาระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย

เมื่อพิจารณาด้านความพร้อมของประเทศ จะเห็นว่าไทยมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคนี้ได้ไม่ยาก ประเทศไทยนับว่ามีความพร้อมที่จะแข่งขันได้ในเวทีการศึกษาในระดับหนึ่ง (วรเดช จันทรศร, 2545) สถาบันอุดมศึกษาไทยเปิดสอนหลักสูตรนานาชาติในสาขาวิชาที่หลากหลาย และมีปริมาณมากเพียงพอที่จะรับรองนักศึกษาจำนวนมาก ดูจากโครงสร้างการศึกษานานาชาติของไทยมีหลักสูตร การเรียนการสอนที่รองรับความต้องการของผู้เรียนได้ในทุกระดับ โดยแบ่งเป็นโรงเรียนนานาชาติ 63 แห่ง มหาวิทยาลัย/วิทยาลัยหลักสูตรนานาชาติ จำนวน 78 แห่ง และโรงเรียนหลักสูตรกระทรวงศึกษาที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอนอีก 67 แห่ง ซึ่งสถาบันการศึกษานานาชาติเหล่านี้ ล้วนได้รับการรับรองมาตรฐานการเรียนการสอนจากระดับสากลมาแล้วทั้งนั้น อีกทั้งยังมีอุปกรณ์ทันสมัย ใช้เทคโนโลยีสูง และหลายแห่งมีครูชาวต่างประเทศมาเป็นผู้สอน รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนทางด้านวิชาการ และการพัฒนาการเรียนการสอนกับต่างประเทศอยู่เสมอ ส่งผลให้การเรียนการสอนมีคุณภาพสูงขึ้น

จากผลงานวิจัยของ ธเนศ จิตสุทธิภากร (2547) เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การจัดการโปรแกรมนานาชาติของสถาบันอุดมศึกษาไทยพบว่า ในภาพรวมของประเทศมีโอกาสในการดำเนินการด้านโปรแกรมนานาชาติ 7 ประเด็นด้วยกัน ดังนี้

1. วัฒนธรรม มีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ของประเทศมีความน่าสนใจและอุปนิสัยของคนไทยที่มีความเอื้ออารีต่อผู้มาเยือน
2. ค่าครองชีพต่ำ ประเทศไทยมีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจทัดเทียมอารยประเทศ และมีสาธารณูปโภค มีความพร้อมอำนวยความสะดวกต่อผู้มาอยู่ในเมืองไทย เช่น รถไฟฟ้าใต้ดินที่มีอยู่ในปัจจุบันและกำลังขยายต่อไปในอนาคตเพื่อครอบคลุมพื้นที่ทั้งกรุงเทพฯ มีสนามบินนานาชาติที่ใหญ่ติดอันดับของเอเชียและมีการบริการที่สะดวกสบาย รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกในด้านไอที ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แต่ในขณะที่ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำกว่าประเทศอื่น จึงเป็นโอกาสดีของประเทศไทยที่ได้เปรียบประเทศอื่นด้านค่าครองชีพ

3. สังคมที่น่าอยู่ของประเทศไทย ประชาชนคนไทยได้รับการยกย่องจากคนต่างชาติในเรื่องของวัฒนธรรมการต้อนรับ ความมีน้ำใจไมตรี เอื้ออาทร และเป็นมิตรกับทุกคน ไม่มีปัญหาเรื่องการแบ่งแยกทางศาสนา และไม่มีกีดกันเชื้อชาติและศาสนา มีความเป็นเสรีภาพและอิสระมากกว่าประเทศอื่นๆ

4. อุปทานของนักศึกษาเพิ่มสูงขึ้น จำนวนความต้องการเรียนโปรแกรมนานาชาติมีจำนวนมากขึ้น เนื่องจากจำนวนโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาเปิดโปรแกรมภาคภาษาอังกฤษมากขึ้น จึงทำให้มีกลุ่มนักเรียนเป้าหมายที่ต้องการศึกษาต่อในโปรแกรมนานาชาติมากขึ้น ประกอบกับความต้องการของตลาดแรงงานยุคใหม่ที่ต้องการบุคลากรที่พูดได้อย่างน้อย 2 ภาษามากขึ้น จึงส่งผลให้นักเรียนต้องเรียนในโปรแกรมนานาชาติมากขึ้น

5. นโยบายของรัฐบาลส่งเสริมในเรื่องของความเป็นนานาชาติ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างชัดเจนจากแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 และเป้าหมายการสร้างคนไทยให้มีคุณภาพตามแผน 9 รัฐบาลมุ่งเน้นความเป็นสากลของอุดมศึกษา และการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้

6. การท่องเที่ยวและอนุรักษ์วัฒนธรรม นโยบายของรัฐในการเมืองน่าอยู่ โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวและอนุรักษ์วัฒนธรรมให้มีการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และยั่งยืน ช่วยที่บ้านเมืองน่าอยู่และมีความหลากหลาย เอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาเยือน

7. ทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยบนโลก ทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศมีความได้เปรียบเนื่องจากเป็นจุดเชื่อมต่อที่สะดวกสบาย มีระยะทางไม่ไกลจากประเทศต้นทาง ประเทศไทยได้เปรียบในการเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างอินเดีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย และยุโรป ดังนั้นศักยภาพเรื่องทำเลที่ตั้งจึงเป็นข้อได้เปรียบของไทย

และจากข้อมูลภาพรวมของประเทศไทย หากประมวลผลโดยวิเคราะห์พิจารณา 4 ด้าน ดังนี้ สังคม (S: Social) เทคโนโลยี (T: Technology) เศรษฐกิจ (E: Economic) นโยบาย/การเมือง (P: Politic) สามารถสรุปโอกาสของโปรแกรมนานาชาติในประเทศไทย (ธเนศ จิตสุทธิภากร. 2547) ดังนี้

ตารางที่ 5 : โอกาสของโปรแกรมนานาชาติของประเทศไทย

S: (Social) สังคม	<ol style="list-style-type: none"> 1. นักเรียนไทยมีการพัฒนาด้านการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น 2. มีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของชาติที่โดดเด่นกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค 3. นิยมการเรียนรู้โปรแกรมบูรณาการศาสตร์ระหว่างสาขาวิชา
T: (Technology) เทคโนโลยี	<ol style="list-style-type: none"> 1. เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารเอื้อต่อการขยายเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างประเทศ 2. สิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทางสะดวกมากขึ้น เช่น รถไฟฟ้า สนามบินใหม่
E: (Economic) เศรษฐกิจ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความต้องการเรียนโปรแกรมนานาชาติในประเทศมีสูงขึ้น 2. กลุ่มนักศึกษาเป้าหมายจบจากโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยมีมากขึ้น 3. ภูมิศาสตร์ทำเลที่ตั้งของประเทศไทยเหมาะสมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 4. ตลาดแรงงานยุคใหม่ต้องการบุคลากรที่พูดได้อย่างน้อย 2 ภาษา
P: (Politic) นโยบาย/การเมือง	<ol style="list-style-type: none"> 1. พ.ร.บ. การศึกษา 2542 เปิดโอกาสให้สถาบันมีความเป็นอิสระในการบริหารงานมากขึ้น 2. แผนพัฒนาอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 มุ่งเน้นส่งเสริมความเป็นนานาชาติ 3. รัฐบาลส่งเสริมและให้ความสำคัญกับความเป็นนานาชาติของสถาบันอุดมศึกษา 4. รัฐบาลส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการดึงดูดให้ประเทศน่าอยู่ 5. มีความเป็นเลิศทางด้านสังคม การเมือง และศาสนา

จึงสรุปได้ว่าประเทศไทยมีโอกาสสูงในการเป็นผู้นำด้านการศึกษานานาชาติในภูมิภาคนี้

ความเป็นผู้นำของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ

Jolley (1997) ได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จ (key success factor) ของประเทศที่เป็นผู้นำด้านการศึกษานานาชาติด้านความสามารถในการดึงดูดนักศึกษาต่างชาติเข้าไปศึกษาต่อได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย พบว่ามีปัจจัยความสำเร็จดังต่อไปนี้

1. ประเทศดังกล่าวมีมหาวิทยาลัยในชั้นแนวหน้าระดับโลกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาและอังกฤษ มหาวิทยาลัยเหล่านี้มีชื่อเสียงด้านคุณภาพการศึกษา มีหลักสูตรที่มีความหลากหลาย มีระบบการเรียนการสอนที่ยืดหยุ่น

2. มหาวิทยาลัยมีหลักสูตรที่ดี ทำให้เป็นที่น่าสนใจของคณาจารย์ต่างประเทศ มีการแลกเปลี่ยนนักศึกษาต่างชาติ และมีสมาคมศิษย์เก่าที่มีบทบาทสูง

3. ในประเทศดังกล่าวมีชุมชนชาวเอเชียอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีเครือข่ายที่ดีและให้การสนับสนุนนักศึกษานานาชาติ
4. มหาวิทยาลัยให้ทุนการศึกษาเป็นจำนวนมาก รวมทั้งทุนระดับปริญญาโทและเอก
5. โครงการช่วยเหลือด้านการศึกษา เช่น ในช่วงปี ค.ศ. 1993 – 1994 รัฐบาลในเครือจักรภพได้ให้ทุนการศึกษานักศึกษาต่างชาติมากกว่า 8,000 คน ผ่านหน่วยงาน AusAID (Australian Agency for International Development) ของออสเตรเลียเป็นจำนวน 60 ล้านเหรียญออสเตรเลียหรือประมาณ 1,800 ล้านบาท
6. มีการสร้างเครือข่ายในภูมิภาค ซึ่งเคยเป็นอาณานิคมในเครือจักรภพ
7. ค่าเล่าเรียนที่มีราคาคุ้มค่าในการเรียนหลักสูตรที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะในออสเตรเลียและแคนาดา
8. การใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก โดยเฉพาะในวงการธุรกิจ
9. การที่ประสบความสำเร็จในการวางกลยุทธ์การตลาดการศึกษา
10. การตั้งมหาวิทยาลัยสาขาในต่างประเทศ และการมีทรัพยากรพร้อมในการเปิดการศึกษาทางไกล

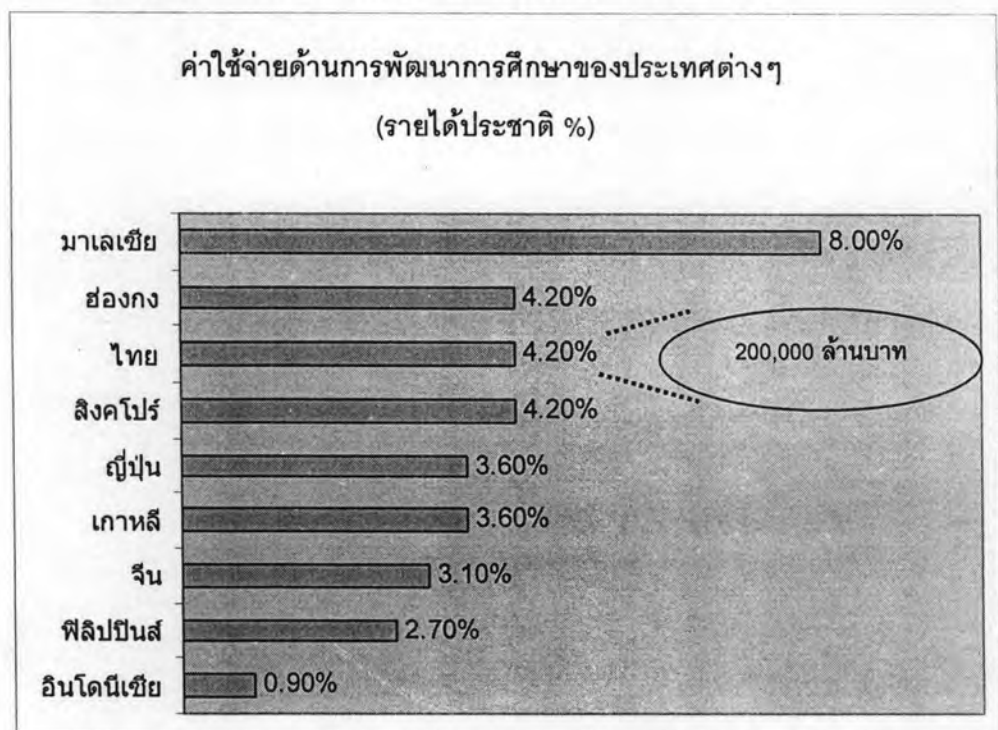
หากวิเคราะห์ประเทศไทยแล้ว ประเทศไทยสามารถพัฒนาความเป็นผู้นำในการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติได้ โดยพิจารณาในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การติดอันดับของสถาบันอุดมศึกษา โดยองค์กรที่มีชื่อเสียงต่างประเทศ เช่น The Times Higher Education Supplement ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีชื่อของประเทศอังกฤษ ฉบับวันที่ 2 พฤศจิกายน ค.ศ. 2005 ได้จัดอันดับมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก 200 อันดับประจำปี ค.ศ. 2005 ปรากฏว่าเป็นปีแรกที่มหาวิทยาลัยไทยติดอันดับดังกล่าว โดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ติดอันดับ 121 จาก 200 ในการจัดอันดับแยกตามสาขาวิชาย่อย ปรากฏว่าสาขาสังคมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ติดอันดับที่ 46 จาก 100 อันดับ สาขาเวชศาสตร์ ติดอันดับที่ 82 และสาขาเทคโนโลยี ติดอันดับ 100 ถ้าพิจารณาเฉพาะภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยติดอันดับ 35 ส่วนในภูมิภาคอาเซียน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยติดอันดับ 3 ซึ่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้คะแนนสูงในด้านผู้จ้างผู้ประกอบการ ซึ่งใช้บัณฑิตจุฬาฯ และคะแนนในสัดส่วนอาจารย์ต่อนิสิต เพราะมีอาจารย์ 1 คน ต่อนิสิต 11 คน โดยได้คะแนนเท่ากับมหาวิทยาลัยแอสตันฟอร์ด ในสหรัฐอเมริกา แสดงว่าบัณฑิตจุฬาฯ เป็นที่ยอมรับทั่วโลก (สุชาติ กิระนันท์, 2548) นอกจากนี้ นายภาวิฑ ทองโรจน์ เลขาธิการคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2548) ได้กล่าวว่า การที่จุฬาฯ ติดอันดับ 121 ของโลก เท่ากับมหาวิทยาลัยชื่อดังโลก คือ มหาวิทยาลัยมิชิแกนสเตต ในสหรัฐอเมริกา และมหาวิทยาลัยปารีส ในฝรั่งเศส

2. การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศของ IMD (International Institute for Management Development) แห่งประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ในปี พ.ศ. 2547 พบว่าความสามารถในการแข่งขันระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก พบว่าประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 10 จากทั้งหมด 15 ประเทศ โดยประเทศสิงคโปร์อยู่ในอันดับที่ 1 และมาเลเซียอยู่ในอันดับที่ 5 และจากการจัดอันดับด้านการศึกษาของ IMD ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 48 สูงกว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (53) ฟิลิปปินส์ (57) และอินโดนีเซีย (60) แต่ต่ำกว่าสิงคโปร์ (14) และมาเลเซีย (24)

3. ค่าใช้จ่ายด้านการพัฒนาการศึกษาไทยในปี พ.ศ. 2547 รัฐบาลให้ความสนใจในการพัฒนาการศึกษาอย่างมาก และได้มีการจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาค่อนข้างสูงถึง 200,000 ล้านบาททุกปี ซึ่งเป็นจำนวนค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สิงคโปร์ และญี่ปุ่น เป็นต้น ดังแผนภูมิต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 2 : ค่าใช้จ่ายด้านการพัฒนาการศึกษาของประเทศต่างๆ



แหล่งที่มา: IMD World Competitive Yearbook 2004

4. ด้านจำนวนนักศึกษาต่างชาติและความหลากหลายด้านเชื้อชาติ ประเทศไทยจัดว่าอยู่ในอันดับ 3 ในภูมิภาค ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 : จำนวนนักศึกษาต่างชาติในมาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย

ประเทศ	จำนวนนักศึกษาต่างชาติ พ.ศ. 2548	จำนวนเชื้อชาติ
1. มาเลเซีย	53,000	161
2. สิงคโปร์	51,000	158
3. ไทย	5,601	72

แหล่งที่มา: กระทรวงศึกษาธิการมาเลเซีย สิงคโปร์และ ไทย, 2549

5. ด้านจำนวนหลักสูตรนานาชาติ และความหลากหลายของหลักสูตร เป็นดัชนีชี้วัดที่สำคัญของความเป็นสากลของสถาบันของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) โดยประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 มีหลักสูตรนานาชาติทั้งหมด 720 หลักสูตรในระดับปริญญาตรี โท และเอก ในด้านต่างๆ อาทิเช่น วิศวกรรมศาสตร์ สาธารณสุขศาสตร์ พยาบาลศาสตร์ เกษตรศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศึกษาศาสตร์ เป็นต้น

6. จากการวิจัยของ ธเนศ จิตสุทธิภากร (2547) พบว่าหนึ่งในองค์ประกอบของโปรแกรมนานาชาติที่สำคัญ ได้แก่ ทรัพยากรสนับสนุน ได้แก่ อาคารสถานที่ ห้องสมุดที่ทันสมัย และระบบสารสนเทศ

และจากศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยร่วมกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2547 พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาค เนื่องจากมีปัจจัยต่างๆ ที่มีความพร้อมในระดับหนึ่ง เช่น จำนวนสถาบันอุดมศึกษา พื้นที่และปัจจัยแวดล้อม

ประเทศไทยยังเป็นที่ตั้งของศูนย์/สำนักงานของเครือข่ายความร่วมมือด้านการศึกษาระดับภูมิภาคต่างๆ อาทิเช่น สำนักงานเลขานุการเครือข่ายมหาวิทยาลัยอาเซียน (ASEAN University Network) ศูนย์ภูมิภาคของซีมีโอ ว่าด้วยการอุดมศึกษาและการพัฒนา Regional Centre for Higher Education and Development (SEAMEO RIHED) และโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาและคณาจารย์ในเอเชีย และแปซิฟิก (University Mobility in Asia and the Pacific: UMAP)

ในด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ ประเทศไทยถือว่าเหมาะสมที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการศึกษาในหมู่ประเทศเพื่อนบ้าน ดังเหตุผลต่อไปนี้

1. มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม
2. มีขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดี
3. การสื่อสารและคมนาคมทันสมัย

4. ค่าครองชีพในไทยก็ค่อนข้างต่ำ ทำให้มีภาระค่าใช้จ่ายน้อยเมื่อเทียบกับการเรียนในแถบยุโรป หรืออเมริกา สามารถจูงใจให้นักศึกษาจากประเทศใกล้เคียงเข้ามาเรียนในไทยได้ง่ายขึ้น

5. หลักสูตรนานาชาติมีหลายระดับ และมีความหลากหลาย

ในปี 2547 มีชาวต่างชาติเข้ามาศึกษาในไทย 19,350 คน แบ่งเป็นนักเรียน 13,700 คน และนักศึกษาระดับอุดมศึกษา 5,601 คน ส่วนใหญ่เป็นชาวสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมาเป็นชาวสหภาพพม่า และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ตามลำดับ เมื่อพิจารณาสถิติการเข้ามาเพื่อศึกษาต่อของนักศึกษาต่างชาติในไทย ปี พ.ศ. 2547 มีอัตราการเติบโตในระดับ 16.78% โดยมีนักศึกษาต่างชาติเข้ามาศึกษาต่อในประเทศไทย 5,601 ราย และสามารถสร้างรายได้รวมมากกว่า 8,000 ล้านบาท

ในปี พ.ศ. 2549 กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะผู้รับผิดชอบแผนกการตลาดด้านธุรกิจบริการการศึกษานานาชาติ ตั้งเป้าว่าในปีถัดไปจะสามารถสร้างรายได้รวม 10,000 ล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ, 2548)

แนวโน้มปี 2550 คาดว่า การรับนักเรียน/นักศึกษาต่างชาติจะเพิ่มขึ้น 20% ส่วนใหญ่ยังคงเป็นชาวสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้หวัน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สหภาพพม่า เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันสหรัฐอเมริกาและอังกฤษหรือประเทศในแถบยุโรปอื่นๆ เป็นเป้าหมายของการก่อความไม่สงบ ผู้ปกครองจึงค่อนข้างห่วงความปลอดภัยของบุตรหลาน ทำให้เด็กนักเรียนในภูมิภาคเอเชียย้ายกลับมาเรียนในไทย หรือในประเทศที่ปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวถือเป็นโอกาสที่ดีต่อธุรกิจการศึกษาของไทยมาก ภาครัฐจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ขยายการรุกตลาดการศึกษาให้มากขึ้น (กระทรวงพาณิชย์, 2548)

ตลาดประเทศกลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น ตลาดหลัก คือ ประเทศในภูมิภาคเอเชีย และตลาดใหม่ เป็นตลาดในประเทศที่เจริญแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย และประเทศในแถบยุโรปอื่นๆ ที่ต้องการจะเข้ามาเรียนที่ไทยตามโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัยในไทยและต่างประเทศที่มีข้อตกลงต่อกันรวมทั้งการเรียนหลักสูตรระยะสั้นด้วย (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก 2548)

ตอนที่ 4 รูปแบบและกลยุทธ์การส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

4.1 รูปแบบการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในประเทศไทย กรอบ นโยบายและ ยุทธศาสตร์ของภาครัฐ

สภาพปัจจุบันและปัญหา

พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 ในด้านการพัฒนาภาคบริการไว้ว่า "จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษา การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬา และนันทนาการ" และนโยบายด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ได้แถลงไว้ว่า "สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน" ประกอบกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้มีมาตรการสนับสนุนการลงทุนทางการศึกษา โดยได้จัดไว้ในประเภทกิจการที่ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ นอกจากนี้ การเปิดเสรีการค้าบริการด้านการศึกษาตามข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) ได้ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจการศึกษานานาชาติเพิ่มขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงได้เร่งดำเนินงานอย่างจริงจัง เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจการศึกษานานาชาติของไทยเข้าสู่ตลาดการแข่งขันได้อย่างแท้จริง

เพื่อตอบสนองนโยบายดังกล่าวข้างต้นนั้น ในปัจจุบันหน่วยงานต่างๆ อาทิเช่น กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ได้มีการดำเนินงานดังต่อไปนี้ กระทรวงศึกษาธิการ ได้แต่งตั้ง คณะกรรมการดำเนินงานพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานปลัดกระทรวง มีหน้าที่กำหนดแนวทางการพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งพิจารณาแผนและโครงการความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่วนในระดับกรม สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนได้แต่งตั้ง คณะอนุกรรมการการศึกษาเอกชนด้านการส่งเสริมการลงทุนทางการศึกษาขึ้นเพื่อกำหนดนโยบาย มาตรการ และยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการลงทุนทางการศึกษาให้สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ นอกจากนี้ สถาบันราชภัฏได้ดำเนินโครงการโดยจัดตั้งศูนย์ศึกษาประเทศเพื่อนบ้านในสถาบันราชภัฏหลายแห่งที่ตั้งอยู่ใกล้ชายแดน ได้แก่ สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี สถาบันราชภัฏอุดรธานี และสถาบันราชภัฏกำแพงเพชร ซึ่งสถาบันราชภัฏเหล่านี้เปิดรับนักศึกษาจากประเทศเพื่อนบ้านให้เข้ามาศึกษา โดยมีข้อเสนอที่เป็นแรงจูงใจ เช่น การเก็บค่าเล่าเรียนต่ำกว่านักศึกษาไทย และการให้ทุนการศึกษา เป็นต้น

สำหรับการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และสถาบันอุดมศึกษา ในสังกัด ได้มีการดำเนินงานโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมความเป็นนานาชาติของการศึกษาระดับอุดมศึกษาหลายโครงการ อาทิ การจัดนิทรรศการหลักสูตรอุดมศึกษาไทยในต่างประเทศ (road show) โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้าน โดยดำเนินงานร่วมกับกรมส่งเสริมการส่งออกและสถาบันอุดมศึกษาและสถานศึกษานานาชาติหลายแห่ง นอกจากนี้ ยังมีโครงการการพัฒนา สถานที่ และขยายกรอบความร่วมมือทางวิชาการกับต่างประเทศอีกหลายประเทศ

จะเห็นได้ว่า การดำเนินงานต่างๆ ดังกล่าวได้มุ่งไปที่เป้าหมายเดียวกันในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติของประเทศไทย แต่ยังเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดการประสานความร่วมมืออย่างเป็นทางการระหว่างกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ รวมทั้งหน่วยงานอื่นๆ อยู่มาก ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคต่อความเข้มแข็งในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติของประเทศไทยที่จะให้นักศึกษานานาชาติและไทยเพิ่มความนิยมที่จะศึกษาในประเทศไทย ทั้งยังส่งผลให้ประเทศไทยสูญเสียรายได้จำนวนมากในแต่ละปี

ปัญหาต่างๆ ที่กล่าวมานี้ เนื่องมาจากประเทศไทยยังไม่มีกำหนดนโยบายและเป้าหมายในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติที่ชัดเจนที่หน่วยงานต่างๆ สามารถยึดถือเป็นแนวปฏิบัติได้ นอกจากนี้ ยังปรากฏว่ามีช่องว่างทางกฎหมายอีกหลายประการที่ทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบนักลงทุนจากต่างชาติ โดยเฉพาะหากมีการเปิดเสรีการค้าอย่างจริงจัง ซึ่งปัญหาควรมีการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ ในฐานะหน่วยงานนโยบายและวางแผนการศึกษาแห่งชาติ ได้ศึกษาวิธีการดำเนินงานของประเทศผู้นำตลาดธุรกิจการศึกษานานาชาติ และแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจการศึกษานานาชาติของไทย และได้ดำเนินการเรื่อง "การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจการศึกษานานาชาติของประเทศไทย" ด้วยวิสัยทัศน์ "ภายในปี 2549 ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติที่มีความเป็นสากลและมีการประสานความหลากหลายทางวัฒนธรรมของภูมิภาค" รวมทั้งได้ระดมความคิดจากผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันจัดทำกรอบนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาและส่งเสริมการศึกษานานาชาติของประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักนายกรัฐมนตรี, 2545) โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อยกระดับมาตรฐานการศึกษาของประเทศให้เป็นสากลและเป็นทางเลือกหนึ่งของคนไทย
- 2) เพื่อเป็นแหล่งสร้างรายได้เข้าประเทศและลดค่าใช้จ่ายในการไปศึกษาต่อต่างประเทศของคนไทย

3) เพื่อสร้างความผูกพันระหว่างคนไทยกับนักศึกษาและครูนานาชาติเพื่อความเข้าใจอันดี เป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพความเป็นมิตรกับนานาชาติประเทศอื่นจะนำไปสู่การรักษาผลประโยชน์ของประเทศ

4) เพื่อเผยแพร่ภาษา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและภาพลักษณ์อันดีงามของประเทศไทยแก่ชาวต่างประเทศ

5) เพื่อให้การเปิดเสรีการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาของชาติ

ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ มีนโยบาย ได้แก่

1) ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ และเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคที่จัดการศึกษาสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของชาติ

2) ส่งเสริมธุรกิจการศึกษานานาชาติของประเทศไทย ให้สามารถแข่งขันได้ เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศ และป้องกันเงินตราไหลออกนอกประเทศ โดยเพิ่มการสนับสนุนการลงทุนด้านธุรกิจการศึกษานานาชาติให้มากขึ้น

3) เปิดเสรีการศึกษาโดยใช้สิทธิของประเทศกำลังพัฒนาที่ระบุไว้ในข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าภาคบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) ให้เต็มที่ โดยให้โรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทยได้ตามศักยภาพ ความพร้อมและตามบทบัญญัติของกฎหมาย รวมทั้งสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาสังคมไทย ทั้งนี้ โดยคำนึงถึง

3.1 การให้โรงเรียนและมหาวิทยาลัยของไทยได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เพื่อถ่ายถอดความสามารถในการบริหารจัดการ รวมทั้งได้รับส่วนแบ่งรายได้และผลกำไรจากผลประกอบการ

3.2 การสนับสนุนและปกป้องธุรกิจบริการด้านการศึกษานานาชาติ และเล็กของไทยให้สามารถดำเนินการแข่งขันกับธุรกิจของต่างชาติ ซึ่งมีทุนมากกว่าได้

4) ส่งเสริมเผยแพร่และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้ดีขึ้น โดยจัดสิ่งแวดล้อมทางสังคมให้เกื้อกูลต่อการจัดการศึกษานานาชาติ ให้มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีความซื่อสัตย์สุจริต ปลอดภัยจากยาเสพติด และแหล่งอบายมุข

5) รณรงค์ให้คนในสังคมไทยปรับเปลี่ยนทัศนคติและค่านิยมในการศึกษาต่อต่างประเทศ ให้หันมานิยมศึกษาในประเทศ และส่งเสริมผู้ที่จบการศึกษาในประเทศมากขึ้น

6) จัดตั้งโรงเรียนตามแนวชายแดน โดยเปิดสอนหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน

7) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาธุรกิจการศึกษานานาชาติ ทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรมนุษย์ การรับรองมาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา รวมทั้งการระดมทรัพยากรเพื่อการศึกษา

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

1) ด้านการตลาด ได้กำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้าน การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์หลักสูตรนานาชาติ และการสร้างเครือข่ายดำเนินการด้านการตลาดในประเทศต่างๆ

2) การสร้างเครือข่ายและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ และสร้างความร่วมมือทางวิชาการหรือวิชาชีพกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ

แนวทางการดำเนินงาน

เพื่อให้การดำเนินงานส่งเสริมการศึกษานานาชาติของประเทศไทยบรรลุผลตามนโยบายของรัฐบาล สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติได้เสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการระดับชาติเพื่อส่งเสริมการศึกษานานาชาติของประเทศไทย โดยมีรัฐมนตรีที่ดูแลด้านการศึกษาเป็นประธาน ประกอบด้วยผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม กระทรวงมหาดไทย สถาบันการศึกษานานาชาติ สมาคมโรงเรียนนานาชาติแห่งประเทศไทย สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นกรรมการ โดยให้มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการ ดังนี้

1) กำหนดนโยบาย เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการศึกษานานาชาติของประเทศไทย

2) กำหนดแนวทางการบูรณาการการดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งเสริมการศึกษานานาชาติของกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกันในระดับชาติ

ในส่วนของหน่วยงานราชการอื่น ได้แก่ กองธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ได้วางกลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมการขยายการศึกษานานาชาติของไทยดังต่อไปนี้

1) ส่งเสริมให้ชาวต่างชาติเข้ามาศึกษาหลักสูตรนานาชาติ และหลักสูตรระยะสั้นในประเทศไทย โดยจัดกิจกรรมแนะนำการศึกษาไทยในตลาดเป้าหมาย เช่น ในเอเชีย ได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และได้หวั่น งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

2) การส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายของการศึกษานานาชาติของไทย ทั้งในตลาดไทยและต่างประเทศ เช่น ได้ร่วมงาน "พันธมิตร" เพื่อการศึกษาและฝึกงานในประเทศไทย ช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2547 ในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

3) สร้างความเชื่อมั่นในควมมีมาตรฐานของการศึกษานานาชาติทั้งในและต่างประเทศ โดยการจัดสัมมนาและนิทรรศการการศึกษานานาชาติของไทยในประเทศ

4) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การศึกษาไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดประเทศเป้าหมาย โดยร่วมมือกับสำนักพาณิชย์ของไทยในต่างประเทศ

นอกจากนี้กรมส่งเสริมการส่งออก ได้เสนอปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ ดังต่อไปนี้

1) การประชาสัมพันธ์หลักสูตรการศึกษานานาชาติของไทยในประเทศไทยเอง และต่างประเทศยังไม่เพียงพอ เพื่อจะดึงดูดนักศึกษาต่างชาติ โดยทางกรมได้เสนอให้มีการรวมตัวกันในกลุ่มสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรนานาชาติ โดยการจัดตั้งองค์กรหรือสมาคมที่มีการทำเป็นงานคล้าย IDP ของออสเตรเลีย ทำหน้าที่ส่งเสริมให้นักศึกษาต่างชาติเข้ามาศึกษาในไทย เน้นแนวขั้นตอนการสมัคร และรวบรวมบริการข้อมูลสถาบันการศึกษา และรวมกันจัดทำกรวิจัยด้านการตลาด

2) ขาดบุคลากรส่งเสริมการศึกษานานาชาติของไทยในต่างประเทศ เช่น การจ้างบริษัทตัวแทน (agent company) ทางด้านการศึกษาในต่างประเทศ

3) ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาต่างชาติ เช่น การจัดหาที่พักสำหรับนักศึกษา บุคลากรชาวต่างชาติ การขอวีซ่าของนักเรียนและนักศึกษา การบริหารห้องสมุดภาษาอังกฤษ เป็นต้น (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2547)

หน่วยงานของรัฐอีกหน่วยงานหนึ่งซึ่งดูแลและกำกับสถาบันอุดมศึกษาของรับและเอกชน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ภายใต้กระทรวงศึกษาธิการ สำนักที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการศึกษานานาชาติและความร่วมมือกับสถาบันต่างประเทศ คือ สำนักยุทธศาสตร์อุดมศึกษาต่างประเทศ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการสนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของสถาบันอุดมศึกษาให้สามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากลและเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการศึกษาในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (สกอ, 2548) หนึ่งในภารกิจเพื่อพัฒนาการอุดมศึกษาไทย ได้แก่ การพัฒนาด้านความร่วมมือกับ

ต่างประเทศในเชิงรุก เพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาความเข้มแข็งของสถาบันอุดมศึกษาไทย ในส่วนของการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการศึกษา ทางสำนักได้จัดคู่มือของสถาบันการศึกษาทั้งรัฐและเอกชนเป็นภาษาอังกฤษทุกปี และจัดกิจกรรมเผยแพร่ชื่อเสียงมหาวิทยาลัยของไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะในเอเชีย เช่น การจัดนิทรรศการและสัมมนาในต่างประเทศ ปีละ 2-3 ครั้ง และการจัดสัมมนาระหว่างสถาบันของรัฐและเอกชนที่มีหลักสูตรนานาชาติในประเทศปีละครั้ง เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาค

จากการประชุมสัมมนาซึ่งจัดโดยสำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัยในวันที่ 30 กรกฎาคม 2545 เรื่อง "ความเป็นสากลของการอุดมศึกษาไทย: สู่ความเป็นศูนย์กลางนานาชาติ" ซึ่งมีมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน 75 แห่ง สถาบันราชภัฏและสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ตลอดจนเจ้าหน้าที่จากทบวงมหาวิทยาลัย กระทรวงต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ เข้าร่วมประชุมทั้งหมด 200 คน ผลจากการประชุมกลุ่มย่อย เรื่อง "ปัญหา อุปสรรคของการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาไทย สู่ศูนย์กลางการศึกษานานาชาติและแนวทางแก้ไข" ได้มีการเสนอให้ "จัดหน่วยงาน (ศูนย์) รับนักศึกษาในประเทศที่เล็งเห็นว่าจะมีนักศึกษาของประเทศนั้น สนใจเข้าศึกษาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยทำในลักษณะเหมือนกับหน่วยงาน IDP Education Australia ของประเทศออสเตรเลีย" (รายงานการประชุมของสำนักปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, 2545)

การที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติได้นั้น จำเป็นต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบภารกิจนี้โดยเฉพาะ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยเฉพาะในการนำรายได้เข้าประเทศ และลดการที่เงินรั่วไหลออกนอกประเทศ จากการที่นักศึกษาไปศึกษาต่อ ณ ต่างประเทศ

ในการประชุมคณะกรรมการการพัฒนาการส่งออก เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2543 ที่กระทรวงพาณิชย์ โดย รองนายกรัฐมนตรี นายศุภชัย พานิชภักดิ์ เป็นประธานกรรมการ ในการประชุม ได้มีมติเห็นชอบสนับสนุนให้มหาวิทยาลัย โรงเรียนนานาชาติของไทย จัดตั้งชมรมหรือองค์กรของเอกชน เพื่อเป็นผู้ดำเนินการส่งเสริมการศึกษาอย่างเต็มรูปแบบในเชิงพาณิชย์ โดยเสนอให้มีการจัดตั้งชมรมการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมการศึกษาของไทยในต่างประเทศอย่างเต็มรูปแบบในเชิงพาณิชย์ โดยมีการให้บริการในรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น การประชาสัมพันธ์การศึกษาของไทยในต่างประเทศ การจัดสัมมนาแนะแนวการศึกษา การอำนวยความสะดวกในการเข้ามาศึกษาที่ประเทศไทย การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการศึกษาในระดับนานาชาติ และมีหน้าที่ความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การศึกษาของไทย โดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ อาทิ เช่น การเข้าร่วมนิทรรศการการศึกษา การจัดทำเอกสารเผยแพร่การศึกษา
2. การบริการแก่นักเรียน นักศึกษาชาวต่างประเทศที่ต้องการมาศึกษาต่อที่ประเทศไทย

3. การบริการให้ข้อมูลด้านการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย เกี่ยวกับการศึกษาในระดับนานาชาติแก่สถาบันการศึกษาของไทย

4. ให้บริการจัดประชุม อบรมสัมมนา เพื่อเพิ่มพูนความรู้หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางด้านการศึกษาหรือภาคอุตสาหกรรม

5. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษาแลกเปลี่ยน ในประเทศไทยและต่างประเทศ

แต่ความคิดในการจัดตั้งชมรมก็ไม่ได้นำมาปฏิบัติ เนื่องจากมีการเปลี่ยนผู้บริหารและนโยบายในกระทรวงพาณิชย์ในรัฐบาลชุดต่อมา

ในขณะนี้ประเทศไทย ยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงในการส่งเสริมการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคนี้ มีเฉพาะหน่วยงานในสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ซึ่งทำหน้าที่ส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการระหว่างประเทศและสำนักงานบริการการส่งออก ภายใต้กระทรวงพาณิชย์ ประชาสัมพันธ์หลักสูตรนานาชาติของไทย โดยกรมส่งเสริมการส่งออก (2548) ได้กำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ธุรกิจการบริการการศึกษา ดังนี้

วิสัยทัศน์ : ยกกระดับสถาบันการศึกษานานาชาติของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในต่างประเทศ และส่งเสริมสถาบันการศึกษานานาชาติของไทยให้มีนักเรียน นักศึกษาต่างประเทศมากขึ้น และส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางด้านการศึกษาในภูมิภาคเอเชีย

กลยุทธ์ : ศึกษาวิจัยในการขยายตลาด แนะแนวกลยุทธ์การเจาะตลาดและพัฒนาหลักสูตรนานาชาติ ปรับปรุงขั้นตอนการเข้ามาศึกษาต่อที่ประเทศไทยให้ง่ายขึ้น ประชาสัมพันธ์การศึกษาของไทยไปยังต่างประเทศ และประสานงานกับทบวงมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมโครงการความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนนักศึกษา ครูอาจารย์ระหว่างมหาวิทยาลัยของประเทศไทยกับต่างประเทศโดยประเทศเป้าหมายหลัก ได้แก่

1. ประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สหภาพพม่า บังคลาเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา เป็นต้น ซึ่งสนใจจะส่งบุตรหลานมาศึกษาต่อในประเทศไทย เพราะคุณภาพการศึกษาของประเทศไทยดี และราคาไม่สูงเหมือนกับประเทศทางตะวันตก

2. ประเทศที่สนใจจะส่งบุตรหลานมาศึกษาต่อในต่างประเทศที่มีการศึกษาดี และราคาไม่แพงมากในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลี ไต้หวัน และประเทศในแถบตะวันออกกลาง

แผนงานของกรมส่งเสริมการส่งออก ปี 2543 จนถึงปัจจุบัน ได้แก่ เข้าร่วมงานนิทรรศการการศึกษานานาชาติในต่างประเทศ และงานแสดงสินค้าต่างๆ จัดสัมมนาแนวทางการศึกษานานาชาติของประเทศไทยในตลาดเป้าหมาย โฆษณาประชาสัมพันธ์การศึกษาไทย จัดทำคู่มือ



แนะแนวการศึกษาต่อที่ประเทศไทย และจัดทำชั้นวางเอกสารสำหรับการศึกษานานาชาติของไทย เพื่อเผยแพร่และจัดส่งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในต่างประเทศทั่วโลก

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการส่งออกได้เห็นความสำคัญของโครงการขยายบริการด้านการศึกษาไปยังต่างประเทศ จึงได้เสนอ ดังนี้

- ให้กรมส่งเสริมการส่งออกทำหน้าที่ด้านการตลาดในการส่งเสริมธุรกิจบริการด้านการศึกษาไปยังตลาดต่างประเทศ โดยประสานงานและให้ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับกระทรวงศึกษาธิการและทบวงมหาวิทยาลัย รวมทั้งการจัดหาข้อมูลการศึกษาในต่างประเทศในเชิงพาณิชย์ให้แก่สถาบันการศึกษาและแนะแนวกลยุทธ์การเจาะตลาดเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

- สนับสนุนให้มหาวิทยาลัย โรงเรียนนานาชาติของไทย จัดตั้งชมรมหรือองค์กรของเอกชน เพื่อเป็นผู้ดำเนินการส่งเสริมการศึกษาของไทยอย่างเต็มรูปแบบในเชิงพาณิชย์ โดยดำเนินการส่งเสริมการศึกษาของไทยในต่างประเทศ จัดสัมมนาแนะแนวการศึกษาแนะนำเรื่องการศึกษา ยื่นวีซ่า การสมัครเรียน การแนะนำโรงเรียนและมหาวิทยาลัยที่เหมาะสมแก่นักเรียน นักศึกษา

แต่เมื่อมีการเปลี่ยนบุคลากร และนโยบายในกระทรวงพาณิชย์ การผลักดันในเรื่องนี้ ไม่ได้เป็นงานหลักของกรมส่งเสริม เมื่อเทียบกับการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม หัตถกรรมของประเทศ สำหรับสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเองภารกิจหลักในขณะนี้ ได้แก่ การปรับองค์กร และการปฏิรูปการศึกษา ฉะนั้นการจะให้มีการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษา จึงไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควร หากไม่มีหน่วยงานกลางรับผิดชอบโดยตรง

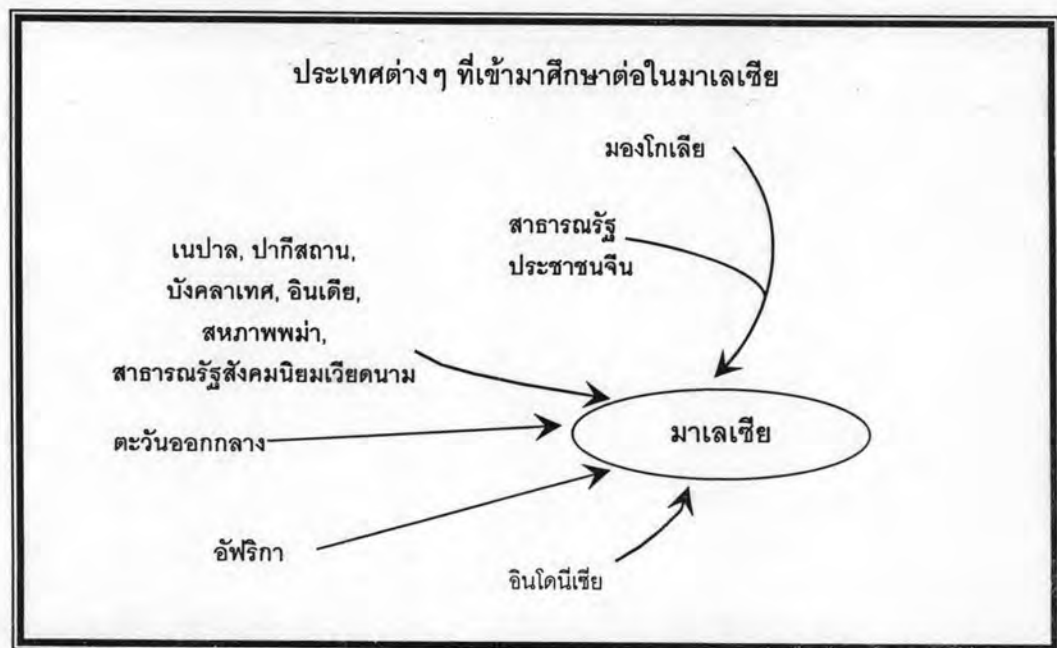
บทบาทของภาคเอกชนในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ

ในส่วนของภาคเอกชนไม่มีหน่วยงานเด่นชัดที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการศึกษานานาชาติ ประเทศไทย มีสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งเป็นการรวมตัวของมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ แต่ไม่ได้มีบทบาทในภาพรวมในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยเอกชนที่มีหลักสูตรนานาชาติ หรือเป็นมหาวิทยาลัยนานาชาติต่างคนต่างทำการตลาดและประชาสัมพันธ์กันเอง

จึงสรุปได้ว่า ในประเทศไทยทั้งภาครัฐและเอกชนขาดการประสานงานและความร่วมมืออย่างจริงจังในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ ไม่มีหน่วยงานเฉพาะ ไม่มีตัวแทนทั้งภาครัฐในต่างประเทศที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์เต็มรูปแบบ ไม่มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่นักศึกษาต่างชาติ ถึงแม้มีหน่วยงานของรัฐบาลเริ่มดำเนินการไปแล้วบ้างก็ตาม แต่ก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ แผนงานที่ชัดเจน หรือผลงานเมื่อเทียบกับประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย หรือออสเตรเลีย

4.2 บริบทในประเทศมาเลเซีย และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการศึกษา ในภูมิภาค

ประเทศมาเลเซียในอดีตเป็นเมืองขึ้นของประเทศอังกฤษ นักศึกษามาเลเซียจึงมักจะนิยมไปศึกษาต่อในประเทศตะวันตก ในช่วงก่อนวิกฤตทางเศรษฐกิจในเอเชีย ค.ศ. 1997 มีจำนวนถึงเกือบ 100,000 คน แต่หลังจากเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจแล้ว รัฐบาลมาเลเซียผลักดันนโยบายการศึกษานานาชาติในประเทศของตน ในวิสัยทัศน์ของอดีตนายกรัฐมนตรี นายมหาเธร์ โมฮัมหมัด ที่เรียกว่า "Vision 2000" หนึ่งในเป้าหมายได้แก่ การเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาค โดยการศึกษาได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลมากที่สุด ทั้งนี้ เพื่อรักษาไม่ให้เงินตรารั่วไหลไปสู่ต่างประเทศ และในขณะเดียวกันก็ดึงดูดนักศึกษาต่างชาติเข้ามาศึกษาในมาเลเซียเพิ่มมากขึ้น ในปี ค.ศ. 2005 จำนวนนักศึกษาต่างชาติที่ศึกษาในมาเลเซียมีถึง 53,000 คน จาก 161 ประเทศ (Ali, 2005) โดยส่วนใหญ่เรียนในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และรัฐบาลตั้งเป้าหมายถึง 100,000 คนในอีก 5 ปีข้างหน้า นักศึกษาส่วนใหญ่มาจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สหภาพพม่า อินโดนีเซีย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และมองโกเลีย และประเทศในตะวันออกกลางเป็นตลาดใหม่ที่ขยายตัวเร็วขึ้น ในปี ค.ศ. 2002 มีนักศึกษาจากตะวันออกกลางเพียง 901 คน และตัวเลขขึ้นมาเป็นเกือบ 3,000 คน ในปี ค.ศ. 2006 เนื่องจากเป็นประเทศมุสลิมด้วยกันทำให้การปรับตัวด้านความเป็นอยู่ โดยเฉพาะด้านสังคมและศาสนาไม่เป็นอุปสรรค



แผนภาพที่ 1 : แหล่งที่มาของนักศึกษาต่างชาติในมาเลเซีย

แหล่งที่มา : Bahrin, 2005

ทั้งนี้ รัฐบาลได้เปลี่ยนยุทธศาสตร์สำคัญในด้านการศึกษานานาชาติ โดยมหาวิทยาลัยต่างชาติได้รับอนุญาตให้เข้ามาเปิดสาขาในประเทศได้

สาเหตุที่ประเทศมาเลเซียสามารถดึงดูดนักศึกษาต่างชาติได้ (Ali, 2005) เพราะ

1. มีโปรแกรมนานาชาติที่หลากหลาย โดยเฉพาะจากมหาวิทยาลัยต่างชาติที่มาตั้งสาขา
2. ราคาไม่แพงทั้งสำหรับนักศึกษามาเลเซีย และต่างชาติ
3. มีสภาพการเมืองที่สงบและมั่นคง
4. มีสังคมและวัฒนธรรมที่ดี และลักษณะใกล้เคียงกับประเทศอินโดนีเซีย อินเดีย และ

สาธารณรัฐประชาชนจีน

กลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันด้านการศึกษา

1. มหาวิทยาลัยในมาเลเซียได้พัฒนาเครือข่ายและความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในประเทศตะวันตก โดยนักศึกษาสามารถได้ปริญญาต่างประเทศ โดยไม่ต้องเดินทางไปต่างประเทศ เช่น

1.1 โครงการเรียนทางไกล (external degree) กับมหาวิทยาลัยลอนดอน ประเทศอังกฤษ นักศึกษามาเลเซียลงทะเบียนเป็น “นักศึกษาภายนอก” และเรียนในประเทศมาเลเซีย โดยใช้หลักสูตรและข้อสอบของมหาวิทยาลัยลอนดอน และรับปริญญาจากอังกฤษ

1.2 โครงการเทียบโอนหน่วยกิต (credit transfer) ซึ่งริเริ่มโดยสถาบันเทคโนโลยี MARA ในประเทศมาเลเซีย และมหาวิทยาลัยไอโอไอ ประเทศอเมริกา ซึ่งสามารถเทียบโอนหน่วยกิตกับมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา โดยเรียนที่มาเลเซีย 2 ปี และสหรัฐอเมริกา 2 ปี

1.3 โครงการ Twinning Program ซึ่งได้รับความนิยมมากตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1997 หลังจากวิกฤตทางเศรษฐกิจในเอเชีย โดยนักศึกษาเรียนในมาเลเซีย 1-2 ปี ก่อนที่จะไปเรียนในสถาบันการศึกษาต่างประเทศที่เป็นพันธมิตร 1-2 ปี โดยได้รับปริญญาพร้อมจากทั้ง 2 มหาวิทยาลัย

1.4 โครงการ Franchise 3+0 ซึ่งเริ่มในปี ค.ศ.1998 เป็นการต่อยอด Twinning Program ข้างต้น โดยเรียนในประเทศทั้ง 3 ปี แต่ได้รับปริญญาต่างประเทศ แต่มหาวิทยาลัยมาเลเซียต้องเสียค่าธรรมเนียม (royalty) ให้สถาบันต่างชาติ ขณะนี้มีมหาวิทยาลัยในมาเลเซียถึง 38 สถาบัน โดยมากทำโครงการร่วมกับมหาวิทยาลัยในออสเตรเลียและอังกฤษ

1.5 การให้มหาวิทยาลัยต่างชาติเปิดสาขาในมาเลเซีย โดยให้หลักสูตรและมาตรฐานเดียวกันในประเทศต้นสังกัด รัฐบาลได้ใช้นโยบายนี้ตั้งแต่ปลาย ปี ค.ศ.1999 ขณะนี้มี 4 มหาวิทยาลัยด้วยกัน คือ

1. มหาวิทยาลัย Nottingham ประเทศอังกฤษ
2. มหาวิทยาลัย Monash ประเทศออสเตรเลีย
3. มหาวิทยาลัย Swinburne ประเทศออสเตรเลีย
4. มหาวิทยาลัย Curtin ประเทศออสเตรเลีย

2. สถาบันการศึกษามาเลเซีย มีกลยุทธ์ด้านราคาต่ำเล่าเรียน เพื่อดึงดูดนักศึกษาต่างประเทศ ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 2 : เปรียบเทียบค่าเล่าเรียนของรูปแบบการศึกษาในมาเลเซีย



แหล่งที่มา : Bahrin, 2005

จากแผนภาพข้างต้นพิสูจน์ให้เห็นว่ามาเลเซียได้เปรียบในการก้าวสู่การเป็น “ศูนย์กลางการศึกษา” เพราะมาเลเซียมีจุดแข็ง ด้าน “ราคา” ทำให้นักศึกษาต่างประเทศเข้าไปศึกษาต่อในมาเลเซีย ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 50% เมื่อเทียบกับการเรียนต่อในสหรัฐอเมริกาและยุโรปโดยนักศึกษายังได้รับปริญญาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโลก และยังสามารถเรียนต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศเช่นเดียวกัน

นอกเหนือจากนี้ระบบการศึกษาของมาเลเซียก้าวไกลขนาดไปเปิดสาขาแฟรนไชส์ด้านการศึกษาของตนเองในต่างประเทศ ในช่วง 7-8 ปีที่ผ่านมา ไปเปิดสถาบันการศึกษาในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ไทย และปากีสถาน เท่ากับสามารถส่งออกทรัพย์สินทางปัญญาด้าน

การศึกษาสู่ต่างประเทศ (Bahrin, 2005) เช่น สถาบัน INTI ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และไทย และสถาบัน APIIT ในปากีสถานและศรีลังกา เป็นต้น

รูปแบบและกลยุทธ์การส่งเสริมการศึกษานานาชาติในมาเลเซีย บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ

นอกจากมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยต่างๆ ทำการตลาดเองแล้ว ในการรับสมัครนักศึกษาต่างชาติ รัฐบาลมาเลเซียได้ให้การสนับสนุนด้านนี้เป็นอย่างมาก โดยทบวงมหาวิทยาลัย (MOHE) ซึ่งเริ่มตั้งขึ้นในวันที่ 27 มีนาคม ค.ศ. 2004 ทำหน้าที่ดูแลมหาวิทยาลัยของรัฐ 17 แห่ง และมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยเอกชน 359 แห่ง (MOHE, 2005)

ตารางที่ 7 : จำนวนนักศึกษาในมาเลเซีย (ค.ศ. 2004)

ประเภทของมหาวิทยาลัย	จำนวนนักศึกษา ธันวาคม ปี ค.ศ. 2004
มหาวิทยาลัยของรัฐ 17 แห่ง	311,142 คน
มหาวิทยาลัย / วิทยาลัยเอกชน 359 แห่ง	322,891 คน

แหล่งที่มา : MOHE, 2005

ณ ธันวาคม ค.ศ. 2004 จำนวนนักศึกษาต่างชาติในมาเลเซีย มี 40,686 คน สร้างรายได้ให้กับประเทศประมาณ 52 ล้านดอลลาร์ล้านบาท

ตารางที่ 8 : จำนวนนักศึกษาต่างชาติในมาเลเซียตามประเภทของสถาบัน

ประเภทของสถาบัน	จำนวนนักศึกษาต่างชาติ
สถาบันการศึกษาเอกชน	25,936 คน
สถาบันการศึกษาของรัฐ	6,315 คน
โรงเรียนรัฐ	3,376 คน
โรงเรียนเอกชน	5,056 คน

แหล่งที่มา : MOHE, 2005

ภายในปี ค.ศ. 2020 รัฐบาลตั้งเป้าจะรับสมัครนักศึกษาต่างชาติ 100,000 คน (MOHE, 2005) ทบวงมหาวิทยาลัยจึงได้ตั้งศูนย์ส่งเสริมการศึกษามาเลเซีย (Malaysia Education Promotion Center, MEPC) เมื่อวันที่ 11 เมษายน ค.ศ. 2005 ในประเทศกลุ่มเป้าหมายหลัก 4 ประเทศด้วยกัน ได้แก่

1. ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ณ กรุงปักกิ่ง
2. ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ณ กรุงโฮจิมินห์

3. ประเทศอินโดนีเซีย ณ กรุงจาการ์ต้า
4. ประเทศสหรัฐอเมริกาอิมิเรต ณ กรุงคูไบ

โดยสำนักงานเหล่านี้ มีที่ตั้งอยู่ในสถานทูตหรือสถานกงสุลมาเลเซียในประเทศนั้นๆ

หน้าที่หลักของ MEPC ได้แก่

1. ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อในประเทศมาเลเซีย
2. ให้คำปรึกษานักศึกษาและผู้ปกครองด้านการเรียนในมาเลเซีย และติดต่อสถานที่เรียน
3. ประสานงานกับสถาบันการศึกษาให้นักศึกษาและทำการแนะแนว
4. ให้ความช่วยเหลือด้านการออกวีซ่าและหาที่พัก

มาตรการของรัฐบาลมาเลเซียในการสร้างแรงจูงใจให้นักศึกษาต่างชาติ

1. การตั้งคณะกรรมการรับรองคุณภาพการศึกษาระดับชาติ (National Accreditation Board) เพื่อการรับรองและประกันคุณภาพสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะภาคเอกชน สถาบันเอกชนถูกบังคับด้วยกฎหมายให้จดทะเบียนกับกระทรวงมหาดไทย ก่อนที่จะได้รับอนุญาตให้รับสมัครนักศึกษาต่างชาติ เพราะบางประเทศ เช่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เข้มงวดในเรื่องดังกล่าว มีการส่งเจ้าหน้าที่สถานทูตสาธารณรัฐประชาชนจีนประจำมาเลเซียไปตรวจสอบสถาบันการศึกษา เมื่อผ่านการตรวจสอบแล้ว ทางการของสาธารณรัฐประชาชนจีนจึงให้ใบรับรอง (certificate) ให้รับสมัครนักศึกษาไปเรียนต่อในประเทศมาเลเซียได้ (www.malaysia-edu.com, 2005)

2. การขยายแผนการศึกษาภาคเอกชนในกระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย ในมาเลเซีย เพื่อให้การสนับสนุนภาคเอกชนในการดำเนินงาน ในการประชุมระดับชาติ จัดขึ้นโดยทบวงมหาวิทยาลัยของมาเลเซียในระหว่างวันที่ 20-21 กันยายน ค.ศ. 2005 ในหัวข้อ "การเสริมสร้างอนาคตด้านอุดมศึกษาของมาเลเซีย: การปรับนโยบายและการให้ความสำคัญการศึกษาภาคเอกชน" รัฐมนตรีทบวงมหาวิทยาลัย Dato' Dr. Haji Shafie ได้กล่าวว่า "ทางรัฐบาลจะสนับสนุนการศึกษาในระดับอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนให้มีคุณภาพทัดเทียมกัน และให้ความสำคัญเท่ากัน เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายในโลกสังคมฐานความรู้ และสำคัญที่สุดให้บรรลุเป้าหมายวิสัยทัศน์ 2020 (Vision 2020) ในการเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาค ให้ยึดหลักการ 3 ประการดังต่อไปนี้

1. คุณภาพ (rigour) ให้นักศึกษาได้เรียนรู้หลักสูตรที่ท้าทายและเหมาะสม เพื่อเตรียมตัวในการศึกษาต่อหรือทำงานในอนาคต
2. ความเกี่ยวข้อง (relevance) ให้นักศึกษาได้เรียนวิชาหรือทำโครงการที่

เกี่ยวข้องกับชีวิตตัวเอง และมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน นำความรู้ติดตัวเพื่อการประกอบวิชาชีพ

3. ความสัมพันธ์ (relationship) นักศึกษาจะต้องได้รับการเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด โดยได้รับคำแนะนำที่ดีให้ประสบความสำเร็จในการเรียน และการมีสัมพันธภาพที่ดีกับคณาจารย์ และผู้ปกครองด้วย ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการเรียนของนักศึกษา

หากนำหลักการเหล่านี้ไปใช้ด้วยความทุ่มเท อุทิศศึกษาของมาเลเซียสามารถบรรลุเป้าหมายได้ เพราะรัฐบาลเพียงแต่มีหน้าที่วางแผนและแนะนำ แต่สถาบันการศึกษาเป็นผู้เลือก และตัดสินใจนโยบายหรือแนวความคิดไปใช้ให้บรรลุผล"

นโยบายดังกล่าวทำให้ทั้งสถาบันภาครัฐและเอกชนสามารถฉีกกำลังได้ในการดำเนินการด้านธุรกิจการศึกษาโดยไม่มีการแตกแยก

3. มีการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตด้านข้อมูลข่าวสารที่ครบวงจรของการศึกษาใน มาเลเซีย ทั้งของภาครัฐและเอกชน www.studymalaysia.com ตั้งแต่ระบบการศึกษา หลักสูตร รวมทั้งการขอทุนการศึกษาและการขอกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา ด้านชีวิตความเป็นอยู่ในมาเลเซีย และวัฒนธรรม และการแนะนำหน่วยงาน

4. เพื่อเป็นการดึงดูดนักศึกษาต่างชาติ กระทรวงมหาดไทยของประเทศมาเลเซียได้ อนุญาตให้นักศึกษาทำงานต่อได้ เมื่อสำเร็จการศึกษา โดยเฉพาะในสาขาที่จบการศึกษา (Salleh, 2004) ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีมาเลเซียได้รับการร้องขอจากสถาบันการศึกษาเอกชนมาเลเซีย ให้เพิ่ม มาตรการนี้ เพื่อเป็นแรงจูงใจสำหรับนักศึกษาต่างชาติ

มาตรการของรัฐบาลมาเลเซียดังกล่าว เป็นการสนองวิสัยทัศน์ของประเทศในการเป็น ศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาค โดยเฉพาะทางทบวงมหาวิทยาลัยได้ให้ความสำคัญกับ ภาคเอกชนเป็นแนวร่วมในการผลักดันนโยบายดังกล่าวให้บรรลุเป้าหมาย

บทบาทภาคเอกชนในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ

ประเทศมาเลเซียมีสถาบันเอกชนระดับอุดมศึกษา 559 แห่งด้วยกัน สถาบันเหล่านี้ได้ รวมตัวกันตั้งสมาคมที่สำคัญ 2 สมาคมด้วยกัน ได้แก่

1. สมาคมวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเอกชนมาเลเซีย (The Malaysia Association of Private Colleges and University, MAPCU)
2. สมาคมสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งชาติ (National Association of Private Educational Institutions, NAPEI)

1. สมาคมวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเอกชนมาเลเซีย (MAPCU)

สมาคม MAPCU จัดทะเบียนในวันที่ 18 มีนาคม ค.ศ. 1997 โดยได้รับการรับรองจาก กระทรวงศึกษาธิการ คณะกรรมการรับรองมาตรฐานแห่งชาติ กระทรวงการคลัง กองพัฒนา เศรษฐกิจ สำนักนายกรัฐมนตรี และกลุ่มบริษัทการพัฒนา Multimedia มีสถาบันเอกชนชั้นนำของ มาเลเซีย 43 สถาบันเป็นสมาชิก โดยทุกสถาบันมีเป้าหมายหลักร่วมกัน ได้แก่ การส่งเสริมให้ ประเทศมาเลเซียเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาค (www.studymalaysia.com/mapcu) โดย ทำงานเป็น "พันธมิตร" กับรัฐบาลในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ โดยร่วมเป็นคณะกรรมการ ในหน่วยงานของรัฐบาล และสมาคมวิชาชีพหลายแห่งด้วยกัน จุดประสงค์ของสมาคมโดยสรุปมี ดังนี้

1. ส่งเสริมการเรียนการสอนและหลักสูตรที่มีมาตรฐาน โดยระบบประกันคุณภาพ
2. การสร้างเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ
 - 2.1 เพื่อเปิดสาขาในประเทศมาเลเซีย
 - 2.2 เพื่อเปิดหลักสูตรร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ
3. การให้ทุนการศึกษาทั้งในและนอกประเทศ (เฉพาะนักศึกษามาเลเซีย) ในปี พ.ศ.

2548 ให้ทุนจำนวน 113 ทุน รวมมูลค่าประมาณ 2.40 ล้านริงกิตมาเลเซีย หรือประมาณ 26 ล้านบาท

2. สมาคมสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งชาติ (NAPEI)

สมาคม NAPEI คาดการณ์ไว้ว่า ในปี ค.ศ. 2007 มาเลเซียจะมีรายได้จากนักศึกษา ต่างชาติ 54,000 คน เป็นจำนวนเงินมากกว่า 32 หมื่นล้านบาท และในปี ค.ศ. 2010 คาดว่ารายได้ จากนักศึกษาต่างชาติจำนวน 93,000 คนจะเป็นจำนวนเงินมากกว่า 56 หมื่นล้านบาท

ประเทศมาเลเซียถือได้ว่าเป็นประเทศที่เป็นต้นแบบ (Model) สำหรับประเทศที่กำลัง พัฒนาอื่นๆ

1. ในฐานะที่รัฐบาลมีนโยบายและมาตรการที่เอจริงเอจ้งกับการเป็นศูนย์กลาง การศึกษาในภูมิภาค
2. รัฐบาลร่วมกับภาคเอกชนร่วมกันประสานรับนโยบายที่จะก้าวตามวิสัยทัศน์ 2020 โดยการรับรองคุณภาพการศึกษาของสถาบันและสร้างเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ
3. การตั้งศูนย์กลางส่งเสริมการศึกษา (MEPC) ในประเทศเป้าหมายหลัก 4 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และ สหรัฐอาหรับอิมิเรท เพื่อเจาะตลาดนักศึกษาต่างชาติ

สำหรับประเทศมาเลเซียจุดแข็งและจุดอ่อนในด้านการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ (Bahrin 2005, Blogg, 2004) และจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สถานทูตมาเลเซียประจำประเทศไทย (Sabaruddin, พฤษภาคม 2006) มีดังนี้

ตารางที่ 9 : จุดแข็งและจุดอ่อนของมาเลเซียในด้านการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ

จุดแข็งของมาเลเซีย	จุดอ่อนของมาเลเซีย
1. มีสภาพแวดล้อมที่สงบสุข	1. มาเลเซียเป็นประเทศเล็ก มีประชากรเพียง 24 ล้านคน
2. สังคมปลอดภัย	2. ส่วนใหญ่ชาวมาเลเซียนับถือศาสนาอิสลาม และมีข้อห้ามทางศาสนาและสังคม สังคมไม่เปิดกว้าง
3. มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย และคล้ายคลึงกับประเทศเป้าหมาย ได้แก่ อินเดีย อินโดนีเซีย และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	3. หลักสูตรระดับอุดมศึกษา สถาบันอุดมศึกษาเอกชนของมาเลเซียมีหลักสูตรประมาณ 3,000 หลักสูตร แต่ได้รับการรับรองโดยสำนักงานมาตรฐานมาเลเซีย (LAN) เพียง 530 หลักสูตร
4. มีค่าครองชีพไม่สูง มีเศรษฐกิจมั่นคง	4. รัฐบาลควบคุมการแสดงความคิดเห็นของประชาชน และสื่อต่างๆ
5. ค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม นักศึกษาต่างชาติเสียค่าเล่าเรียนเท่ากับนักศึกษามาเลเซีย	
6. มีมหาวิทยาลัยต่างชาติที่มีชื่อเสียงไปเปิดสาขาจำนวนมาก สามารถโอนหน่วยกิตได้ง่าย และรับปริญญาจากมหาวิทยาลัยนั้นๆ ได้	

โดยสรุป นับว่าประเทศมาเลเซียมีอนาคตสดใสในด้านการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ เพราะรัฐบาลมีส่วนร่วมผลักดันการศึกษานานาชาติ และให้การสนับสนุนทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

4.3 บริบทในประเทศสิงคโปร์ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการศึกษา ในภูมิภาค

ในปี ค.ศ. 1986 คณะกรรมการเศรษฐกิจของประเทศสิงคโปร์ภายใต้การนำของรัฐมนตรีพาณิชย์ Lee Hsien Loong ได้ระบุว่า การศึกษาเป็นหนึ่งในบริการที่สำคัญที่รัฐบาลควรให้การสนับสนุน (Du Kamel, 2004) ต่อมาในปี ค.ศ.1998 คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ (EDB) ได้เริ่มวางแผนในการยกระดับการศึกษานานาชาติในสิงคโปร์ โดยดึงมหาวิทยาลัยระดับชั้นนำในโลกเข้ามาทำการเปิดหลักสูตรหรือสาขาในประเทศสิงคโปร์ ได้แก่ มหาวิทยาลัย Harvard สถาบันเทคโนโลยี MIT สถาบันธุรกิจระดับบัณฑิตศึกษาของ Chicago มหาวิทยาลัย Cornell และสถาบัน INSEAD จากประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น (Sanderson, 2002) และในปี ค.ศ.1999 ภายใต้การนำของนายกรัฐมนตรี Goh Chok Tong ได้กำหนดนโยบาย "วิสัยทัศน์สิงคโปร์ 21" (Singapore 21 Vision) ซึ่งหนึ่งในนโยบาย ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางการศึกษาระดับโลก (Global Schoolhouse) ภายในปี ค.ศ.2010

ในปี พ.ศ.2549 การศึกษาสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศสิงคโปร์เป็นจำนวน 3.6% ของรายได้มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Produce, GDP) และรัฐบาลหวังว่าจะสามารถเพิ่มได้เป็น 5% ในอีก 10 ปีข้างหน้า ในปี พ.ศ.2548 มีนักศึกษาต่างชาติประมาณ 51,000 คน รัฐบาลสิงคโปร์พยายามจะเพิ่มจำนวนเท่าตัวภายในปี พ.ศ. 2553 จำนวนนักศึกษาจะมีอัตราเติบโตประมาณ 6% ต่อปี และปี พ.ศ. 2549 เติบโตถึง 10% (Dukamel, 2004)

กระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมของสิงคโปร์ได้เห็นการเติบโตในธุรกิจการศึกษาใน 4 ระดับด้วยกัน ได้แก่

1. อุดมศึกษา
2. โรงเรียนพาณิชย์เอกชน และโรงเรียนเฉพาะทาง
3. โรงเรียนเตรียมความพร้อมและโรงเรียนประจำ
4. บริษัทและหน่วยงานเอกชน

สาเหตุที่ประเทศสิงคโปร์สามารถขยายตลาดการศึกษานานาชาติได้ (Duhamel, 2004)

เนื่องจาก

1. มีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม กลางทวีปเอเชีย และใกล้ประเทศที่มีนักศึกษาต่างชาติมาก เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดีย
2. มีโครงสร้างระบบการขนส่งและระบบการสื่อสารที่ดีเยี่ยม (infrastructure)
3. เป็นประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลาง
4. มีชื่อเสียงที่โด่งดังด้านวิชาการของมหาวิทยาลัยของตนเอง เช่น National University

of Singapore, (NUS) ที่ติดอันดับ 18 ของโลก (Times Higher UK 2004) และได้รับฉายาว่า Harvard แห่งเอเชีย และมหาวิทยาลัย Nanyang ซึ่งมีชื่อเสียงระดับภูมิภาคเอเชีย ด้านสาขาเทคโนโลยีก็ได้รับฉายาว่าเป็น MIT แห่งเอเชีย

5. เป็นศูนย์กลางทางการเงินและธนาคาร และเป็นศูนย์รวมของบริษัทข้ามชาติยักษ์ใหญ่
6. มีเศรษฐกิจที่พัฒนา และสังคมปลอดภัยและเป็นสังคมที่ผสมผสานโลกตะวันตกและตะวันออก
7. มีรัฐบาลที่เข้มแข็งและให้การสนับสนุนการศึกษา
8. มีระบบการเรียน E-learning ที่พัฒนา

ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดของคณะบริหารธุรกิจแห่งมหาวิทยาลัย (Chicago Graduate School of Business) Sugita (ใน Duhamel, 2004) กล่าวไว้ว่า "สาเหตุที่เลือกประเทศสิงคโปร์เป็นวิทยาเขตในเอเชียแทนที่จะเลือกนครซิดนีย์ เชียงไฮ้ หรือโตเกียว เพราะสิงคโปร์มีระบบโครงสร้างทางคมนาคม และการสื่อสารที่ดีเยี่ยม ตั้งอยู่บนใจกลางทวีปเอเชีย มีสนามบินที่ทันสมัย รัฐบาลเน้นด้านการพัฒนาการศึกษา และมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและสังคมที่เป็นพันธมิตร" ซึ่งเป็นการยืนยันว่า มหาวิทยาลัยต่างชาติเชื่อมั่นในเสถียรภาพของประเทศสิงคโปร์

นอกจากนี้ในปี ค.ศ.2007 มหาวิทยาลัยชื่อดังของออสเตรเลีย คือ มหาวิทยาลัย New South Wales ที่ซิดนีย์ จะเปิดวิทยาเขตเอเชียเต็มรูปแบบ (ปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี) ในประเทศสิงคโปร์ (UNSW, Asia Campus) โดยสามารถรับนักศึกษาได้ถึง 15,000 คน

ในประเทศสิงคโปร์เองมหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ (NUS) ก็สามารถทำชื่อเสียงให้แก่ประเทศด้านการศึกษานานาชาติ โดยได้รับการเลือกให้เป็นมหาวิทยาลัยลำดับที่ 18 ในโลก

ศ.ลุย อา ซอย ผู้อำนวยการสำนักความร่วมมือระหว่างประเทศของสิงคโปร์ได้กล่าวไว้ว่า NUS มีกลยุทธ์ 4 ด้านด้วยกันในการพัฒนามหาวิทยาลัยให้มีคุณภาพระดับสากล ได้แก่

1. การสร้างประสบการณ์ระดับโลก (global experience) ได้แก่ การแลกเปลี่ยนนักศึกษา การไปตั้งวิทยาลัยในต่างประเทศ การสร้างหุ้นส่วนธุรกิจ โครงการแลกเปลี่ยนในระยะสั้น ในปี ค.ศ. 2004 และ 2005 มีจำนวนนักศึกษาในโครงการแลกเปลี่ยนรวม 1,293 คน มีนักศึกษาต่างชาติเข้ามาศึกษาต่อในประเทศสิงคโปร์ 730 คน และนักศึกษาสิงคโปร์ที่ไปเรียนต่างประเทศ 540 คน ขณะเดียวกันมีการส่งนักศึกษาไปฝึกงานยังต่างประเทศ 250 คนต่อปี เพื่อให้นักศึกษาได้อยู่ในสภาพที่มีการแข่งขัน การได้มีโอกาสไปฝึกงานจึงเป็นการสร้างคุณสมบัติในการสร้างความคิดสร้างสรรค์และเพื่อเพิ่มพลังทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยมหาวิทยาลัย NUS เลือกสถาบันหรือบริษัทที่เป็นที่นิยมในปีนั้นๆ

ในปี ค.ศ. 2001 มีการส่งนักศึกษาไปฝึกงานที่ซิลิคอนวัลเลย์ ในสหรัฐอเมริกา ปี ค.ศ. 2002 ไบโอ วัลเลย์ ในสหรัฐอเมริกา ปี ค.ศ. 2003 ที่นครเซี่ยงไฮ้ ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และ ปี ค.ศ. 2005 ที่กรุง สตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดน

ในอนาคต NUS กำลังจะส่งนักศึกษาไปฝึกงานยังประเทศอินเดีย ภายใต้กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ในระดับโลก มีโครงการ Double Degree โดยจะเรียนที่ NUS 3 ปี และเรียนอีก 2 ปี ในประเทศฝรั่งเศส และจะได้รับปริญญาโทพร้อมประกาศนียบัตร นอกจากนี้ยังมีความร่วมมือในสาขาต่างๆ และโครงการปริญญาโทร่วมและปริญญาเอกร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างชาติ

2. การสร้างชุมชนระดับโลก (global community) ในเอเชียมีการทำความร่วมมือต่างๆ เช่น ในอินเดีย มหาวิทยาลัย NUS เริ่มต้นทำวิจัยในด้านวิศวกรรม คอมพิวเตอร์ และวิทยาศาสตร์ ร่วมกับ IITs ในอินเดีย และยังได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยฟู้ตันในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ตั้งบัณฑิตวิทยาลัยในสาธารณรัฐประชาชนจีน

3. สร้างเครือข่ายระดับชาติ (global outreach) อาทิ ร่วมสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนนักศึกษา และนักวิชาการ ทั้งยังส่งเสริมความร่วมมือและการวิจัยผ่านเครือข่าย อาทิ เครือข่ายมหาวิทยาลัยในอาเซียน สมาคมมหาวิทยาลัยในแถบแปซิฟิก

4. การสร้างชื่อเสียงระดับโลก (global standing) ในการรักษามาตรฐานมหาวิทยาลัยให้อยู่ในระดับสากล การประกันคุณภาพในระดับสากล (quality assurance)

บทบาทของรัฐในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในสิงคโปร์

หนึ่งในวิสัยทัศน์ของรัฐบาลสิงคโปร์ สำหรับศตวรรษที่ 21 (Vision in the 21st Century) ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาค (Global Schoolhouse) โดยมุ่งหวังจะได้ส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจการศึกษาทั่วโลก ซึ่งมีมูลค่า 2.2 ล้านล้าน US หรือประมาณ 9 หมื่นล้านล้านบาท (กระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมสิงคโปร์ 2005) ภายในปี ค.ศ. 2010 สิงคโปร์พยายามจะดึงดูดนักศึกษาต่างชาติ 100,000 คน รวมทั้งผู้บริหารบริษัทหรือองค์กรนานาชาติ 100,000 คนเข้ามาเรียนหลักสูตรอบรมระยะสั้น ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลสิงคโปร์จึงได้จัดตั้งหน่วยงานใหม่ เพื่อส่งเสริมการศึกษานานาชาติในเดือนตุลาคม ค.ศ. 2005 (Education Service Center) เป็นหน่วยงานซึ่งอยู่ภายใต้องค์การท่องเที่ยวสิงคโปร์ (Singapore Tourism Board, STB) โดยมีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ การให้บริการครบวงจรแก่นักศึกษาต่างชาติ (one-stop-center for students) ได้แก่

1. การให้คำปรึกษาด้านการศึกษา มีข้อมูลครบถ้วนด้านการศึกษาของทุกสถาบันทั้งของรัฐและเอกชน
2. ให้คำแนะนำการลงทะเบียนเรียน
3. ให้คำปรึกษาด้านความเป็นอยู่ โดยการจัดวันปฐมนิเทศ
4. จัดกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้ นักศึกษา มีความเป็นอยู่ที่ดีและอบอุ่น

5. การจัดหางานให้นักศึกษา เมื่อสำเร็จการศึกษา

หน่วยงานนี้ประสานงานกับสถาบันการศึกษาภาครัฐและเอกชนในด้านการประชาสัมพันธ์รวมทั้งดำเนินการด้านการตลาดในต่างประเทศด้วย โดยมีแผนจะเปิดสาขาในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดียในอนาคต โครงสร้างของหน่วยงานส่งเสริมการศึกษานานาชาติของสิงคโปร์มีดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 3 : โครงสร้างของหน่วยงานการศึกษาสิงคโปร์



แหล่งที่มา : Singapore Tourism Board (STB), 2005

แผนกการศึกษาพื้นฐานและอุดมศึกษา

(Basic Education and Higher Learning Department)

หน้าที่หลักของแผนกนี้ได้แก่ การดิงนักศึกษาต่างชาติเข้ามาเรียนหลักสูตรระดับปริญญา โดยทำงานร่วมกับสถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และประสานกับสภาขององค์การการท่องเที่ยวสิงคโปร์ในต่างประเทศ นอกจากนี้ มีหน้าที่ประชาสัมพันธ์สิงคโปร์ในตลาดการศึกษาระดับโลกด้วยกลยุทธ์การตลาดร่วมกับพันธมิตรทางอุตสาหกรรม

แผนการศึกษาต่อเนื่องและการอบรมระดับบริษัท

(Enrichment and Corporate Training Department)

หน้าที่หลักได้แก่ การทำการตลาดด้านการอบรมผู้บริหาร และการอบรมอาจารย์แลกเปลี่ยน (exchange faculty) ที่เป็นชาวต่างชาติ เพื่อพัฒนาให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางการอบรมในภูมิภาค

แผนบริการนักศึกษา

(Student Services Department)

มีหน้าที่พัฒนาโครงการและบริการนักศึกษาต่างชาติ เพื่อให้มีประสบการณ์ที่ดีในการศึกษาต่อในประเทศสิงคโปร์ โดยจัดให้เป็นบริการแบบครบวงจร (one-stop service center) โดยมีการบริการด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การให้คำแนะนำด้านการเรียน โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรทุกระดับ รวมทั้งการหาที่พักโดยเว็บไซต์ (www.singaporeedu.gov.sg)
2. ให้ความช่วยเหลือนักศึกษาต่างชาติที่มีปัญหาเกี่ยวกับการเรียน หรือได้รับการปฏิบัติที่ไม่ยุติธรรม ทางหน่วยงานนี้จะจัดการติดต่อเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ไขปัญหา
3. การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักศึกษามีความเป็นอยู่ที่ดี เช่น การจัดปฐมนิเทศเมื่อมาถึงประเทศสิงคโปร์ครั้งแรก การจัดทัศนศึกษา การจัดสัมมนา รวมทั้งการจัดปัจฉิมนิเทศก่อนกลับไปประเทศของตน
4. การจัดหางานทำเมื่อเริ่มการศึกษา และแนะแนววิชาชีพ

นับว่าหน่วยงานนี้พยายามสนองนโยบายของรัฐบาล เพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพแก่นักศึกษาต่างชาติให้รู้สึกประทับใจที่ได้เลือกสิงคโปร์เป็นประเทศที่ศึกษาต่อ

นอกจากมีรัฐบาลได้วางกลยุทธ์อื่นๆ ในการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการศึกษา

1. การวางระบบประกันคุณภาพการศึกษาให้กับสถาบันการศึกษาเอกชน (quality assurance system) เพื่อรับรองมาตรฐานหลักสูตร และการให้รางวัล (Singapore Quality Class, SQC) ให้กับสถาบันการศึกษาเอกชน ในปี ค.ศ. 2005 มีสถาบันที่ได้รับรางวัล 16 สถาบันด้วยกัน นับว่าเป็นครั้งแรกที่รัฐบาลมอบรางวัลนี้ให้กับภาคเอกชน นอกจากการได้รับรางวัลแล้ว สถาบันจะได้รับการบริการที่รวดเร็วจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กองตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งดูแลวีซ่านักศึกษาต่างชาติ และการประชาสัมพันธ์สถาบันผ่านสาขาในต่างประเทศขององค์กรการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ (Yeo, 2003)

2. การสร้างบุคลากรทางวิชาการ (manpower availability) เพื่อรองรับการขยายตัวของการศึกษา สิงคโปร์ต้องสร้างบุคลากรทางวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นคณาจารย์ ผู้บริหาร และมีอาชีพแขนงอื่น ในระยะแรกอาจต้องจ้างบุคลากรจากต่างประเทศ แต่ในระยะยาวจำเป็นต้องมีบุคลากรของตนเอง โดยเริ่มทำการฝึกอบรม ซึ่งอาจจะเป็นการขยายงานของสถาบันการศึกษาแห่งชาติ (National Institute of Education, NIE) ซึ่งขณะนี้ทำหน้าที่อบรมหลัก รวมทั้งการอบรมคณาจารย์จากภาคเอกชน และมีแผนเชิญสถาบันฝึกอบรมครูที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศให้มาเปิดสาขาในสิงคโปร์

3. การลดขั้นตอนการขอวีซ่า และการดำเนินการ (visa requirement and processing) การปรับปรุงระบบการให้วีซ่าให้รวดเร็วและยืดหยุ่น ซึ่งนำระบบของรัฐบาลออสเตรเลียมาใช้ออกวีซ่าตามประเภทของนักศึกษา และปรับปรุงขบวนการให้มีความโปร่งใสในกองตรวจคนเข้าเมือง

4. การจัดสรรที่ดินในราคาที่เหมาะสม (land pricing) สำหรับการสร้างสถาบันการศึกษาใหม่เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดการศึกษา รัฐบาลสิงคโปร์ได้ออกกฎหมายปฏิรูปการซื้อ-ขายที่ดินสำหรับการตั้งสถาบันการศึกษาให้มีราคายุติธรรม และอนุญาตให้ชาวต่างชาติเข้ามาซื้อที่ดินได้ในประเทศ กรณีมหาวิทยาลัย University of New South Wales (UNSW) จากประเทศออสเตรเลียได้รับอนุญาตให้ซื้อที่ดินเพื่อเปิดสาขาในเอเชียเป็นรายแรกและจะเปิดทำการในปี ค.ศ. 2007

5. การส่งเสริมชื่อเสียงของสิงคโปร์ในต่างประเทศด้านการศึกษา (branding Singapore) รัฐบาลมีหน่วยงานที่สนับสนุนทั้งสถาบันภาครัฐและภาคเอกชน และวางกลยุทธ์ในการเผยแพร่ชื่อเสียง ซึ่งแต่ละกลยุทธ์อาจจะต้องดัดแปลงตามประเทศเป้าหมายนั้นๆ (country specific strategies) เช่น ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนอาจจะใช้กลยุทธ์ที่ต่างกับประเทศอื่นๆ

6. การจัดหาที่พักให้เพียงพอสำหรับนักศึกษา (student housing) รัฐบาลได้จัดหาที่พักให้นักศึกษาต่างชาติเพื่อรองรับการขยายตัว โดยร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนให้สร้างหอพักที่มีมาตรฐานมากขึ้น รวมทั้งบริการจัดหาที่พักและแนะนำให้นักศึกษาต่างชาติ

7. การให้การสนับสนุนทางการเงินแก่นักศึกษา (student financing) โดยเฉพาะการเรียนในสถาบันเอกชน ซึ่งมีค่าเล่าเรียนที่สูงกว่าของรัฐ ทางรัฐบาลได้มีการให้ความช่วยเหลือทางการเงินด้วยการให้ทุนการศึกษา หรือทุนกู้ยืม ในปี ค.ศ. 2002 รัฐบาลสิงคโปร์ได้ให้ทุนอุดหนุนแก่นักศึกษาต่างชาติเป็นประจำอย่างน้อย 130 ล้าน US หรือประมาณ 5,200 ล้านบาทต่อปี ถือว่าเป็นการลงทุนที่ดีเพื่อดึงนักศึกษาต่างชาติ และถือว่ามีคุณค่าเพราะนักศึกษาที่รับทุน เมื่อสำเร็จการศึกษาจะต้องทำงานให้ 3 ปี เท่ากับรัฐบาลได้แรงงานที่มีคุณภาพเพิ่ม เพราะประเทศสิงคโปร์

เป็นประเทศเล็ก มีประชากรเพียง 4.5 ล้านคน และประสบปัญหาอย่างมากเนื่องจากขาดแคลนแรงงานที่มีการศึกษาตั้งแต่ในอดีต

โดยสรุปจะเห็นได้ว่าภาครัฐได้พยายามด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ไม่ว่าจะด้านการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการศึกษานานาชาติโดยตรง รวมทั้งสร้างแรงจูงใจอื่นๆ เช่น การลดราคาที่ดิน การให้ทุนการศึกษา เพื่อบรรลุลวิสัยทัศน์การเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ

ภาคเอกชนที่ทำการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในสิงคโปร์

หน่วยงานที่สำคัญในภาคเอกชนที่ทำการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ ได้แก่

1. ศูนย์กลางการศึกษาอเมริกัน (Center for American Education, CAE)
2. สถาบัน Informatics

1. ศูนย์กลางการศึกษาอเมริกัน

ตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1997 โดยมีพันธกิจในการจัดการศึกษาระบบอเมริกันที่มีคุณภาพในประเทศสิงคโปร์ โดยอดีตสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของรัฐสภาสิงคโปร์ นาย Chan Ching See เป็นเจ้าของ ซึ่งมีวิสัยทัศน์ในการจัดหาการศึกษาที่มีคุณภาพสูงให้แก่ชาวสิงคโปร์ CAE เปิดหลักสูตรทั้งระดับปริญญาตรีและปริญญาโท โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงในสหรัฐ ได้แก่

1. University of Hawaii
2. University of San Francisco
3. University of New York at Buffalo
4. Rutgers University
5. Western Michigan University
6. San Diego State University
7. University of Minnesota
8. Broward Community College

ปัจจุบัน CAE มีนักศึกษาจากประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐประชาชนจีน เขมร สหภาพพม่า ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี ฝรั่งเศส อเมริกา ยุโรปตะวันออก รวมทั้งชาวสิงคโปร์ด้วย

ในปี ค.ศ. 1998 กระทรวงการต่างประเทศสหรัฐ ได้แต่งตั้ง CAE ให้เป็นศูนย์กลางข่าวสารการศึกษาอเมริกัน (United States Education Information Center, USEIC) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่

เป็นทางการของรัฐบาลสหรัฐฯ CAE เป็นสมาชิก ISS Education Group ตั้งในปี ค.ศ. 1981 และมีสาขาในปักกิ่ง

จากการสัมภาษณ์อดีตคณบดีของหลักสูตรปริญญาตรีของ CAE (ค.ศ. 2002-2004) Dr. Deanne Magnusson ในวันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 ได้สรุปกลยุทธ์ของภาคเอกชนในการดึงนักศึกษาต่างชาติเข้ามาศึกษาต่อใน CAE ดังต่อไปนี้

1. CAE ให้บริการครบวงจร การแนะนำ การจัดทำวีซ่า และการจัดหาที่พัก
2. จัด Road show ทั้งในและต่างประเทศ
3. จัดสัมมนาเกี่ยวกับการศึกษาให้กับประชาชนผู้สนใจ
4. การสร้างเครือข่ายในสังคมสิงคโปร์ และองค์กรต่างประเทศ เช่น หอการค้าอเมริกันประจำสิงคโปร์ สมาคมบัณฑิตสตรีสิงคโปร์ เป็นต้น
5. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
6. การเป็นสมาชิกของสถาบันการศึกษาแห่งชาติของสิงคโปร์ (NIE)
7. การแต่งตั้งตัวแทน (Agent) ในการรับสมัครนักศึกษาในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม อินโดนีเซีย เขมร และสหภาพพม่า

การจัดหลักสูตรใช้คณาจารย์จากอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ นักศึกษาสามารถเรียน 2 ปีในสิงคโปร์ และไปต่อในสหรัฐฯ ได้ โดย CAE เป็นผู้ประสานงาน ทำให้นักศึกษาประหยัดค่าใช้จ่าย จึงทำให้นักศึกษาในภูมิภาคนี้นิยมมาเรียนที่ CAE มากขึ้น

นับว่า CAE เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งเดียวที่เปิดสอนระดับปริญญาตรีและโท โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยที่ได้รับการรับรองของสหรัฐอเมริกา

2. สถาบัน Informatics

เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งของภาคเอกชนที่ส่งเสริมการศึกษานานาชาติ ตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1983 ในช่วงที่ประเทศไทยมีความต้องการสูงด้านบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในปี ค.ศ. 1993 Informatics เป็นสถาบันเอกชนแห่งแรกที่ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่ได้รับรางวัลประกันคุณภาพจากรัฐบาลสิงคโปร์

Informatics มีหลักสูตรทั้งสั้นและการเรียนระดับปริญญาและ E-learning มีสาขาในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แอฟริกา ตะวันออกกลาง ยุโรปและสหรัฐอเมริกา

มหาวิทยาลัยที่เป็นพันธมิตรสำคัญของ Informatics ได้แก่

1. Curtin University ประเทศออสเตรเลีย
2. RMIT Melbourne ประเทศออสเตรเลีย
3. Macquarie University ประเทศออสเตรเลีย
4. University of Birmingham ประเทศอังกฤษ

5. Oxford Brookes University ประเทศอังกฤษ
6. Northumbria University ประเทศอังกฤษ
7. University of Wales ประเทศอังกฤษ

Informatics มีตัวแทน (Agent) ในการดึงนักศึกษาทั่วโลก จะเห็นได้ว่า สถาบัน Informatics เน้นการให้การศึกษาที่เน้นประเทศออสเตรเลียและอังกฤษ

จากงานวิจัยของ Duhamel (2004) เรื่อง "ประเทศสิงคโปร์สามารถเป็นเมือง Boston แห่งเอเชียได้หรือไม่" ได้มีการสรุปจุดแข็งและจุดอ่อนของสิงคโปร์ในด้านการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติระดับโลก

ตารางที่ 10 : จุดแข็งและจุดอ่อนของสิงคโปร์ในด้านการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ

จุดแข็งของสิงคโปร์	จุดอ่อนของสิงคโปร์
1. มีทำเลทางภูมิภาคที่ดี อยู่กลางทวีปเอเชีย อยู่ใกล้ประเทศเป้าหมายหลัก ได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และอินเดีย	1. นักศึกษาขาดประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม ซึ่งมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลียมีให้
2. มีโครงสร้าง Infrastructure ด้านสาธารณูปโภค การคมนาคมที่ชั้นดีเยี่ยม	2. ค่าครองชีพสูง
3. เป็นประเทศที่พูดภาษาอังกฤษเป็นภาษากลาง	3. ค่าที่ดินและอาคารราคาสูง
4. สถาบันอุดมศึกษาของสิงคโปร์มีชื่อเสียงดี	4. คณาจารย์มีจำกัด
5. เป็นศูนย์กลางของสถาบันการเงินและธุรกิจนานาชาติ	5. หอพักนักศึกษาไม่เพียงพอ
6. มีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย/ เศรษฐกิจมั่นคง	6. ขาดการประชาสัมพันธ์ที่เข้มแข็งด้านการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ
7. มีรัฐบาลที่มีความมุ่งมั่น และสนับสนุนการศึกษานานาชาติ	7. ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูงในการจ้างบุคลากรนานาชาติมาทำงานในประเทศ
8. มีระบบ E-learning ที่พัฒนาแล้ว	8. คุณภาพของหลักสูตรนานาชาติไม่เท่าเทียมกันในกลุ่มสถาบันต่างๆ
9. มีสังคมที่เป็นนานาชาติ เป็นการรวมโลกตะวันออกและโลกตะวันตก	

แหล่งที่มา : Duhamel, 2004

โดยสรุป ประเทศสิงคโปร์มีทำเลที่ดี และมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย มีสังคมที่เป็นนานาชาติ นอกจากนี้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลาง และรัฐบาลสิงคโปร์มีความมุ่งมั่นและให้การสนับสนุนการศึกษานานาชาติ ทั้งภาครัฐและเอกชนมีส่วนผลักดันการยกระดับคุณภาพการศึกษานานาชาติในสิงคโปร์ และสามารถดึงดูดนักศึกษาต่างชาติเข้ามาเป็นจำนวนมาก

4.4 บริบทในประเทศออสเตรเลีย และการเป็นผู้นำด้านการศึกษาในเอเชีย-แปซิฟิก

ในปี ค.ศ. 2000 UNESCO ได้ประมาณการว่าจะมีนักศึกษามากกว่า 1.7 ล้านคนที่เดินทางออกนอกประเทศของตน เพื่อไปศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และรายงานจาก IDP Education Australia ในปี ค.ศ.2025 จะมีนักศึกษาถึง 8 ล้านคนที่เดินทางไปศึกษาต่อในต่างประเทศ ประเทศออสเตรเลียเป็นประเทศซึ่งสามารถดึงดูดนักศึกษาต่างชาติให้เข้าไปศึกษาต่อ โดยเป็นประเทศที่ติดอันดับสามของโลก (10%) รองจากสหรัฐอเมริกา (58%) และสหราชอาณาจักร (24%)

ในปี ค.ศ. 2004 (IDP, 2004) สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศออสเตรเลียในช่วง ค.ศ. 2003-2004 ถึง 5.9 พันล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือประมาณ 177,000 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 13% จากช่วงปี ค.ศ.2002-2003

ปัจจุบันถือว่าการศึกษาเป็นการส่งออกด้านธุรกิจบริการติดอันดับที่ 4 ของออสเตรเลีย (กระทรวงต่างประเทศและการค้าออสเตรเลีย 2005) โดยนักศึกษามากกว่า 80% มาจากทวีปเอเชีย

ตารางที่ 11 : จำนวนนักศึกษาต่างชาติในออสเตรเลีย

ประเทศ	จำนวนนักศึกษา ปี ค.ศ. 2006
1. สาธารณรัฐประชาชนจีน	45,722
2. อินเดีย	24,210
3. มาเลเซีย	14,883
4. ฮองกง	9,900
5. อินโดนีเซีย	8,717
6. สิงคโปร์	7,850
7. เกาหลีใต้	5,558

แหล่งที่มา : สถิติการบริติของมหาวิทยาลัยในออสเตรเลีย 2006

ส่วนใหญ่ นักศึกษาต่างชาตินิยมไปศึกษาวิชาบริหารธุรกิจ 36% และทางด้านสารสนเทศ 20%

ในช่วงปี ค.ศ. 1994 – 2004 นักศึกษาต่างชาติที่ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษามีอัตราที่สูงขึ้นประมาณ 15% ต่อปี ในปี ค.ศ. 1994 มีจำนวน 35,290 คน และในปี ค.ศ. 2006 มีถึง 169,844 คน (กระทรวงการศึกษาศาสตร์และการอุดมศึกษา 2006)

แต่เมื่อเทียบกับช่วงปี ค.ศ. 2003 จำนวนนักศึกษาต่างชาติ มีอัตราลด 8% ทั้งนี้เนื่องจาก (Follari, IDP 2004) ค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นในด้าน

1. ค่าเล่าเรียน
2. ค่าประกันสุขภาพ
3. ค่าใช้จ่ายส่วนตัว เช่น อาหาร หอพัก
4. ระยะเวลาของหลักสูตร เมื่อเทียบกับในอังกฤษ ซึ่งใช้เวลาเรียนปริญญาโทเพียง 1 ปี

แต่ในออสเตรเลียใช้เวลาเรียน 18-24 เดือน

ด้วยเหตุนี้ ประเทศอื่นที่เปิดหลักสูตรนานาชาติ เช่น อังกฤษ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ฝรั่งเศส อินเดีย สิงคโปร์ และมาเลเซียเป็นคู่แข่งใหม่ที่ดึงดูดนักศึกษาต่างชาติเข้าไปเรียน เพราะมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า (หนังสือพิมพ์ Guardian ตุลาคม 2004)

ตารางที่ 12 : ค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักศึกษาต่อปีในแต่ละประเทศ

ประเทศ	จำนวนเงิน (บาท) / ปี
อังกฤษ	446,080
ออสเตรเลีย	380,760
สหรัฐอเมริกา, แคนาดา	360,000
นิวซีแลนด์	347,440
ฮ่องกง	283,240
มาเลเซีย	106,000
อินเดีย	60,600

แหล่งที่มา : IDP, 2004

แต่อย่างไรก็ตามประเทศออสเตรเลีย ถือว่าเป็นประเทศที่มีระบบโครงสร้างการรับสมัครนักศึกษาต่างชาติ (recruitment) ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากที่สุดในบรรดาประเทศอื่นๆ ที่ดำเนินธุรกิจด้านนี้ เป็นระบบที่ได้รับการพัฒนาด้านการตลาดเป็นเวลาหลายทศวรรษด้วยแรงสนับสนุนอย่างจริงจังจากรัฐบาลทุกสมัยของออสเตรเลีย

รูปแบบและกลยุทธ์ส่งเสริมการศึกษานานาชาติในออสเตรเลีย

ในประเทศออสเตรเลียมีมหาวิทยาลัยที่มีการบริหารอย่างอิสระ 40 แห่ง โดยมี 37 แห่งเป็นของรัฐและ 3 แห่งเป็นของเอกชน มีนักศึกษาทั้งหมดประมาณ 930,000 คนทั่วประเทศ (Gough. Watson, 2005)

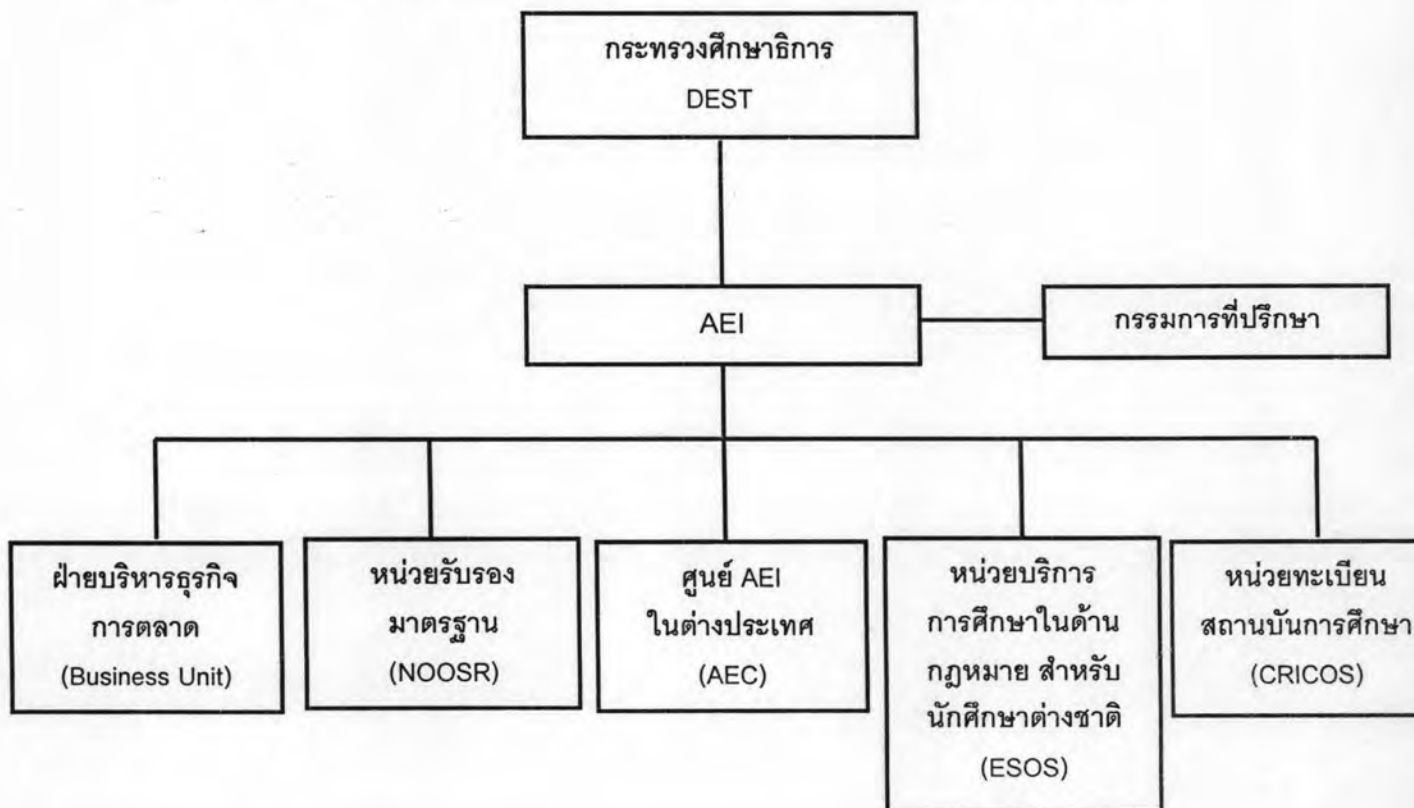
หน่วยงานของภาครัฐที่ส่งเสริมการศึกษานานาชาติออสเตรเลีย

หน่วยงานของรัฐซึ่งช่วยส่งเสริมการศึกษานานาชาติ ได้แก่ หน่วยงาน Australia Education International (AEI) ซึ่งอยู่ภายใต้กระทรวงศึกษาธิการ (Department of Education Science and Training, DEST) กรุงแคนเบอร์รา เมืองหลวงของประเทศออสเตรเลีย

AEI ตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1998 โดยมีวัตถุประสงค์คือ

1. ส่งเสริมการศึกษาของออสเตรเลีย และการอบรมในต่างประเทศ
2. สนับสนุนสินค้าส่งออกของออสเตรเลีย ได้แก่ ธุรกิจการศึกษา โดยเป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐบาล โดยเฉพาะ สถานทูตออสเตรเลียในประเทศต่างๆ และ สถาบันการศึกษาของออสเตรเลีย โดยมีโครงสร้างการบริหารดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 4 : โครงสร้างการบริหารของกระทรวงศึกษาธิการของออสเตรเลีย



แหล่งที่มา : Australia Education International (AEI), 2005

บทบาทและหน้าที่ AEI ในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ มีดังนี้

1. AEI พัฒนาข้อตกลงและเจรจาความร่วมมือด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์ และการอบรมกับรัฐบาลในประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ของการศึกษาออสเตรเลียในระดับเวทีโลกและภูมิภาค
 2. AEI มีหน้าที่สร้างเครือข่ายนานาชาติ ส่งเสริมภาพพจน์ของสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะในหมู่นักศึกษาในต่างประเทศ และทำรายงานด้านการตลาด นอกจากนี้ AEI ยังให้คำปรึกษาสถาบันการศึกษาต่างๆ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ในตลาดสำคัญๆ ทั่วโลก
 3. AEI ทำการส่งเสริมการตลาดด้วยกลยุทธ์ต่างๆ คือ
 - 3.1 การสร้างชื่อเสียงด้านการศึกษา (branding)
 - 3.2 การจัดงานส่งเสริม (promotion)
 - 3.3 การตีพิมพ์เอกสารทางการตลาด (publication)

การเผยแพร่ทาง Website "Study Australia" ซึ่งทำในหลายภาษา ให้ข้อมูลครบวงจรเกี่ยวกับการไปศึกษาในประเทศออสเตรเลีย (www.studyinaustralia.gov.au) การณรงค์ (campaign) เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของสถาบันการศึกษาออสเตรเลียในต่างประเทศ
 4. AEI มีบริการให้ข้อมูล on-line ด้านการตลาด การพัฒนาตลาดใหม่ในต่างประเทศ ผลงานวิจัย และสถิติต่างๆ
 5. AEI กำกับดูแลและการรักษามาตรฐานทางด้านการศึกษาและกฎหมายเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน และค่าเล่าเรียนสำหรับนักศึกษาต่างชาติ เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการให้บริการการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติ (Education Services for Overseas Students Act, ESOS) และจัดทำเนียบสถาบันการศึกษาและหลักสูตรที่ได้รับการจดทะเบียนถูกต้อง (Commonwealth Register of Institutions and Courses for Overseas Students, CRICOS)
 6. AEI ให้บริการประเมินผลและรับรองมาตรฐานด้านการศึกษาและวิชาชีพทั่วโลกผ่านหน่วยงาน NOOSR (National Office of Overseas Skills Recuperation)
- AEI มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารการศึกษาในออสเตรเลีย โดยมีสำนักงาน AEC (Australian Education Center) ตั้งอยู่ในสถานทูตหรือสำนักพาณิชย์ในประเทศต่างๆ เช่น
1. ประเทศไทย (กรุงเทพฯ)
 2. ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (กรุงฮานอยและโฮจิมินห์)
 3. ประเทศอินโดนีเซีย (กรุงจาการ์ตา และสุราบายา)
 4. ประเทศอินเดีย (กรุงเดลี)
 5. ประเทศมาเลเซีย (กรุงกัวลาลัมเปอร์)
 6. ประเทศญี่ปุ่น (กรุงโตเกียว)

7. ประเทศไต้หวัน (กรุงไทเป)

ในสำนักงานดังกล่าวนั้นสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ของออสเตรเลียสามารถส่งเอกสารประชาสัมพันธ์ของตนเอง โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ และสามารถขึ้นข้อมูลบน Website ได้อีก เจ้าหน้าที่ AEI ให้บริการคำปรึกษาฟรี แก่ผู้ที่มาติดต่อและสนใจเรียนต่อในประเทศออสเตรเลีย นอกจากนี้ หากมีการส่งนักศึกษาต่างชาติเข้าไปศึกษาต่อในสถาบันใด ทาง AEI ไม่คิดค่าธรรมเนียมการให้บริการ

อีกกลยุทธ์หนึ่งซึ่งรัฐบาลออสเตรเลียใช้ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีและความแข็งแกร่งด้านการศึกษานานาชาติ ได้แก่ ในปี ค.ศ. 2003 มีการทุ่มงบประมาณของรัฐเป็นจำนวนเงินประมาณ 35.5 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย (ประมาณหนึ่งพันกว่าล้านบาท) เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการตั้งศูนย์ความเป็นเลิศนานาชาติ 5 ศูนย์ด้วยกัน (Center of Excellence) ซึ่งแต่ละศูนย์สะท้อนให้เห็นศักยภาพของออสเตรเลียในการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษา มีความเป็นเลิศด้านงานวิจัยและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยการร่วมมือกับองค์กรทั้งในและต่างประเทศ และเป็นที่แสดงผลงานของประเทศออสเตรเลียในด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์ และการบริหารระดับเวทีสากล

แต่ละศูนย์มีบทบาทและหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. สร้างเครือข่ายเป็นทางการกับพันธมิตรต่างประเทศ ด้านงานวิจัย ภาครัฐบาลและภาคเอกชน การศึกษา ธุรกิจ สื่อต่างๆ
 2. แลกเปลี่ยนบุคลากรและนักศึกษาด้านงานวิจัย และการให้คำปรึกษา
 3. โครงการร่วมกับต่างประเทศ การแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูลการจัดการประชุมนานาชาติร่วมกัน
 4. การส่งผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาไปตามโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัยต่างๆ ในต่างประเทศ
 5. ส่งเสริมนวัตกรรมด้านงานวิจัย และการเรียนการสอนทุกระดับ
- ศูนย์ทั้ง 5 มีที่ตั้งดังต่อไปนี้
1. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการศึกษามุมภาคเอเชีย-แปซิฟิก และวิทยาลัยการทูต ตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยออสเตรเลียแห่งชาติ กรุงแคนเบอร์รา
 2. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการ ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัย Griffith
 3. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการสอนคณิตศาสตร์ ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัย Melbourne
 4. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการจัดการทรัพยากรน้ำ ตั้งอยู่ในเมือง Adelaide
 5. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา และการจัดการ ตั้งอยู่ที่ Sydney Olympic Park

หน่วยงานของภาคเอกชนที่ส่งเสริมการศึกษานานาชาติออสเตรเลีย

หน่วยงานภาคเอกชนที่ส่งเสริมการศึกษานานาชาติ โดยเฉพาะการรับสมัครนักศึกษาต่างชาติเข้ามาเรียนในออสเตรเลีย ได้แก่ องค์กร IDP Education Australia จำกัด (IDP) ตั้งอยู่ในนคร Sydney ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร มีมหาวิทยาลัยชั้นนำของออสเตรเลีย 38 สถาบันเป็นผู้ถือหุ้นเท่ากัน ตั้งขึ้นในเดือนกันยายน ค.ศ. 1969 ปัจจุบันมีสาขา 71 สาขาใน 54 ประเทศ โดยให้บริการด้านข้อมูลสถาบันการศึกษามากกว่า 1,000 สถาบันในออสเตรเลีย ในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา สถาบันฝึกอบรม วิทยาลัยต่างๆ และโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ

ในประเทศไทยเอง IDP มี 4 สาขา ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และ หาดใหญ่

ในปี 2001 IDP ได้มีการขยายเครือข่ายอย่างต่อเนื่องด้วยการตั้งเป้าเชิงกลยุทธ์ วิธีการที่ IDP ใช้เพื่อให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือแก่นักศึกษาต่างชาติที่สนใจได้ทำให้กลายเป็นองค์กรผู้นำระดับโลกในด้านการรับสมัครนักศึกษา IDP ได้กลายเป็นต้นแบบให้ประเทศอื่นเอาอย่าง เช่น แคนาดา และนิวซีแลนด์ ซึ่งกำลังแสวงหาวิธีการส่งเสริมระบบการศึกษาของตนเอง (IDP, Thailand 2005)

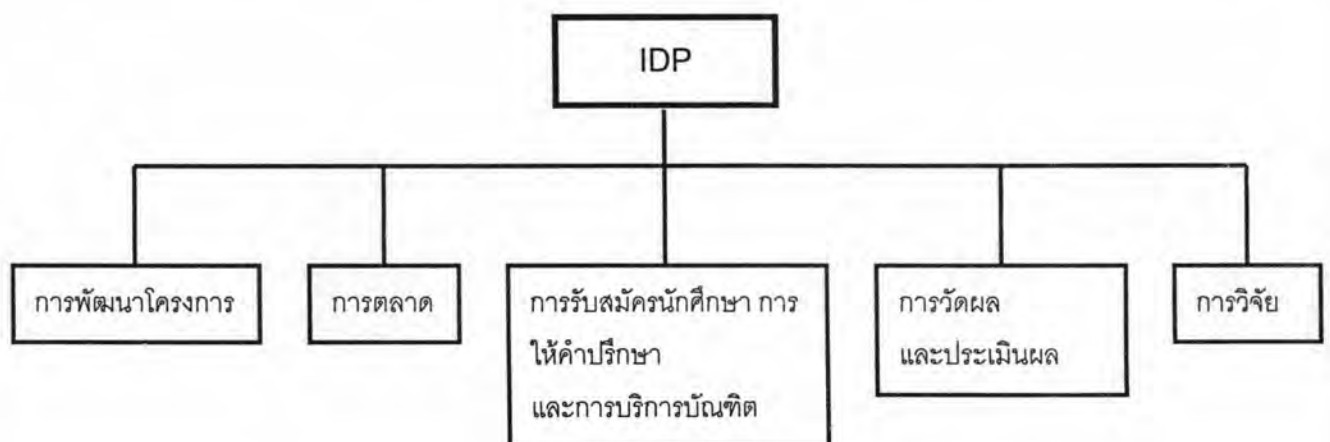
IDP ให้บริการไม่คิดค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้

1. ให้คำปรึกษาด้านการเรียนของนักศึกษา
2. กระบวนการสมัคร รวมทั้งสมัครผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ติดตามผลสมัคร
3. การสมัครวิชา จัดหาที่พัก
4. การตีพิมพ์วารสารการศึกษาในหลายภาษา และการให้บริการทางเว็บไซต์
5. จัดนิทรรศการส่งเสริมการศึกษา และการสัมมนา
6. การบริหารจัดการงานทุนการศึกษา

งานอื่นของ IDP ได้แก่ การทำโครงการร่วมกับสถาบันการศึกษา บริษัท และหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ธนาคารโลก และกระทรวงศึกษาธิการ

แผนภูมิที่ 5 : โครงสร้างของ IDP ได้รับการปรับใหม่ในปี ค.ศ. 2005

เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ และเพื่อการก้าวสู่สหัสวรรษใหม่



ในปี ค.ศ.2006 จำนวนนักศึกษาต่างชาติในสถาบันการศึกษาของออสเตรเลียทุกระดับมีจำนวน 369,637 คน โดย IDP เป็นผู้รับสมัคร 23% ของนักศึกษาดังกล่าว (IDP, 2006) ถือเป็นผลงานที่ดี ด้านการนำรายได้ในเข้าประเทศ

ในปี ค.ศ.2004 IDP มีรายได้ประมาณเกือบ 2 พันล้านบาท และในปี ค.ศ. 2005 IDP ได้ปรับกลยุทธ์การตลาดในเชิงบูรณาการในด้านการทำการส่งเสริมการตลาดในแต่ละประเทศ การตีพิมพ์วารสาร และการทำโครงการวิจัยการตลาด นอกจากนี้ได้เปิดบริษัทใหม่ที่มุ่งผลกำไร โดย IDP เป็นผู้ถือหุ้นแต่ผู้เดียวและทำการขยายธุรกิจ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับสมัครนักศึกษาต่างชาติ และการทดสอบภาษาอังกฤษ สำหรับการบริหารจัดการสถานศึกษาในออสเตรเลีย IDP ไม่คิดค่าใช้จ่ายกับนักศึกษาต่างชาติซึ่งถือว่าเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ประสบความสำเร็จ

กลยุทธ์ใหม่ที่ IDP ใช้ในด้านการรับสมัครนักศึกษาต่างชาติ ได้แก่ การให้บริการแบบ "one-stop shop" คือการให้บริการครบวงจร ดังนี้

1. การรับสมัคร
2. การติดตามผล
3. การขอวีซ่า
4. การหาที่พัก
5. การจัดการด้านการเดินทาง
6. การประกันสุขภาพ
7. การจัดหาอุปกรณ์ตำราเรียน
8. การทดสอบภาษาก่อนการเดินทาง

รวมทั้ง IDP มีความสัมพันธ์ที่ยาวนานกับลูกค้าด้วยการบริการหลังการขาย (after-sales service) เช่น ช่วยจัดหางานให้หรือแนะนำอาชีพ เป็นต้น ซึ่งนับว่าเป็นกลยุทธ์ที่แปลกใหม่และน่าสนใจ นอกจากนี้ IDP ได้ขยายสาขาไปประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และมีแผนในการส่งเสริมการตลาดตลอดทั้งปีในประเทศนั้นๆ จึงถือว่า IDP เป็นองค์การที่มีรูปแบบที่น่าศึกษา และมีกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในออสเตรเลียในภาคเอกชน

จึงสรุปได้ว่า ทั้งภาครัฐและเอกชน (IDP) และภาครัฐ (AEI) ต่างได้ใช้รูปแบบที่เหมาะสมและกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในประเทศออสเตรเลีย และถือได้ว่าเป็นต้นแบบที่ดีสำหรับประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ตอนที่ 5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

5.1 แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์

การวางแผนยุทธศาสตร์เป็นภารกิจของหน่วยงานทุกระดับ เพราะบุคคลทุกคนไม่ใช่เพียงแต่ผู้บริหารระดับสูง (top brass) (ประชุม รอดประเสริฐ, 2533) แผนยุทธศาสตร์ถือเป็นโครงร่างหลัก (grand design) หรือเป็นวิธีการโดยรวมที่บุคคลหรือองค์การต้องทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบให้การดำเนินงานบรรลุถึงจุดประสงค์

ศรีสุภา สหชัยเสรี (2546) ให้คำนิยามแผนยุทธศาสตร์คือ กระบวนการนำแนวคิดและกลยุทธ์ในอันที่จะจัดตั้งหรือขยายองค์การที่มีอยู่เดิมมาสู่แผนการปฏิบัติงานที่มีความเป็นรูปธรรมสามารถปฏิบัติได้จริงภายในสภาวะแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

Alfred Chandler (1962) ได้กล่าวว่า แผนยุทธศาสตร์ หมายถึง การกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์พื้นฐานระยะยาวขององค์การ และการยอมรับวิธีการในการดำเนินงานและการจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์เหล่านั้น

การสร้างแผนยุทธศาสตร์จะต้องคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐาน 3 ประเภทของหน่วยงาน (ประชุม รอดประเสริฐ, 2533) คือ 1) พลังมหภาคจากภายนอกองค์การหรือหน่วยงาน ซึ่งได้แก่ พลังทางวิทยาการ (เทคโนโลยี) พลังทางการเมือง พลังทางเศรษฐกิจ พลังทางสังคม และอื่นๆ 2) พลังมหภาคจากภายในองค์การหรือหน่วยงาน ซึ่งได้แก่ ค่านิยมของหน่วยงาน จุดอ่อน และจุดแข็งของหน่วยงาน บุคลิกลักษณะของบุคคลในหน่วยงาน และอื่นๆ 3) วัตถุประสงค์ขององค์การหรือหน่วยงาน ในกระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์ของหน่วยงานหรือขององค์การ อิทธิพลซึ่งเป็นพลังทั้งภายนอกและภายในองค์การจะได้รับการตรวจสอบอย่างละเอียดลึกซึ้งโดยการวิเคราะห์แล้วจึงนำไปประยุกต์เพื่อการสร้างแผนยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในการที่จะพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคนี้จำเป็นต้องศึกษายุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ในภาพรวมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ มีองค์ประกอบ 3 ประการที่เป็นเสมือนทรัพย์สินของประเทศที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2544) ได้แก่

(1) ทุนมนุษย์และทุนทางสังคม (human and social assets) ซึ่งหมายถึง ความสามารถของคนในชาติ รวมถึงความรู้ที่คนในชาตินั้นสร้างและสั่งสมขึ้นเป็นวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของสังคมนั้น ทุนประเภทนี้ใช้ได้ไม่มีข้อจำกัด ไม่สิ้นเปลือง ในทางตรงข้ามหากยิ่งนำออกมาใช้มากกลับยิ่งเจริญงอกงามและเพิ่มพูนมากขึ้น ทุนมนุษย์และทุนทางสังคมนี้นี้จึงเป็นหัวใจของการพัฒนาทุนด้านอื่นๆ อีกด้วย

(2) ทุนทางกายภาพ (physical assets) เป็นทุนในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ทุนประเภทนี้เมื่อลงทุนไปแล้วจะมีค่าเสื่อมราคา ดังนั้น ต้องมีระบบการใช้และการทำนุบำรุงอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประสิทธิภาพดังกล่าวจะมากหรือน้อยก็ด้วยความสามารถของทุนมนุษย์และทุนทางสังคม

(3) ทุนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (natural assets) เป็นทรัพยากรที่ส่วนใหญ่ใช้แล้วหมดไปหรือหากจะสร้างทดแทนก็ต้องใช้ระยะเวลายาวนานในการฟื้นฟู ดังนั้น หากใช้ทุนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างขาดความระมัดระวังจะทำลายความสมดุลของธรรมชาติ และส่งผลกระทบต่อดำรงชีวิตของคนในชาติและสิ่งแวดล้อมจนยากที่จะแก้ไข พลังสมองของคนในชาติ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของสังคมจะมีส่วนช่วยในการใช้ทุนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นไปอย่างเป็นมิตรและเกื้อกูลกัน

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของทุนทั้ง 3 ประการดังกล่าวข้างต้นมีความเชื่อมโยงกันและกัน อยู่ในตัวเอง หากละเลยหรือนำมาใช้ผิดพลาดจะส่งผลถึงประสิทธิภาพของทุนด้านอื่นด้วย แต่ทุนที่สำคัญและเป็นรากฐานของการลงทุนด้านอื่นๆ ก็คือ ทุนมนุษย์และทุนทางสังคม

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2544) ได้ทำรายงานนำเสนอวิสัยทัศน์เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านศักยภาพของคนไทย และกระบวนการในการบริหารจัดการ เพื่อนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติดังนี้

วิสัยทัศน์การศึกษาไทยยุคใหม่ มีดังนี้

- การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้ และพัฒนาตนเองได้เต็มตามศักยภาพ และถือว่าผู้เรียนสำคัญที่สุด
- การศึกษาไทยมุ่งสร้างคน สร้างงาน สร้างชาติ เป็นการศึกษาแบบองค์รวมและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง เพื่อพัฒนาประเทศ การจัดการศึกษาที่ดี คือ การดึงความสามารถของแต่ละบุคคลออกมาให้ปรากฏและนำไปสู่การประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพและมุ่งยกระดับความสามารถของแรงงานให้เป็นแรงงานคุณภาพ (knowledge worker) ที่เข้มแข็งและแข่งขันได้
- ระบบการศึกษาที่มีประสิทธิภาพจะต้องเป็นระบบการศึกษาที่จัดให้กับผู้ที่พลาดโอกาส กล่าวคือ หลักสูตรต้องมีความหลากหลายตามความถนัดและระดับสติปัญญาของผู้เรียน

ในด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพคนไทยในด้านการปฏิรูปการอุดมศึกษาไทยโดยภาพรวมนั้น นายแพทย์ประเวศ วะสี (2544) ได้เสนอดังนี้

1) การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ที่ดีที่สุดในระดับอุดมศึกษา คณาจารย์

กระบวนการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องด้วยการวิจัย ให้มีการประเมินกระบวนการเรียนการสอน ทั้งจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และระบบการเทียบระดับและเทียบโอนผลการการเรียน

2) พัฒนาหลักสูตร ให้มหาวิทยาลัยและสถาบันราชภัฏเปิดหลักสูตรปริญญาตรี ซึ่งเป็นการศึกษาทั่วไป อาจเรียกว่า นวศิลป์ศาสตร์ ที่เรียนทุกสาขาวิชาเชื่อมโยงกัน รวมทั้งเรียนเรื่อง การจัดการ โดยเน้นที่การทำเป็น คิดเป็น จัดการเป็น และเชื่อมโยงกับอาชีพที่ถนัด เพื่อให้ได้บัณฑิตที่รู้รอบ ประกอบอาชีพได้ มีความเป็นคนที่สมบูรณ์ และเรียนในสาขาวิชาเฉพาะต่อไปได้

3) ส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยทำการวิจัยได้ ทั้งทางความรู้พื้นฐานการวิจัยและพัฒนา และการวิจัยนโยบาย ทั้งนี้โดยมีเครือข่ายการวิจัยออกไปนอกมหาวิทยาลัยในแต่ละภูมิภาค ควรมี การรวมตัวเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายให้มีการวิจัยเรื่องของท้องถิ่น และช่วยให้ชุมชนท้องถิ่น สามารถเป็นผู้วิจัยเองได้ในทุกพื้นที่

4) ปฏิรูปการจ้ดองค์กรของมหาวิทยาลัย ให้มีการวิจัยว่า มหาวิทยาลัยควรมีการ จัดการองค์กรอย่างไร เพื่ออาจารย์จะได้ใช้ชีวิตวิชาการได้อย่างเต็มที่ การบริหารมีความคล่องตัวที่ จะเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายนอกมหาวิทยาลัยและมีความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ และมีการ ตรวจสอบ

ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีดังนี้

1) ปรับปรุงศักยภาพของหน่วยงานวิจัย ในมหาวิทยาลัยต่างๆ และหน่วยงาน ระหว่างมหาวิทยาลัย ดังเช่น สิงคโปร์ จัดให้มีศูนย์/สถาบันวิจัย เพื่อเป็นแหล่งรวมผู้เชี่ยวชาญ การวิจัยและพัฒนา ในการผลิตกำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

2) จัดระบบสารสนเทศเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย ดังคำแถลงนโยบายของรัฐบาลที่ผ่านมาได้ ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ไว้ว่า ให้พัฒนาระบบเทคโนโลยีทางการศึกษาและเครือข่ายสารสนเทศ เพื่อเพิ่มและกระจายโอกาสทางการศึกษาคนไทยทั้งในเมืองและชนบท

3) ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมและแหล่งเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น ค่าย ธรรมชาติ ศูนย์เยาวชน พิพิธภัณฑ์ และสื่อเทคโนโลยีอื่นๆ เช่นเดียวกับ ศูนย์วิทยาศาสตร์ Science Center และ Science Park นิคมเทคโนโลยีของประเทศสิงคโปร์

4) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ให้มีการวิจัยร่วมกันและมีการนำ ผลงานวิจัยไปใช้ในการปฏิบัติ พร้อมนำข้อมูลนั้นๆ มาใช้ในการพัฒนาประเทศ โดยอาจมีการออก กฎหมาย ดังเช่น ประเทศญี่ปุ่นมีกฎหมายการส่งเสริมอุตสาหกรรมการศึกษา และกฎหมาย ส่งเสริมวิทยาศาสตร์ศึกษา

ยุทธศาสตร์ มุ่งความเป็นนานาชาติบนพื้นฐานของวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย

1) เปิดเสรีทางการศึกษานานาชาติ เร่งดำเนินการให้ไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาของภูมิภาค ดำเนินการดังนี้

- ส่งเสริมโครงการพัฒนาความสามารถการวิจัยของทั้งคณาจารย์ และนักศึกษา ดังเช่น โครงการกาญจนาภิเษก

- ส่งเสริมให้มีหรือส่งเสริมสถาบัน/ศูนย์ศึกษาที่มีอยู่แล้วทำการศึกษาเกี่ยวกับภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และภูมิภาคอื่นและประมวลองค์ความรู้ของภูมิภาค

- ส่งเสริมการจัดโปรแกรมการเรียนการสอนพิเศษระหว่างมหาวิทยาลัยต่างประเทศและไทย รวมทั้งจัดให้มีการแลกเปลี่ยนผู้เชี่ยวชาญและคณาจารย์ระหว่างสถาบันอุดมศึกษาในประเทศและต่างประเทศ

2) พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรสื่อสาร

- จัดทำร่างแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษาแห่งชาติ ซึ่งได้จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ

- โครงการเครือข่ายการศึกษาแห่งชาติ ที่จะต้องสร้างระบบเครือข่ายใน 3 ระดับ คือ เครือข่ายแกนหลัก (backbone network) เครือข่ายกระจาย (distribution network) และเครือข่ายแบบย่อย (access network) จัดทำโดยทบวงมหาวิทยาลัย และกระทรวงศึกษาธิการ

- การพัฒนาหลักสูตร เนื้อหา ซอฟต์แวร์ การปรับปรุงระบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์จำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความพร้อมทางอุปกรณ์และเทคโนโลยี ตามวิธีการของประเทศมาเลเซีย จะส่งเสริมให้สถาบันอุดมศึกษาและบริษัทเอกชนทำการวิจัยและพัฒนาเนื้อหา และสื่อมัลติมีเดีย ส่วนสิงคโปร์มีการบริการ Central Clearinghouse Service ทำหน้าที่รวบรวมวิเคราะห์ ประเมิน และแนะนำซอฟต์แวร์ที่มีประโยชน์ให้กับสถานศึกษา

- การจัดตั้งองค์กร ให้มีหน่วยงานรับผิดชอบดูแลด้านการพัฒนา ICT เพื่อการศึกษาโดยเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อให้ทำหน้าที่ในการประมวลข้อมูลศึกษา วิจัย ดำเนินการและติดตามประเมินผลให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

3) ด้านภาษา ในการพัฒนานโยบายภาษาของชาติได้มีการศึกษานโยบายเชิงลึกของเขตบริหารพิเศษฮ่องกง สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ประเทศอังกฤษ และสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ สรุปใน ส่วนการส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้อาษาต่างประเทศได้ ดังนี้

- การเรียนการสอนภาษาต่างประเทศอื่นๆ ได้รับการส่งเสริมด้วยเหตุผลการใช้เป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นโยบายเพื่อนบ้านที่ดี และปัจจัยทางศาสนาและวัฒนธรรม เป็นต้น

- สื่อภาษาต่างประเทศจัดทำทั้งในประเทศและส่งเข้ามาจากประเทศที่เป็นเจ้าของภาษานั้นๆ

โดยสรุปจะเห็นได้ว่ารัฐบาลไทยมีความพยายามอย่างยิ่งในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

5.2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

คีฟส์ (Keeves, 1988) ได้อธิบายว่า คำว่า "รูปแบบ" (model) และทฤษฎี (theory) เป็นสิ่งที่ไม่เหมือนกัน เขาได้อธิบายว่า เมื่อต้องการทดสอบสถานการณ์ที่เป็นปัญหาจะมีการตั้งสมมติฐานขึ้นเพื่อแก้ปัญหา สมมติฐานนี้อาจจะพัฒนามาจากการหยั่งรู้จากการศึกษาก่อนหน้านี้ หรือจากการพิจารณาเชิงทฤษฎี และถ้าสมมติฐานนี้มีความคงที่ และสามารถแผ่ขยายออกไปได้ จะนำไปสู่การเป็นทฤษฎี

คีฟส์ (Keeves, 1988) ได้รวบรวมประเภทของรูปแบบที่ใช้ในทางการศึกษา และทางสังคมศาสตร์ไว้ 4 ประเภท ดังนี้

1. รูปแบบเชิงอุปมาอุปมัย (analogue model) เป็นรูปแบบที่ใช้ในการเปรียบเทียบอุปมาอุปมัยกับปรากฏการณ์ที่เป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม ลักษณะเป็นรูปแบบเชิงกายภาพ

2. รูปแบบเชิงภาษา (semantic model) เป็นรูปแบบเชิงนามธรรมอย่างหนึ่งที่มีลักษณะสำคัญคือเป็นการอธิบายโดยใช้ปรากฏการณ์ทางภาษาซึ่งอาจเป็นตัวอักษร รูปภาพ หรือแผนภูมิ เพื่อให้เห็นโครงสร้างทางความคิด องค์ประกอบและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปรากฏการณ์นั้นเป็นอย่างดี

3. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (mathematical model) นำมาใช้ในการวัดผลการศึกษา ต่อมาจึงขยายไปใช้กับการวิจัยการศึกษาในสาขาวิชาต่างๆ รูปแบบชนิดนี้ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ

4. รูปแบบเชิงสาเหตุ (causal model) เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากเทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) เป็นวิธีวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สามารถบอกได้ว่าตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่มีผลกระทบทางตรงและทางอ้อมต่อตัวแปรที่สนใจศึกษา ทั้งขนาดและทิศทางที่มีผลกระทบร่วมกับหลักการสร้างรูปแบบเชิงภาษาโดยนำตัวแปรต่างๆ มาสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลที่เกิดขึ้น

ลักษณะรูปแบบ

จากคุณสมบัติของรูปแบบดังกล่าวทำให้นักวิจัยสามารถใช้รูปแบบและการสร้างรูปแบบเพื่อเป็นกลยุทธ์ในการสืบสวนหรือการวิจัยได้ การที่รูปแบบจะสามารถใช้ได้อย่างเกิดประโยชน์จะต้องมีลักษณะดังนี้ (Keeves, 1988)

1. รูปแบบควรประกอบด้วยความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างมากกว่าความสัมพันธ์แบบธรรมชาติของตัวแปร แต่อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์เชิงสหสัมพันธ์ (correlation) และเชิงถดถอย (regression) นี้มีความจำเป็นในการทดสอบระยะต้นจนกว่าตัวแปรที่จะต้องการค้นหาสามารถชี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน
2. รูปแบบควรจะนำไปสู่การทำนายผลที่จะได้ที่สามารถทดสอบได้ด้วยจากการสังเกต ดังนั้นรูปแบบที่ดีจึงควรมีการออกแบบการทดสอบรูปแบบที่มีพื้นฐานจากข้อมูลเชิงประจักษ์และถ้าการทดสอบไม่ได้ผลคงที่ รูปแบบนั้นจะถูกปฏิเสธ
3. โครงสร้างของรูปแบบจะต้องเกี่ยวข้องกับบางสิ่งที่เป็นกลไกเชิงเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการทดสอบ รูปแบบที่ดีจึงไม่ควรนำไปสู่การทำนายเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่จะต้องสามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้ด้วย
4. ในระยะยาว รูปแบบจะต้องอธิบายมโนทัศน์ใหม่ ความสัมพันธ์ใหม่และเป็นการขยายการสืบสวนต่อไปอีกด้วย

โดยสรุปจะเห็นได้ว่ารูปแบบมีความชัดเจนและสามารถให้คำนิยามได้ รูปแบบสามารถสร้างเพื่อทดสอบและถ้าจำเป็นก็สามารถสร้างขึ้นใหม่ได้ถ้ามีการสืบสวนต่อไป

การสร้างรูปแบบ

Meason, Albert and Khedourri, (1985) ได้เสนอขั้นตอนในการสร้างรูปแบบไว้ 5 ขั้นตอน สรุปได้ดังนี้

1. ขั้นรวบรวมปัญหา (problem formulation) เพื่อให้รู้ว่าอะไรคือปัญหาที่แท้จริง
2. ขั้นพัฒนารูปแบบ (model construction) ดำเนินการหลังจากการรวบรวมปัญหา

การสร้างรูปแบบต้องพิจารณาวัตถุประสงค์เบื้องต้นของการสร้าง และต้องรู้ถึงลักษณะเฉพาะที่ต้องการของผลผลิต ข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็น และควรคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการสร้างและความสนใจของผู้ใช้ด้วย เพราะถ้ารูปแบบมีค่าใช้จ่ายสูงและไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้ข้อมูลที่รวบรวมมาอาจมีข้อบกพร่องได้ในระหว่างการดำเนินการ ดังนั้น จึงควรมีการให้คำจำกัดความสภาพการณ์การสุ่มตัวอย่างและทำตามหลักวิชาการอย่างเคร่งครัด ควรมีการประเมินค่าความแปรปรวนและควรพิจารณาอย่างระมัดระวัง สมควรนำตัวแปรใดบ้างมาวางไว้ในรูปแบบที่จะสร้างเมื่อสร้างเสร็จแล้วก็ต้องพิจารณาว่าครอบคลุมตัวแปรหรือไม่มีความบกพร่องในตัวแปรใดบ้าง

1. การทดสอบรูปแบบ (testing the model) เมื่อสร้างรูปแบบเสร็จแล้วควรทดสอบโดยพิจารณาถึง

1.1 มีความตรงตามสถานการณ์จริง (valid) รูปแบบที่สร้างหากมีความใกล้เคียงกับความจริงจะดีมาก เพราะจะช่วยให้การตัดสินใจดีขึ้น ไม่ยุ่งยากต่อการนำไปใช้และควรพิจารณาถึงความสำเร็จของการแก้ปัญหา

1.2 มีการนำไปทดลองใช้เพื่อเปรียบเทียบว่าผลการนำไปใช้ทำให้มีการปรับปรุงคุณภาพในการปฏิบัติงานอย่างไร การทดลองใช้มี 2 ลักษณะคือ ทดลองย้อนหลัง (retrospective evaluation) โดยใช้กับข้อมูลในอดีตและการทดลองใช้ปฏิบัติจริงในปัจจุบัน (pretest)

2. การนำไปใช้ (implementation) เมื่อผ่านการทดสอบแล้วควรสามารถที่จะนำไปใช้ให้เกิดความสำเร็จเพราะไม่มีรูปแบบใดที่เรียกว่าสำเร็จสมบูรณ์จนกว่าจะได้รับความสนใจและนำไปใช้

3. การพัฒนาปรับปรุงแบบให้ทันสมัย (model updating) แม้ว่าจะมีการนำรูปแบบไปใช้ได้อย่างประสบผลสำเร็จแต่ก็ควรมีการพัฒนาปรับปรุงประยุกต์ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ขององค์กร และสถานการณ์ที่มากกระทบจากภายนอกและภายในองค์กรด้วย

โดยสรุป การสร้างรูปแบบไม่มีข้อกำหนดที่ตายตัวแต่โดยทั่วไปเริ่มจากการศึกษาเรื่อง การสร้างรูปแบบให้ชัดเจน หาสมมุติฐานและหลักการของรูปแบบที่ต้องการพัฒนา แล้วสร้างรูปแบบตามหลักการที่กำหนดขึ้น จากนั้นจึงนำรูปแบบที่สร้างไปตรวจสอบหาคุณภาพของรูปแบบว่าสามารถนำไปใช้ได้ผลจริงหรือไม่

จากแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและการสร้างรูปแบบที่ได้นำเสนอมาข้างต้นนี้ เป็นแนวคิดที่สำคัญในการกำหนดหลักการเพื่อสร้างรูปแบบการส่งเสริมให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

รูปแบบที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นรูปแบบเชิงภาษา (semantic model) ที่จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภายในรูปแบบ ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบรูปแบบการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในประเทศไทย ในรูปของข้อความ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ของสิ่งที่จะศึกษาหรือลักษณะของการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในประเทศไทยด้วยแผนภูมิ ซึ่งจะให้เห็นองค์ประกอบและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบรูปแบบของการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้เป็นอย่างดี การสร้างรูปแบบนี้ได้จากการศึกษา วิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับองค์การและการกำหนดกลยุทธ์ การจัดองค์กรด้านการบริหาร ทฤษฎีการบริหารงานแบบศูนย์กำไร แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ครอบคลุมในการกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบและความสัมพันธ์ของรูปแบบอย่างสมบูรณ์

ในการสร้างรูปแบบนี้จะใช้หลักการสร้างรูปแบบของเมสันอัลเบิร์ต และคีย์เคอร์รี่ ที่ได้ นำเสนอข้างต้น การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการถึงขั้นตรวจสอบรูปแบบ โดยที่ประชุมผู้ทรงคุณวุฒิ (connoisseurship) ว่ารูปแบบการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติใน ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นี้มีความตรงต่อสถานการณ์จริงอย่างไร และสามารถนำไปใช้ให้ เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานหรือไม่

สำหรับขั้นตอนในการทำให้สำเร็จและการพัฒนาปรับปรุงแบบให้ทันสมัย ซึ่งเป็นขั้นในการ นำรูปแบบไปใช้ไม่สามารถดำเนินการได้ ในการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากเป็นข้อจำกัดของการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการนำเสนอรูปแบบการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น ศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้เพื่อยกระดับคุณภาพ การศึกษาของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้

5.3 ทฤษฎีเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Theory)

ทฤษฎีเครือข่ายวิสาหกิจเกิดขึ้นจากการพัฒนาทางสาขาวิชาทฤษฎีเครือข่าย (network theory) เศรษฐศาสตร์จุลภาค (microeconomics) ทุนสังคม (social capital) และ ทฤษฎีการจัดการด้านอุตสาหกรรม รวมไปถึงการพัฒนาาระบบสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

Professor Michael E. Porter เป็นผู้นำแนวคิดในเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมาใช้ โดย ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่อุตสาหกรรมจะได้รับเมื่อรวมตัวกัน แนวความคิดเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมี ความสำคัญต่อศักยภาพการแข่งขันของประเทศมาก เพราะมีประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. สามารถจัดหาค่าประกอบสำหรับการผลิตได้ง่าย
2. เข้าถึงแหล่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญเฉพาะได้ง่าย
3. เป็นกิจกรรมการผลิตที่เสริมซึ่งกันและกัน
4. ผู้ประกอบการเครือข่ายวิสาหกิจสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ง่าย
5. ทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรม
6. การแข่งขันภายในเครือข่ายวิสาหกิจทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงประสิทธิภาพ และคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

7. ส่งเสริมการเกิดและการขยายตัวของธุรกิจใหม่ๆ ในเครือข่ายวิสาหกิจ

Porter ถือว่าเครือข่ายวิสาหกิจเป็นเครื่องมือที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพราะการผนึกกำลังของภาคต่างๆ ในรัฐบาลและอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา สถาบันการวิจัย และสมาคมการค้าต่างๆ จะทำให้สามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในประเทศและในระดับเวที

สากลได้ในที่สุด เป็นศูนย์รวมในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ระหว่างภาคธุรกิจและรัฐบาล เพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้าและประสิทธิภาพการผลิต

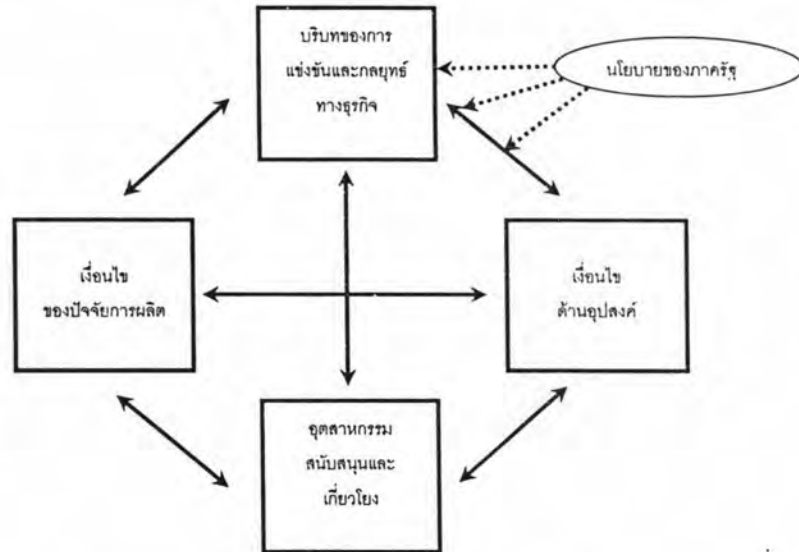
ในการวิเคราะห์รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ อาจทำได้ 4 แบบ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และ SASIN, 2547)

1. การวิเคราะห์ Input-output ของเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งจะเน้นความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมในห่วงโซ่มูลค่า
2. การวิเคราะห์โดยอาศัยแผนภูมิ (graph analysis) ซึ่งวิธีการนี้พยายามที่จะสร้างความเข้าใจเพื่อหารูปแบบและความเชื่อมโยงในระดับกลุ่มอุตสาหกรรมและบริษัท
3. การวิเคราะห์แบบ Correspondence ซึ่งเป็นเทคนิคเพื่อบ่งชี้ถึงกลุ่มหรือประเภทของบริษัทหรืออุตสาหกรรมที่มีรูปแบบในการพัฒนานวัตกรรมที่คล้ายคลึงกัน เช่น การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ (factor analysis) การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (principal component analysis)
4. การวิเคราะห์โดยใช้กรณีศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative case study approach) ซึ่ง Professor Michael E. Porter (1995) ได้นำมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ระดับประเทศ โดยใช้รูปแบบเพชรพลว้ตร (Diamond Model)

Diamond Model ของ Porter นั้นประกอบด้วยการวิเคราะห์

1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (factor conditions) โดยเงื่อนไขนี้จะประกอบด้วยทรัพยากรในการผลิตของบริษัท เช่น ทรัพยากรมนุษย์ในแง่ของแรงงาน ทรัพยากรทุน ทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ และวัฒนธรรม
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (demand conditions) อธิบายได้ในแง่ของอุปสงค์ของประชากรที่มีต่อสินค้า อย่างไรก็ตามควรคำนึงถึงคุณภาพของอุปสงค์ ลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่าง และโครงสร้างสัดส่วนของสินค้าและบริการ ทั้งนี้ควรคำนึงถึงอุปสงค์ภายนอกประเทศด้วย
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (related and supported industries) ในแง่ของการเชื่อมโยงระหว่างกันของกิจกรรมในกระบวนการผลิตตามห่วงโซ่อุปทาน โดยจะคำนึงถึงทั้งด้านแนวนอนและแนวตั้งของการเชื่อมโยง อย่างไรก็ตามตัวแปรเชิงคุณภาพในแง่ของการประสานร่วมมือกันในเครือข่ายหรือความสามารถทางธุรกิจก็เป็นสิ่งที่ควรประเมินได้ด้วย
4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (context for firm strategy, structure and rivalry) จะต้องพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมและสภาพของการแข่งขันในท้องถิ่น ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงข้อกำหนดต่างๆ ทั้งเชิงนโยบายของรัฐและของบริษัทเอง

แผนภาพที่ 3 : Diamond Model ของ Porter

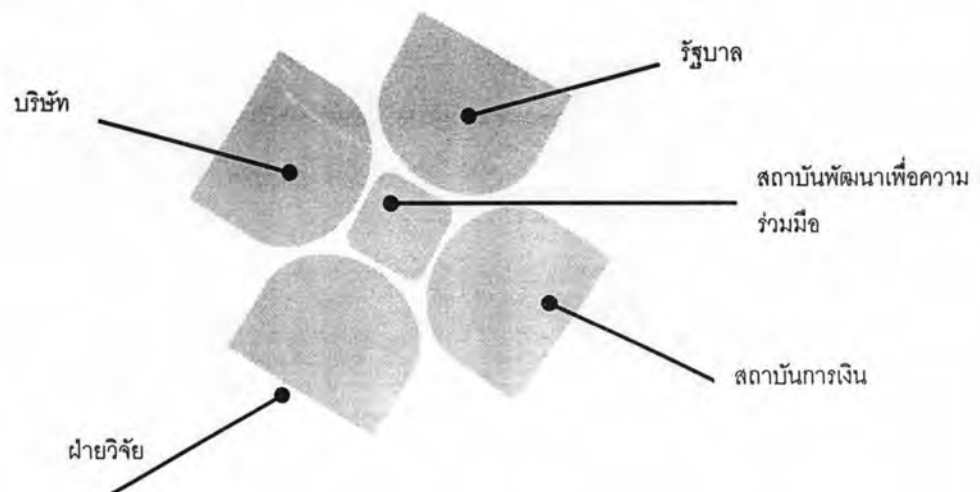


ลักษณะของ Diamond Model (Porter, 1995)

บทบาทของรัฐบาลในสายตา Porter (2005) ได้แก่ การทำหน้าที่ผู้ประสานงานและผู้ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมต่างๆ ด้วยการให้อุตสาหกรรมปรับปรุงคุณภาพสินค้า สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และกระตุ้นการแข่งขันภายในประเทศในชั้นปฏิบัติการ การประเมินสมรรถนะ (cluster performance) และทำการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (assessing business environment) โดยอาจใช้ Diamond Model ของ Porter

ผู้มีบทบาทหลักในเครือข่ายวิสาหกิจ ได้แก่ รัฐบาล สถาบันการศึกษาและการวิจัย สถาบันเพื่อพัฒนาความร่วมมือและสถาบันการเงิน ดังในภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 4 : ผู้มีบทบาทในเครือข่ายวิสาหกิจ



ภาพแสดง ผู้มีบทบาทในเครือข่ายวิสาหกิจ (Sölvell et al, 2003)

การริเริ่มเครือข่ายวิสาหกิจ (cluster development) อาจทำได้ 2 ลักษณะ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ, 2547)

1. การริเริ่มจากภาคเอกชน (private initiative) โดยธุรกิจหลักในเครือข่ายวิสาหกิจรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินการผลักดันการพัฒนาและอาศัยสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ และสร้างความเข้าใจที่ตรงกันและประสานในการกำหนดเป้าหมาย แนวทาง และกลยุทธ์ในการดำเนินการร่วมกันเพื่อพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของตนแล้ว จึงนำเสนอให้รัฐบาลทราบและทำความตกลงเพื่อร่วมดำเนินการในกิจกรรมต่อไป

2. การริเริ่มจากภาครัฐ (public initiative) โดยภาครัฐเป็นผู้กำหนดเครือข่ายวิสาหกิจที่จะดำเนินการส่งเสริม และจัดการประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนั้นๆ เพื่อให้ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องมารวมมือกันจัดทำและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของตนและร่วมกันกำหนดเป้าหมายการพัฒนาร่วมกันของอุตสาหกรรม ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจะมาจากภาคเอกชนและภาครัฐ และภาครัฐทำหน้าที่เป็นผู้ให้การอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและติดตามประเมินผลการทำงานโดยรวม

นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพัฒนาการของเครือข่ายวิสาหกิจขึ้นอยู่กับระดับที่มีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จอย่างสูงในปัจจุบัน มี 2 ด้าน คือ

1. ความร่วมมือ (strength of linkages) หมายถึง พัฒนาการที่เกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ โดยมีการกำหนดเป้าหมายร่วม (core objective) และกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกัน สถาบันหรือสมาคมการค้าของเครือข่ายวิสาหกิจจะมีบทบาทมากในการเป็นแกนหลักประสานความร่วมมือทั้งในระหว่างธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจและระหว่างธุรกิจกับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันวิจัยการพัฒนาต่างๆ

2. ความเก่ง (sophistication of cluster) ซึ่งเป็นพัฒนาการที่เกิดจากความสามารถหรือศักยภาพของปัจจัยพื้นฐานของประเทศ/อุตสาหกรรมที่เอื้อหรือส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านบุคลากร วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ปัจจัยทุน โครงสร้างพื้นฐาน วัฒนธรรม สถาบันวิจัยและพัฒนา ภาวะตลาด บริบทของการแข่งขัน ตลอดจนการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (key success factors) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่สำคัญ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ, 2547) สรุปได้ดังนี้

- การมีความเข้าใจร่วมกันในทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ (strategic direction) ของผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งการร่วมกันกำหนดและการยอมรับในกลยุทธ์ร่วมเพื่อที่จะสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม
- การมีกลุ่มธุรกิจหลักที่เป็นผู้นำในการรวมกลุ่มของเครือข่ายวิสาหกิจ
- การปฏิสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นและยั่งยืนระหว่างธุรกิจและผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ
- การมีผู้ประสานความร่วมมือและบริหารจัดการความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจ
- การมีที่ปรึกษาหรือผู้ที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวก (advisor/facilitator) ในการรวมกลุ่มและการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ
- การแสดงบทบาทที่เหมาะสมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในเครือข่ายวิสาหกิจ โดยภาครัฐทำหน้าที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนเชิงนโยบายและโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่ดีของภาคเอกชน ในขณะที่ภาคเอกชนจะต้องมีบทบาทนำในการผลักดันเครือข่ายวิสาหกิจไปสู่เป้าหมายร่วมที่กำหนด ส่วนภาคสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา และสถาบันเฉพาะทางจะต้องเป็นแกนหลักในการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และทักษะความรู้ของบุคลากรให้สนับสนุนการเติบโตของเครือข่ายวิสาหกิจ

รัฐบาลมีบทบาทในฐานะผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) และผู้สนับสนุน (supporter) โดยสามารถดำเนินการออกเป็น 2 ระดับ ดังนี้

1. ระดับของการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (awareness and networking program) เพื่อกระตุ้นให้วิสาหกิจต่างๆ เห็นความสำคัญและความจำเป็นในการร่วมมือกันเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจของตน ซึ่งรวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องหลักๆ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ผู้ประกอบการ สมาคม/องค์กรของภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ

2. ระดับปฏิบัติการผลักดัน (activation) แบ่งการดำเนินงานเป็น 3 ส่วนหลักๆ คือ

2.1 การเตรียมการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ (implementation set-up)

ประกอบด้วยกิจกรรมการพัฒนาช่องทางความร่วมมือเพื่อสร้างเครือข่าย และจัดหา Cluster Agent สำหรับเป็นฐานในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่มีศักยภาพที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยพิจารณาจากศักยภาพด้านความเข้มแข็งและด้านการตลาดของการรวมกลุ่มในลักษณะ

เครือข่ายวิสาหกิจและสร้างความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้องหลักๆ (key stakeholders) เพื่อสร้างช่องทางและเชิญชวนให้ผู้ประกอบการหลักร่วมมือกับ Cluster Agents สนับสนุนให้มีการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่มีศักยภาพต่างๆ

2.2 ผลักดันการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและการให้การสนับสนุนระดับนโยบาย โดยให้ความร่วมมือและสนับสนุนเชิงนโยบายแก่เครือข่ายวิสาหกิจ

กระบวนการผลักดันการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จึงจะประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะภาคเอกชนจะต้องมีบทบาทเป็นผู้นำในการผลักดันและพัฒนา ในขณะที่ภาครัฐและเครือข่ายอื่นๆ จะต้องร่วมมือและสนับสนุนในการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ทั้งนี้ จุดมุ่งหมายสูงสุดของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจะต้องนำไปสู่การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น

ทฤษฎีเครือข่ายวิสาหกิจมีประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปใช้ปฏิบัติเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับศึกษานานาชาติในประเทศไทย และพัฒนาศักยภาพให้เป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคนี้

ความร่วมมือในการจัดกลุ่มวิชาการ (Consortium)

เป็นการรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการระหว่างสถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน กับหน่วยงานของรัฐและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อการบริหารจัดการ การใช้ทรัพยากรร่วมกัน และพัฒนาขีดความสามารถด้วยการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ และการสร้างเครือข่ายทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ 5 ประการได้แก่

1. เป็นการรวมกลุ่มกันอย่างเป็นทางการด้วยความสมัครใจ ไม่มีกฎหมายบังคับ
2. มีการรวมกันในลักษณะหลายสถาบัน
3. รวมกลุ่มกันเพื่อการดำเนินการในภารกิจ
4. มีการสนับสนุนการดำเนินการในระยะยาว
5. มีการบริหารจัดการโดยทีมงานวิชาชีพ หรือทีมงานที่ความเชี่ยวชาญ

(ไพฑูริย์ สีนลาร์ตัน, 2546 ; พรชูลี อาชวบำรุง, 2543 ; Wit, 2004)

5.4 ทฤษฎีการจัดองค์กร

"องค์กร" คือโครงสร้างที่ได้จัดขึ้นตามกระบวนการ สำหรับให้บุคคลต่างๆ เข้ามาร่วมกันปฏิบัติ เพื่อความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายได้ (Hicks ในธงชัย สันติวงษ์, 2543)

ในการจัดองค์การใดๆ ก็ตาม จะต้องศึกษาเรื่องทฤษฎีองค์การ (organization theory) หมายถึง หลักการศึกษาถึงโครงสร้างและการออกแบบขององค์การ ซึ่งจะอธิบายและกำหนดลักษณะขององค์การ เช่น องค์การถูกจัดตั้งขึ้นมาได้อย่างไร และกำหนดแนวทางให้องค์การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

องค์ประกอบของทฤษฎีองค์การ (Hodge B.J. Anthony W. P., 1991) มีดังนี้

1. สภาพแวดล้อมขององค์การ (organization environment)
2. การประมวลผลสารสนเทศ และการตัดสินใจเลือก (information processing and choices)
3. เป้าหมายองค์การ (goals)
4. ชนิดของงานที่จะทำให้เป้าหมายสำเร็จ (work)
5. การออกแบบองค์การ (organization design)
6. ขนาดและความซับซ้อนขององค์การ (size and complexity)
7. เทคโนโลยีขององค์การ (organization technology)
8. วัฒนธรรมขององค์การ (organization culture)
9. อำนาจและหน้าที่ (power and authority)

ทฤษฎีองค์การดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อพัฒนารูปแบบของการจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมการศึกษานานาชาติในประเทศไทย และศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์การเพื่อนำไปสร้างองค์การที่มีโครงสร้างและวิธีดำเนินงานที่เหมาะสม

การออกแบบองค์การมีอยู่หลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ (Daft, 2001)

1. กลยุทธ์ เป้าหมาย และแผนกลยุทธ์
2. สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โครงสร้างองค์กรต้องมีความยืดหยุ่นกับภาวะการเปลี่ยนแปลง
3. เทคโนโลยีต้องมีการพิจารณาว่าเทคโนโลยีที่อยู่เป็นลักษณะใด ควรใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับลักษณะงานหรือขอบวงการทำธุรกิจ
4. ขนาดองค์กรมีผลต่อการออกแบบองค์กร เพราะจำนวนพนักงาน ผู้บริหาร การแบ่งงาน การกระจายอำนาจซึ่งอาจจะมีแตกต่างกัน
5. วัฒนธรรมขององค์การ มีผลต่อการทำงาน เช่น อาจเป็นในรูปแบบการทำงานแบบครอบครัว หรือการทำงานที่พนักงานมาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

รูปแบบพื้นฐานการออกแบบองค์การมี 5 แบบ ได้แก่

(ชวลิต ประภาวนนท์ อ่างโน ทิพยรัตน์ สีเพชรเหลือง, 2545)

1. การออกแบบองค์การตามหน้าที่ (functional organization) เป็นโครงสร้างการจัดองค์การตามขอบเขตหน้าที่
2. การออกแบบองค์การตามแผนก (divisional organization) มีการแยกเป็นแผนกต่างๆ โดยอาศัยความสัมพันธ์ของสินค้า ลูกค้า หรือวิธีอื่นๆ
3. การออกแบบองค์การแบบแยกธุรกิจ (conglomerate organization) เกิดขึ้นกับองค์การขนาดใหญ่ และมีลักษณะงานไม่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจเดิม
4. การออกแบบองค์การแบบเมทริกซ์ (matrix organization) เป็นการจัดองค์การในลักษณะแผนก แต่ขึ้นกับหน้าที่องค์การ โดยมีสายการบังคับบัญชา 2 สายที่เกิดขึ้นพร้อมกัน
5. การออกแบบองค์การแบบผสม (hybrid organization) เป็นการนำรูปแบบการจัดองค์การในลักษณะต่างๆ มาผสมผสานกัน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและวัตถุประสงค์ขององค์การ

หน้าที่การจัดองค์การ หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบหน้าที่งานต่างๆ (ordering function) ภายในองค์การ โดยกลุ่มคนที่เข้ามาทำงานร่วมกันนั้น มักจะรวมกันและทำงานด้วยกันในรูปแบบที่จะมีการประสาน เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมาย

กระบวนการจัดองค์การ (process of organization) หมายถึง การจัดกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็น เพื่อให้สำเร็จผลในวัตถุประสงค์ในสวนรวม และดำเนินการมอบหมายงานแต่ละกลุ่มให้กับผู้บริหาร

5.5 การออกแบบองค์การตามกลยุทธ์

แนวความคิดด้านการออกแบบองค์การและจัดทำโครงสร้าง จะต้องนำทฤษฎีกลยุทธ์มาผสมผสาน Alfred Chandler เป็นผู้คิดริเริ่มในการใช้กลยุทธ์นำโครงสร้างองค์การ เพราะการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในธุรกิจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์การ (ธงชัย สันติวงษ์, 2541) ซึ่งโครงสร้างอาจจะล่าช้าไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อม งานวิจัยต่อมาก็สนับสนุนความคิดดังกล่าว จึงทำให้กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพแวดล้อมมีความใกล้ชิดกัน มิฉะนั้นการทำงานขององค์การก็จะล้มเหลว (Wheelen Thomas & Hunger David, 2004)

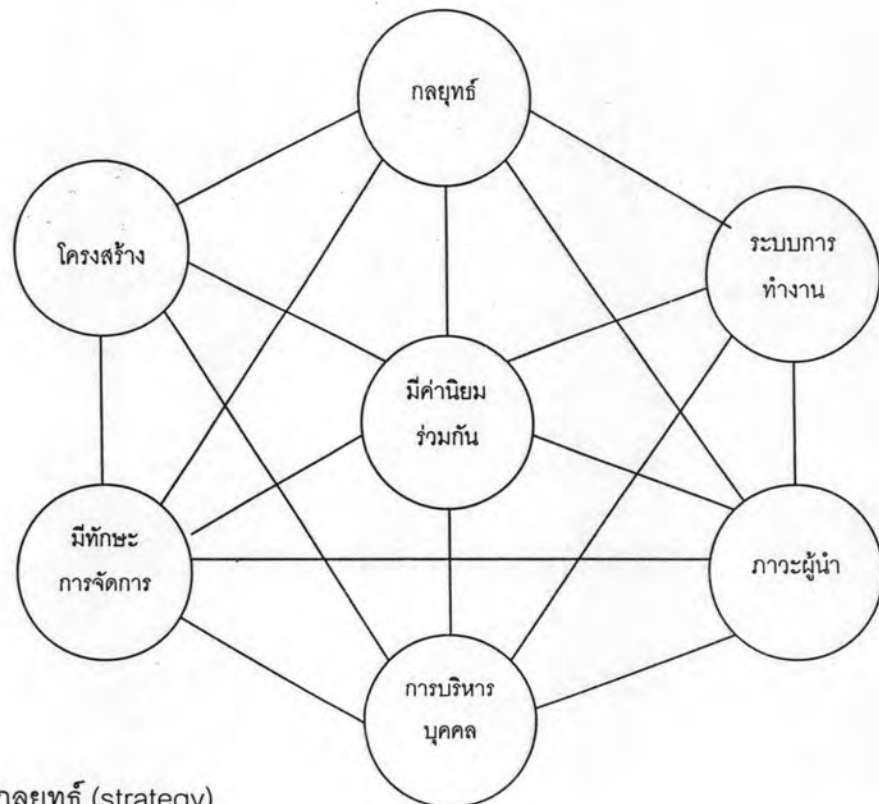
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างองค์กร ได้แก่ (Plunkett R., 2005)

1. กลยุทธ์
2. สภาพแวดล้อม
3. ขนาดขององค์กร
4. อายุขององค์กร
5. เทคโนโลยี

ฉะนั้น ในการออกแบบองค์กรจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ปัจจัยเหล่านี้ โดยเฉพาะการจัดโครงสร้าง ทำเพื่อบรรลุเป้าหมาย ฉะนั้นโครงสร้างต้องตามกลยุทธ์ต่างๆ เมื่อกลยุทธ์เปลี่ยนโครงสร้างก็ต้องเปลี่ยนตามไปด้วย เพื่อความคล่องตัวของธุรกิจ

กรอบแนวคิดของ McKinsey 7s Framework (Pascale and Athos, 1981) มีประโยชน์มากในการทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยผู้บริหารจะต้องใช้กลยุทธ์ในการบริหารจัดการในองค์กรทุกระดับ เมื่อผู้บริหารกำหนดกลยุทธ์แล้ว ตามหลักของ McKinsey ผู้บริหารควรมุ่งเน้นให้องค์ประกอบทั้ง 7 ดังต่อไปนี้มีการนำไปปฏิบัติ

แผนภาพที่ 5 : กรอบแนวคิดของ Mc Kinsey



1. กลยุทธ์ (strategy)
2. โครงสร้าง (structure)
3. ระบบการทำงาน (system)

4. มีค่านิยมร่วมกัน (share value)
5. มีทักษะการจัดการ (skill)
6. การบริหารบุคคล (staff)
7. ภาวะผู้นำ (style)

จะเห็นได้จากตารางข้างบนว่า ทั้งองค์ประกอบต่างๆ จะประสานกันและมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด บริษัทชั้นนำจึงใช้หลัก McKinsey นี้ เช่น บริษัท Proctor & Gamble ในสหรัฐอเมริกา

5.6 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์การด้านการบริการ

ธุรกิจบริการมีการแข่งขันสูงมาก เช่น งานการธนาคาร การประกันภัย ธุรกิจโรงแรม การศึกษา จึงจำเป็นต้องสร้างกลยุทธ์ความแตกต่างในการบริหารจัดการ และใช้กลยุทธ์การแข่งขันในเชิงรุก ฉะนั้นการขยายธุรกิจจึงทำได้โดยการขยายตลาด เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในประเทศ หรือขยายตลาดไปต่างประเทศ

องค์การจึงต้องตระหนักถึงสิ่งเหล่านี้ในการให้บริการ (Lovelock, 2001)

1. คู่แข่งคือใครและอยู่ที่ไหน
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือใคร
3. สร้างความแตกต่างในสินค้า

นอกจากนี้องค์การที่ให้บริการมีหน้าที่หลัก 3 ประการ (Kotler, 2003)

1. สร้างความแตกต่างในการให้บริการ การนำเสนอ การสร้างภาพพจน์ และการจัดส่ง
2. ต้องบริหารจัดการการบริการให้มีคุณภาพตามความคาดหวังของลูกค้า หรือให้เกิน

ความคาดหวัง

3. ต้องให้บุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้พนักงานปรับปรุงคุณภาพการบริการ มีนวัตกรรมใหม่ๆ ในการให้บริการ การให้บริการที่มีข้อจูงใจให้ลูกค้า หรือการใช้เทคโนโลยีเพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย การบริการควรคำนึงทั้งก่อนขายและหลังการขาย (pre-sale service and post-sale service)

ในการที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ หากจะจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะที่ทำงานด้านนี้ จำเป็นต้องศึกษาแนวความคิดดังกล่าว เพราะการศึกษาเป็นธุรกิจชนิดหนึ่งที่ทำให้การบริการก่อนเรียน ช่วงการเรียน และหลังการเรียน จะต้องทำให้ผู้ได้รับการบริการพึงพอใจ โดยเฉพาะหากหวังดึงดูดนักศึกษาต่างชาติเข้ามาศึกษาในไทย การศึกษามิหลังของผู้รับบริการ จำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้การบริการที่ประทับใจ

ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ต้องการนำเสนอกลยุทธ์ในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง การศึกษานานาชาติ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

ความหมายของกลยุทธ์ (Strategy)

David (1995) ได้กำหนดความหมายว่า "กลยุทธ์" เป็นวิถีทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในระยะยาว

Wheelen และ Hunger (2004) ได้ให้คำนิยาม "กลยุทธ์" ว่าเป็นแผนแม่แบบขององค์กรที่ระบุว่าองค์กรจะบรรลุพันธกิจและเป้าหมายอย่างไร เพื่อสร้างข้อได้เปรียบและลดความเสี่ยง

ธงชัย สันติวงษ์ (2537) ได้ให้ความหมายว่า "กลยุทธ์" คือ แผนงานที่มีความพร้อม สมบูรณ์ ครอบคลุมครบถ้วนทุกด้านและประสานสอดคล้องเข้ากันได้ ที่จะช่วยให้องค์กรมีข้อ ได้เปรียบที่จะเผชิญกับสภาพแวดล้อมต่างๆ ซึ่งกลยุทธ์จะถูกกำหนดขึ้นเพื่อประกันว่า วัตถุประสงค์ของกิจการจะบรรลุสำเร็จได้แน่

"กลยุทธ์" จึงมีความสำคัญในการดำเนินงานขององค์กรเพื่อความสำเร็จตามพันธกิจ และ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ลักษณะสำคัญ องค์ประกอบ และหน้าที่ของกลยุทธ์

การสร้างกลยุทธ์ (strategy formulation) ประกอบด้วย (Wheelen and Hunger, 2004) การกำหนดภารกิจ (mission) เป้าหมาย (goal) วัตถุประสงค์ (objective) พัฒนากลยุทธ์และวาง แนวทางและนโยบาย โดยองค์กรต้องตระหนักถึงจุดแข็ง จุดด้อย โอกาส และข้อจำกัดขององค์กร กลยุทธ์มี 3 แบบ (Wheelen and Hunger, 2004) ดังนี้

1. กลยุทธ์ในระดับองค์กร (corporate strategy) เป็นการอธิบายทิศทางของธุรกิจ ขอบเขตการทำธุรกิจ การบริหารจัดการธุรกิจ และพัฒนาธุรกิจ การจัดสร้างโครงสร้างองค์กรเพื่อ บรรลุเป้าหมาย
2. กลยุทธ์ในระดับธุรกิจ (business strategy) เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการแข่งขันในสินค้า หรือการบริการของหน่วยธุรกิจหน่วยใดหน่วยหนึ่ง (business unit)
3. กลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ (functional strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งที่แผนการ ปฏิบัติในการบรรลุเป้าหมายของหน่วยธุรกิจ โดยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เป็นการกำหนดกล ยุทธ์เชิงเทคนิค การเงิน และการผลิต เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

กลยุทธ์ทั้ง 3 สามารถสรุปในภาพข้างล่าง (Plunkett et al, 2005)

แผนภาพที่ 6 : กลยุทธ์ 3 ระดับ



6.1 การวางแผนกลยุทธ์ และการจัดการกลยุทธ์ (Strategic Planning and Strategic Management)

Plunkett et al (2005) ได้อธิบายองค์ประกอบของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยตั้งคำถามเชิงธุรกิจ 4 คำถามด้วยกัน คือ

1. องค์กรวางตำแหน่งตัวเองในตลาดอย่างไร
2. องค์กรต้องการตำแหน่งอะไรในตลาด
3. แนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงในตลาดเป็นอย่างไรบ้าง
4. แนวทางที่ดีที่สุดที่ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายของตนเองมีอะไรบ้าง

ขั้นตอนที่เกี่ยวกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ จะสามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้ด้วยการพัฒนาแผนกลยุทธ์ แผนดังกล่าวจะกำหนดกลยุทธ์ที่จำเป็นในการบรรลุเป้าหมาย และระบุว่าต้องใช้ทรัพยากรอะไรบ้าง

กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นมาต้องมียอดประกอบ 4 อย่าง ได้แก่

1. ขอบเขต (scope) ของธุรกิจ เช่น ขนาด และวางตำแหน่งในตลาดในประเทศและต่างประเทศ
2. การใช้ทรัพยากร (resource deployment) เป็นการกำหนดว่าองค์กรจะใช้ทรัพยากรใดบ้าง เช่น ด้านการเงิน และทรัพยากรมนุษย์ เพื่อบรรลุเป้าหมาย เช่น ในการผลิตสินค้าใหม่ หรือการเพิ่มประเภทของสินค้า
3. ความได้เปรียบในข้อแตกต่าง (distinctive competition advantage) เช่น บริษัทมีความรู้และทำอะไรได้ดีที่สุด บริษัทที่ประสบความสำเร็จจะมุ่งเน้นที่จุดเด่นของสินค้าตนเอง และสร้างจุดแข็ง (competitive edge)
4. การรวมพลัง (synergy) การรวมพลังและความร่วมมือกับพันธมิตรในธุรกิจเดียวกันเพื่อขยายส่วนแบ่งการตลาด เป็นการลดค่าใช้จ่าย การใช้เทคโนโลยีร่วมกัน และทีมบริหารเดียวกัน เช่น การที่บริษัท IBM ขายคอมพิวเตอร์กับบริษัทต่างๆ ชื่อกิจการของบริษัท Lotus ซึ่งขายคอมพิวเตอร์ใช้ในบ้าน เป็นการรวมพลังของธุรกิจการผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ และการขายปลีกซอฟต์แวร์ไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

6.1.1 กระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning Process)

Kotler และ Murphy (1981) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์มาใช้ในวงการอุดมศึกษา โดยแบ่งกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ออกเป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (environmental analysis)
2. การวิเคราะห์แหล่งทรัพยากร (resource analysis)
3. การตั้งเป้าหมาย (goal formulation)
4. การกำหนดกลยุทธ์ (strategic formulation)
5. การออกแบบองค์กร (organizational design)
6. การออกแบบแนวปฏิบัติงาน (system design)

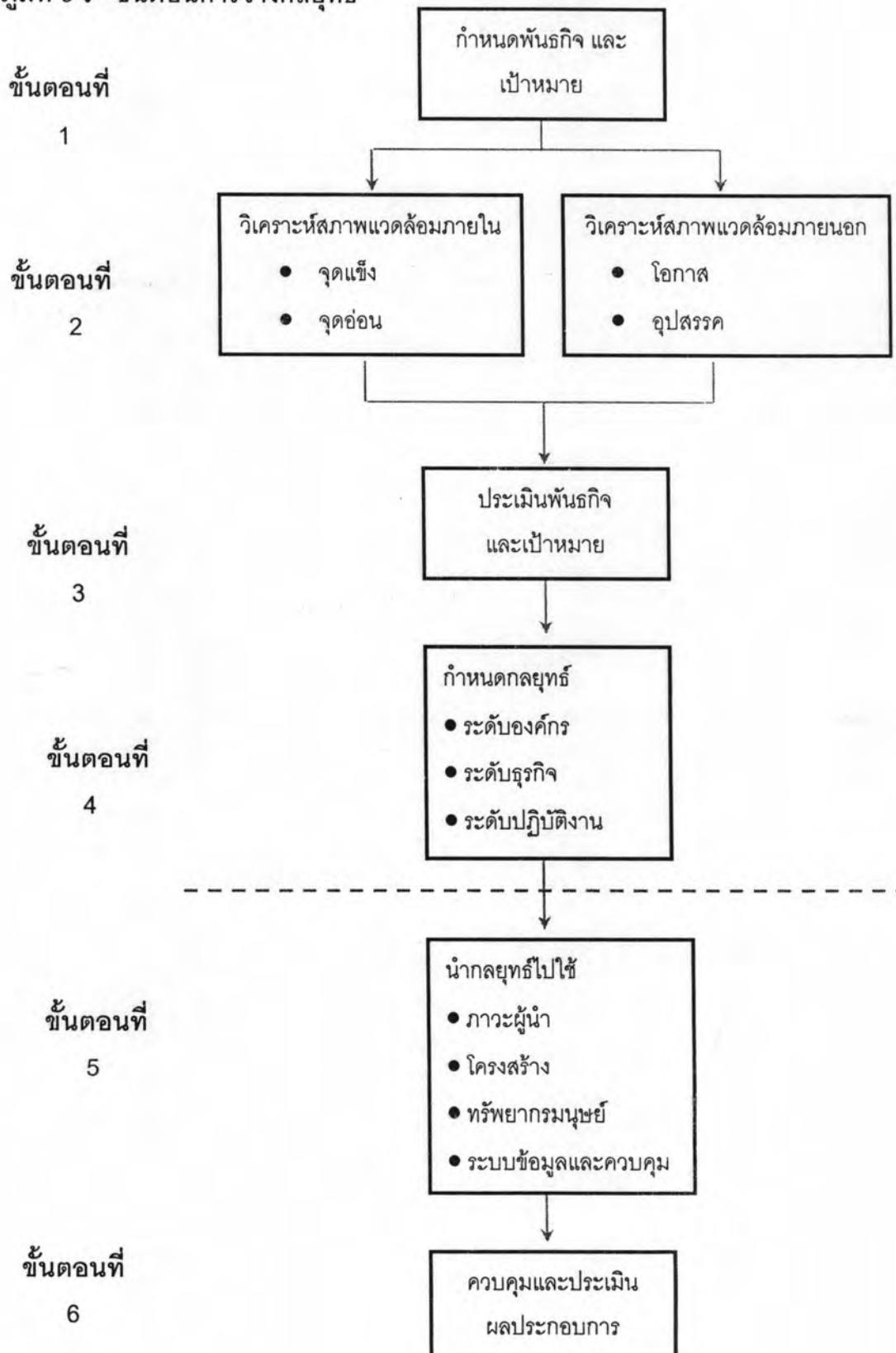
Plunkett et al (2005) ได้กำหนดกระบวนการวางแผนกลยุทธ์เป็น 6 ขั้นตอน คือ

1. การกำหนดพันธกิจและเป้าหมาย (mission and goals)
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (internal and external environment) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส (SWOT)
3. ประเมินพันธกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์องค์กรอีกครั้ง เพื่อทันต่อสถานการณ์ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้

4. กำหนดแผนกลยุทธ์ซึ่งประกอบด้วยเป้าหมาย กลยุทธ์ และการใช้ทรัพยากร
5. การนำกลยุทธ์ไปใช้
6. การควบคุมและประเมินผลประกอบการ

ขั้นตอนทั้ง 6 สามารถสรุปในแผนภูมิดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 6 : ขั้นตอนการวางกลยุทธ์



6.1.2 การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Environmental Scanning)

ในการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการศึกษานานาชาติ เพื่อเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อวิเคราะห์โอกาส หรือ ความเป็นไปได้จากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้เทคนิคการตรวจสอบสภาพแวดล้อม (environmental scanning) ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เพื่อเป็นกระบวนการในการตรวจสอบปัจจัยภายในและภายนอก แนวโน้มของความเป็นไปได้ในการกำหนดรูปแบบ และกลยุทธ์ดังกล่าว

Certo และ Peter (1991) ได้แบ่งสภาพแวดล้อมออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทั่วไป (general environment) เป็นสภาพแวดล้อมในขอบเขตที่กว้าง ได้ได้มีผลกระทบต่อองค์กร เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี
2. สภาพแวดล้อมต่อการดำเนินการขององค์กร (operating environment) เป็นส่วนประกอบของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์และมีผลโดยตรงต่อการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ ด้านแรงงาน ด้านคู่แข่ง ด้านลูกค้า
3. สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (internal environment) เป็นสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งจะมีผลต่อการบริหารจัดการโดยตรง แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านบริหารองค์กร ด้านบุคลากร ด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการเงิน

Plunkett et al (2005) ได้ให้คำนิยามของการตรวจสอบสภาพแวดล้อมว่า เป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อหาและวิเคราะห์แนวโน้มและเพื่อให้ผู้บริหารสามารถหาแนวทางในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ดังนั้นการวิเคราะห์เป็นการหาสัญญาณแห่งการเปลี่ยนแปลง และการควบคุมเป็นการติดตามการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น

Plunkett ได้อธิบายองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ดังนี้

สิ่งแวดล้อมภายใน (internal environment) คือ

1. พันธกิจ วิสัยทัศน์ และค่านิยมขององค์กร
2. สมรรถนะหลักเฉพาะขององค์กร (core competencies) เช่น บริษัท Sony มีความชำนาญในการผลิตเครื่องเสียง
3. วัฒนธรรมขององค์กร (organizational culture) เป็นการรวมค่านิยม ความเชื่อ

ปรัชญา ประสพการณ์ ประเพณี และความประพฤติที่เป็นแบบอย่างด้วยกัน ทำให้แต่ละองค์กร มีคุณลักษณะพิเศษ ซึ่งเรียกว่า วัฒนธรรมองค์กร

4. บรรยากาศในองค์กร (organizational climate) เป็นความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อการทำงานในองค์กร เมื่อพนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรและไม่รู้สึกมีความกดดัน จะทำให้สามารถใช้พลังงานสร้างสรรค์ได้ เช่น ในกรณีพนักงานบริษัท 3M ที่มีความสุขในการทำงาน ทำให้บริษัท 3M สามารถผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายถึง 60,000 ชนิดด้วยกัน
5. ภาวะผู้นำ (leadership) เป็นการนำพนักงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยสนับสนุนให้ทุกคนทำงานให้ดีที่สุด โดยผู้นำเป็นต้นแบบในการทำงานทั้งโดยวาจาและการกระทำ
6. โครงสร้างองค์กร (organizational structure) เป็นตัวกำหนดว่างานมาในรูปแบบใด ใครมีหน้าที่อะไร โดยแบ่งอำนาจและขอบเขตหน้าที่ และการสื่อสารภายในแต่ละแผนก
7. ทรัพยากร (resources) ในองค์กร ได้แก่ พนักงาน ข้อมูล สถานที่ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัสดุ และการเงิน

สิ่งแวดล้อมภายนอก (External Environment) ประกอบด้วย 2 ลักษณะ แบบ โดยตรงและทางอ้อม

1. สภาพแวดล้อมภายนอกโดยตรง (directly interactive forces) ได้แก่ เจ้าของกิจการลูกค้า หุ้นส่วน พันธมิตร คู่แข่ง และแรงงานภายนอก
 2. สภาพแวดล้อมภายนอกทางอ้อม (indirectly interactive forces) ได้แก่ เศรษฐกิจภายในและนอกประเทศ สภาพการณ์บ้านเมือง วัฒนธรรมทางด้านกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี และสถานการณ์ทางธรรมชาติ
- สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกดังกล่าวทั้งหมด เป็นการท้าทายหรือสร้างโอกาสในขณะเดียวกัน ความเสี่ยง และการเปลี่ยนแปลงสำหรับทุกองค์กร ฉะนั้นการตรวจสอบสภาพแวดล้อมต้องกระทำทุกเวลา และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจคาดการณ์เหตุการณ์ล่วงหน้าก็เป็นได้ และเริ่มวางแผนแก้ไขสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเงื่อนไขที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร (Certo & Peter, 1991) จุดประสงค์ของการวิเคราะห์เพื่อประเมินจุดแข็ง (strength) จุดอ่อน (weakness) โอกาส (opportunity) และอุปสรรค (threat) ผลการวิเคราะห์ใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภารกิจ วัตถุประสงค์ นโยบาย หรือกลยุทธ์ขององค์กร (สมยศ นาวิการ, 2539)

แนวความคิดพื้นฐานของการวิเคราะห์ SWOT ได้แก่ กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ มาจาก ส่วนผสมที่ลงตัวระหว่างสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร (จุดแข็งและจุดอ่อน) และ สภาพแวดล้อมภายนอก (โอกาสและอุปสรรค) (Pearce & Robinson, 2005) ทำให้องค์กรเพิ่มความแข็งแกร่งและโอกาส ในขณะที่เดียวกันก็ลดจุดอ่อนและอุปสรรค

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ (2542) ได้เสนอการกำหนดกลยุทธ์โดยการวิเคราะห์ SWOT ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ตำแหน่ง สถานภาพขององค์กร เพื่อประเมินว่าองค์กรมีลักษณะเด่นเชิงโอกาส หรือลักษณะด้อยเชิงคุณภาพมากน้อยเพียงใด และสรุปจุดแข็งและจุดอ่อน

2. พัฒนาทางเลือกกลยุทธ์ ซึ่งหลายกลยุทธ์ด้วยกันขึ้นอยู่กับผลของการวิเคราะห์ SWOT ได้แก่

2.1 พิจารณากลยุทธ์เพื่อขยายธุรกิจ (growth strategy) ซึ่งสามารถทำได้โดยการขยายธุรกิจในโดยการลงทุนเพิ่ม หรือการซื้อกิจการเพิ่ม

2.2 กลยุทธ์การทำธุรกิจครบวงจรหรือการควบกิจการ (integration strategy) การรวมธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อลดต้นทุนหรือหาความมั่นคงจากการตั้งและผลิตสินค้าเอง หรือการเข้าไปควบกิจการที่ทำธุรกิจคล้ายคลึงกัน เพื่อลดการแข่งขัน

2.3 กลยุทธ์การเพิ่มชนิดของสินค้าหรือการบริหาร (diversification strategy) เมื่อบริษัทต้องการเพิ่มชนิดของสินค้า ซึ่งปกติมักจะใช้กลยุทธ์การเข้าไปซื้อธุรกิจอื่นหรือยี่ห้ออื่น

2.4 กลยุทธ์การตัดทอน (retrenchment strategy) เป็นการลดขนาดและขอบเขตของกิจการ โดยยกเลิกแผนงาน แผนก หรือกิจกรรม

2.5 กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ (stability strategy) เป็นการดำเนินงานเฉพาะแผนงานที่มีความรู้ ความชำนาญเพียงชนิดเดียว

สมยศ นาวิการ (2539) ระบุประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT 3 ประเด็น คือ

1. วิเคราะห์ SWOT เพื่อได้ขอบเขตที่เหมาะสมในการประเมินฐานะปัจจุบันและอนาคตขององค์กรแก่ผู้บริหาร

2. ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกขององค์กรให้เหมาะสมกับสถานการณ์บนรากฐานของผลการวิเคราะห์

3. การวิเคราะห์ SWOT เป็นระยะจะช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกตลอดเวลา

สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (competitive environment) อ้างใน (ธเนศ จิตสุทธิภากร, 2547) ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมเกี่ยวกับงานอุตสาหกรรม (task or industry environment) ความสามารถในการสร้างกำไรของธุรกิจและลักษณะของการแข่งขันในอุตสาหกรรมมีทิศทาง

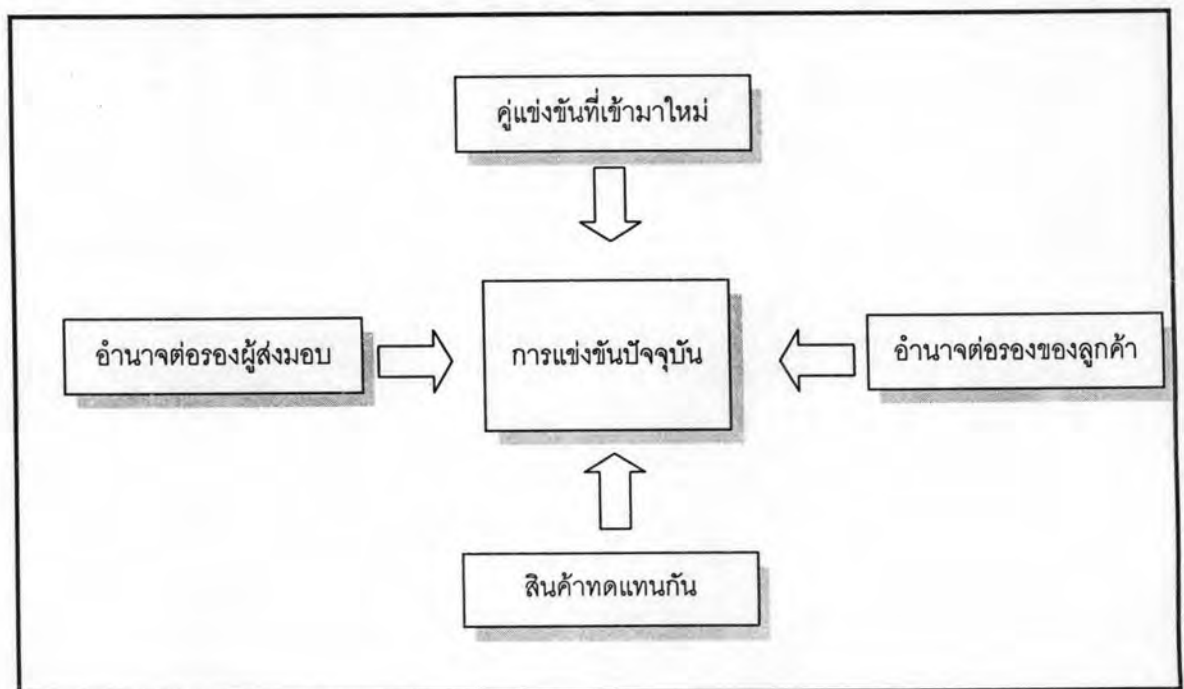
โดยตรงต่อการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันประกอบด้วย ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อกลยุทธ์ของธุรกิจประกอบด้วยคู่แข่ง (ที่มีอยู่เดิมและที่มีศักยภาพ) ลูกค้า และผู้ขายปัจจัยการผลิต

โมเดลแรงผลักดัน 5 ประการจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม (five forces model of industry competition) Michael E. Porter (1995) ได้พัฒนาเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่มีประโยชน์ในการสำรวจสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน โดยอธิบายถึงสภาพแวดล้อมในการแข่งขันในรูปของแรงผลักดันพื้นฐานทางการแข่งขัน 5 ประการ คือ

1. อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาด (the threat of new entrants to the market)
2. อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (the bargaining power of the firm's suppliers)
3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (the bargaining power of the firm's buyers)
4. อุปสรรคของผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ (the threat of substitute products)
5. การเพิ่มขึ้นของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีความรุนแรงมากขึ้น (the intensity of rivalry among competing firms)

อิทธิพลเหล่านี้จะพิจารณาถึงลักษณะและขอบเขตในการแข่งขัน เช่น ศักยภาพ การสร้างกำไรของอุตสาหกรรม ดังรูปแสดงถึงโมเดลผลกระทบจากแรงผลักดัน 5 ประการต่อสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมของธุรกิจ

แผนภาพที่ 7 : การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน PORTER'S 5 FORCES



1. อุปสรรคจากคู่แข่งใหม่ที่เข้ามาใหม่ในตลาด (the threat of new entrants to the market)

คู่แข่งใหม่ในอุตสาหกรรม จะเป็นอุปสรรคทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจเดิม การเพิ่มขึ้นของสมรรถภาพและศักยภาพที่จะแย่งส่วนครองตลาดของคู่แข่งเดิม คู่แข่งใหม่จะทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรมากขึ้น เช่น งบประมาณการโฆษณาและการวิจัยซึ่งในอดีตอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ เพื่อลดอุปสรรคในการแข่งขัน ผู้บริหารจำเป็นจะต้องแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรค แก้ปัญหาการเข้ามาของอุตสาหกรรมใหม่ อุปสรรคที่สำคัญมีดังนี้

1.1 การประหยัดจากขนาดการผลิต (economies of scale) การลดลงของภาวะต้นทุนในการผลิตจำนวนมาก

1.2 ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (product differentiation) เป็นลักษณะการแตกต่างด้านศักยภาพและการรับรู้ ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ในสายตาของผู้บริโภค

1.3 ความต้องการเงินทุน (capital requirements) จำนวนของการลงทุนที่ต้องใช้ในการเข้าสู่อุตสาหกรรม ประกอบด้วยโรงงานและเครื่องมือต่างๆ ตลอดจนเงินหมุนเวียน

1.4 การเปลี่ยนแปลงต้นทุน (switching costs) ต้นทุนซึ่งเกิดโดยผู้ที่จะเปลี่ยนแปลงจากผู้ขายปัจจัยการผลิตหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง สิ่งนี้จะประกอบด้วยต้นทุนด้านจิตวิทยา และต้นทุนด้านจำนวนเงิน

1.5 การประเมินช่องทางการจัดจำหน่าย (access to distribution channels) ต้นทุนจะเกี่ยวกับการพัฒนาวิธีการที่จะกระจายผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1.6 ข้อเสียเปรียบด้านต้นทุนจากขนาดธุรกิจที่แตกต่างกัน (cost disadvantages Independent of scale)

2. อำนาจการต่อรองของผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิต (the bargaining power of the firm's suppliers) วิธีที่ผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิตจะมีผลกระทบต่อศักยภาพด้านกำไรของอุตสาหกรรม ทำให้ราคาปัจจัยการผลิตและราคาสินค้าสูงขึ้นหรือลดคุณภาพสินค้า และลดบริการลักษณะกลุ่มผู้ขายปัจจัยการผลิตซึ่งมีอำนาจมีดังนี้

2.1 ความเด่นของผู้ขายปัจจัยการผลิตจำนวนน้อย (dominance by a few suppliers)

2.2 การมุ่งที่อุตสาหกรรมเฉพาะกลุ่มมากกว่าการมุ่งที่อุตสาหกรรมผู้ซื้อ (greater concentration than the buyer industry)

2.3 ความไม่สามารถในการหาสินค้าทดแทนได้ (non-available of substitute products)

2.4 การขาดความสำคัญของผู้ซื้อที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ขายปัจจัยการผลิต (relative lack of importance of the buyer to the supplier group)

2.5 ความสำคัญของผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้ขายปัจจัยการผลิตต่อผู้ซื้อ (importance of the supplier's product or service to the buyer)

2.6 ความแตกต่างกันมากในผู้ขายปัจจัยการผลิต (high differentiation by the supplier)

2.7 การเปลี่ยนแปลงต้นทุนสำหรับผู้ซื้อที่สูงขึ้น (high switching costs for the buyer)

2.8 อุปสรรคด้านสินเชื่อของการประสมประสานกันไปข้างหน้าโดยผู้ขายปัจจัยการผลิต (credible threat of forward integration by suppliers) การประสมประสานไป ข้างหน้า (forward integration) จะเกี่ยวข้องกับการขยายตัว และการเคลื่อนย้าย ของปัจจัยการผลิตในสภาพของกระบวนการผลิตเป็นการจัดจำหน่าย

3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (the bargaining power of buyers) ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมจะสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคา หรือต้องการคุณภาพที่ดีขึ้นสำหรับราคาเดิม ปัจจัยต่อไปนี้จะนำไปสู่อำนาจการซื้อที่ดีขึ้น ดังนี้

3.1 การมุ่งความสำคัญที่มากกว่ากลุ่มขายปัจจัยการผลิต (greater concentration than the supplier group)

3.2 การซื้อในปริมาณที่มาก (large volume purchases)

3.3 ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันหรือไม่แตกต่างกัน

(undifferentiated or standard products or service of the suppliers)

3.4 อุปสรรคที่เชื่อถือได้จากการประสมประสานย้อนหลังโดยผู้ซื้อ (credible threat of backward integration by buyers) การประสมประสานแบบย้อนหลังจะเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผู้ซื้อเป็นผู้ซื้อขั้นตอนของผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่าย

3.5 มีข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุนของผู้ขายปัจจัยการผลิต

(accurate information about the cost structure of the supplier)

หากประเทศไทยต้องการเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาค จำเป็นต้องศึกษาสภาวะการแข่งขัน/คู่แข่ง เพื่อสร้างความแตกต่างเพราะประเทศไทยถือเป็นน้องใหม่ในตลาดการศึกษาเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ เช่น ประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์

6.1.3 กลยุทธ์การเพิ่มการแข่งขัน

การศึกษาถือเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ทั้งในระดับภาครัฐและเอกชน ประเทศไทยได้ตั้งเป้าเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ ซึ่งแน่นอนจะได้พบกับคู่แข่ง เช่น ประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย เป็นต้น ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษากลยุทธ์การแข่งขัน (competitive strategy) ไว้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาค

Michael Porter (1995) เป็นผู้พัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเป็นแนวทางให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ดีที่สุดด้วยสมรรถนะหลักของตนเอง (core competencies) ได้แก่ ความชำนาญภายใน ทรัพยากร และปรัชญา

กลยุทธ์นี้สามารถนำไปใช้กับองค์กรในธุรกิจใดๆ ก็ได้ โดยกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (business-level strategy) แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. กลยุทธ์ด้านความแตกต่าง (differentiation strategy) หมายถึง ความสามารถในการให้สินค้าหรือการบริการที่แตกต่างและเหนือกว่าในด้านคุณภาพ คุณลักษณะพิเศษ หรือการบริการหลังการขาย (after-sales service)
2. กลยุทธ์ด้านการลดต้นทุน (low cost strategy) ได้แก่ ความสามารถของบริษัทหรือหน่วยธุรกิจในการออกแบบสินค้า ผลิต และวางสินค้าในตลาด โดยมีประสิทธิภาพที่สูงกว่าคู่แข่ง
3. กลยุทธ์การเจาะเฉพาะกลุ่ม (focus strategy) หมายถึง การที่บริษัทเจาะตลาดหรือภูมิภาค หรือกลุ่มลูกค้าเฉพาะ ซึ่งอาจเป็นกลยุทธ์แบบ cost-leadership หรือ differentiation ก็ได้ แต่มุ่งที่ตลาดที่เฉพาะกลุ่มและตลาดที่แคบ

การเพิ่มขึ้นของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น (The intensity of rivalry among competitors)

อุตสาหกรรมจำนวนมากในระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมมีระดับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น การแข่งขันนี้โดยทั่วไปสามารถเพิ่มการแข่งขันด้านราคา ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารจะต้องระลึกว่าธุรกิจในรูปแบบของการแข่งขันเหล่านี้จะไม่สามารถแยกจากกันได้ การแข่งขันที่รุนแรงเหล่านี้ทำให้เกิดผลกระทบในปัจจุบันต่อไปนี้

- การแข่งขันที่เท่าเทียมกันและรุนแรง (numerous of equally balanced competitors)
- การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมลดลง (slow industry growth)
- ต้นทุนคงที่หรือต้นทุนในการเก็บรักษาสูง (high fixed or storage cost)
- การขาดการสร้างความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน (lack of differentiation or switching costs)
- สมรรถภาพในการผลิตเพิ่มขึ้นเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น (manufacturing capacity increases possible only in large increments) ความต้องการขนาดการผลิตที่มีประสิทธิภาพในหลายอุตสาหกรรมซึ่งจะเพิ่มสมรรถภาพในการผลิตให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้สำหรับธุรกิจใหญ่ สิ่งนี้จะนำไปสู่การเสนอขายและการลดราคาส่วนเกินในระยะสั้น คู่แข่งขันซึ่งมีกลยุทธ์ที่หลากหลายมีจุดเริ่มต้นและบุคลิกภาพที่ต่างต่างกัน (competitors with diverse strategies and personalities)

- ผลประโยชน์เชิงกลยุทธ์ในระดับสูง (high strategic stakes) ความสำเร็จในตลาดระดับสูงเกิดจากการยอมรับผลิตภัณฑ์ของลูกค้า
- อุปสรรคด้านเศรษฐกิจ กลยุทธ์ หรือเหตุผลด้านอารมณ์จากการเข้าสู่ธุรกิจระดับสูง (high exit barriers for economic, strategic or emotional reasons)

การแข่งขันที่เข้มข้นระหว่างคู่แข่งกันโดยอุตสาหกรรมสามารถมีได้ 3 รูปแบบ คือ (1) การแข่งขันด้านราคา (price competition) (2) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (product innovation) (3) ความแตกต่างด้านการแข่งขัน (product differentiation)

ส่วนกลยุทธ์ที่ได้รับการพัฒนาจากหน่วยงานหลักต่างๆ ขององค์กร ได้แก่ แผนการตลาด แผนการผลิต ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ฝ่ายการเงิน และฝ่ายวิจัยและพัฒนา เป็นการเสริมกลยุทธ์ระดับธุรกิจที่กล่าวมาแล้วข้างต้น มีกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ (Plunkett et al, 2005)

1. กลยุทธ์การตลาด (marketing strategy) เป็นการหาทางตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคา การส่งเสริมการขาย การจำหน่าย และสินค้าและบริการ การตัดสินใจทางธุรกิจทุกด้านดังกล่าวรวมกันเป็นกลยุทธ์การตลาด

2. กลยุทธ์ด้านการผลิต (production strategy) หมายถึง การผลิตสินค้าและการให้บริการ การตัดสินใจในด้านนี้ มีอิทธิพลต่อองค์กรว่าจะแข่งขันได้อย่างไร เช่น ด้านการเลือกที่ตั้ง ทำเลของบริษัท หรือโรงงาน การควบคุมสินค้า การใช้เทคโนโลยีในการผลิต การปรับปรุงคุณภาพการผลิต

3. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคล (human resources strategy) ในธุรกิจบางชนิด เช่น การโรงแรม การรักษาพยาบาล ทรัพยากรมนุษย์ เป็นพื้นฐานจำเป็นในการนำธุรกิจให้รอด ต้องมีกลยุทธ์พิเศษในการคัดพนักงาน การอบรม และพัฒนาพนักงาน เพื่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ

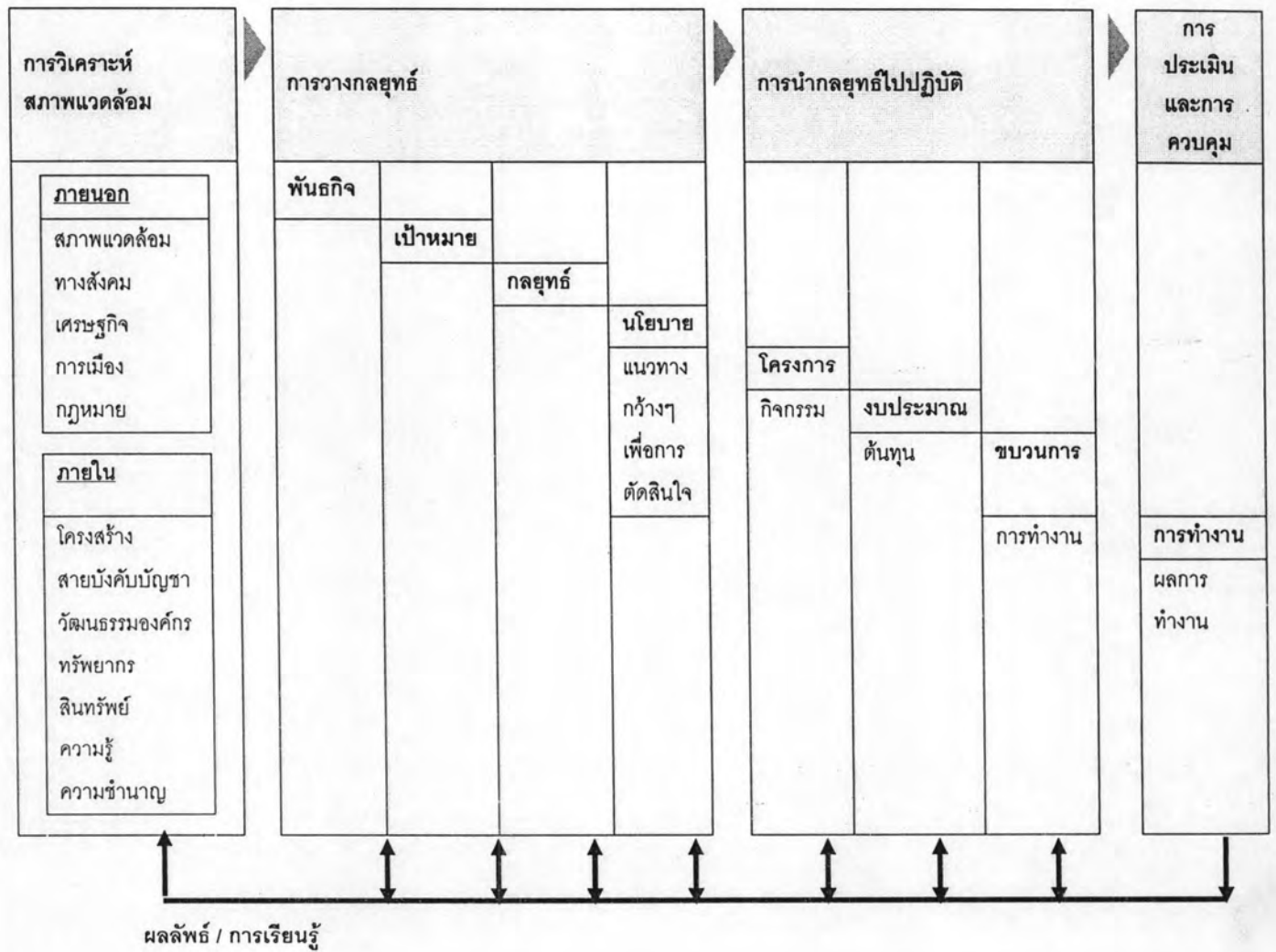
4. กลยุทธ์ทางการเงิน (financial strategy) เป็นการตัดสินใจด้านการหาแนวทางในการแสวงหากำไร เช่น การรักษาเงินลงทุน การคืนปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น การระดมทุน เป็นต้น

5. กลยุทธ์การวิจัยและการพัฒนา (research and development strategy) เป็นการหาแนวทางในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการ บริษัทใหญ่ๆ หลายบริษัทในโลก ทุ่มเงินมหาศาลในการวิจัย ถือเป็นการลงทุนเพื่ออนาคต ผลงานวิจัยและการพัฒนาเป็นผลสืบเนื่องจากการบริหารเชิงกลยุทธ์และการวางแผนกลยุทธ์

โดยสรุป ขบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนด

กลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และการประเมินผลกลยุทธ์ สามารถสรุปแผนภาพการบริหารเชิงกลยุทธ์ข้างล่างต่อไปนี้ (Wheelen and Hunger, 2004)

แผนภาพที่ 8 : การบริหารเชิงกลยุทธ์



แหล่งที่มา : Wheelen and Hunger, 2004

ตอนที่ 7 แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการและเทคนิคที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้วิจัยได้นำเทคนิคในการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้อย่างนี้

7.1 ลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพมีสาระสำคัญดังนี้

1. เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured interview) เพียงแต่มีโครงสร้างของคำถามสำหรับเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย
2. ประชุมผู้ทรงคุณวุฒิ (connoisseurship) เป็นการประชุมอภิปรายของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อรวบรวมข้อมูลแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
3. การสังเกตพฤติกรรมหรือวิธีการหรือวิธีการปฏิบัติการ เป็นวิธีการเก็บข้อมูลเพื่อการแสวงหาข้อมูลจากกลุ่มเล็ก เทคนิคนี้ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญในการสังเกตวิเคราะห์ และมีความอดทนในการสังเกตที่ใช้เวลา
4. การวิเคราะห์เนื้อหาสาระจากเอกสาร เป็นการรวบรวมข้อมูล โดยเฉพาะจากผลงานวิจัยต่างๆ จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถออกแบบการวิจัยที่เหมาะสมได้ เลือกเทคนิควิเคราะห์ เขียนรายงานและอภิปรายผลไว้

การวิจัยเชิงคุณภาพไม่ต้องใช้สาระที่สำคัญครบทั้ง 4 ลักษณะ จึงเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้

การสัมภาษณ์

เป็นวิธีการศึกษาค้นคว้าที่ใช้กันแพร่หลาย เป็นรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ผู้สอบถามและผู้ตอบ ภายใต้กฎเกณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูล เป็นการสนทนาอย่างมีจุดมุ่งหมายเป็นหลัก การสัมพันธ์เพื่อการวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเภท

1. การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview or formal interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบทางการ มีลักษณะคล้ายแบบสอบถาม เพราะคำถามถูกกำหนดไว้ล่วงหน้า มีข้อกำหนดตายตัว ทำให้ไม่อาจได้ข้อมูลที่กว้างและลึกซึ้งเพียงพอ
2. การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) เป็นการสัมภาษณ์ควบคู่ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม จะทำให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและครอบคลุม โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เอง โดยอาจเตรียมแนวคำถามกว้างๆ การสัมภาษณ์แบบนี้แบ่งออกเป็น 4 ประเภท

2.1 สัมภาษณ์โดยเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบเพื่อให้ผู้ตอบสามารถอธิบายแนวความคิดของตนเองไปเรื่อยๆ

2.2 สัมภาษณ์แบบไม่มีจุดสนใจเฉพาะ หรือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ผู้สัมภาษณ์มีจุดสนใจแล้ว พยายามให้ผู้ตอบตอบตรงประเด็น

2.3 สัมภาษณ์แบบตะล่อมกล่อมเกลา (probe) โดยการซักถามที่ล้วงเอาส่วนลึกของความคิดออกมา ต้องใช้ความพยายามให้ผู้ตอบเล่าเรื่องทั้งหมดเป็นลักษณะคล้ายการสืบสวนของตำรวจ

2.4 สัมภาษณ์ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant interview) โดยกำหนดผู้ตอบเฉพาะเจาะจง เพราะผู้ตอบมีข้อมูลหรือความรู้กว้างขวาง

7.2 การวิเคราะห์สาระ (content analysis)

ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและแหล่งความรู้ต่างๆ เช่น สื่อ เว็บไซต์ เป็นต้น การวิเคราะห์สาระจึงได้นำเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการวิเคราะห์เอกสารต่างๆ เหล่านั้น เพื่อสามารถดึงสาระและประเด็นที่สำคัญ จากเอกสารหรือแหล่งข้อมูลดังกล่าว เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

การวิเคราะห์สาระเป็นเทคนิคหนึ่งของการวิจัยที่ใช้การบรรยายเนื้อหา เนื้อเรื่องที่สื่อความหมายได้อย่างมีระบบ ใช้ในการอ้างอิง มีความเป็นปรนัยและสามารถตีค่าเป็นตัวเลขได้ (อุมาพร จามรมาน, 2529)

7.3 การตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ในการนำเสนอแนวคิดและกระบวนการดำเนินงานใหม่ๆ หากไม่สามารถนำไปทดลองหรือปฏิบัติจริงเพื่อการประเมินความถูกต้องได้ สามารถหาวิธีได้โดยการตรวจสอบความเหมาะสมความเป็นไปได้ โดยวิธีอิงผู้ทรงคุณวุฒิ (พันธ์ศักดิ์ พลสารมัย, 2540) เป็นการประเมิน หรือการวิพากษ์วิจารณ์ทางการศึกษา หากอาศัยกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในศาสตร์สาขาวิชานั้นๆ ดิชม ให้ข้อเสนอแนะ ถือว่าน่าเชื่อถือและเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ (Conrad and Wilson, 1985)อ้างถึงใน อุไรพรรณ เจนวาณิชยานนท์, 2537)

การประชุมผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship)

การประชุมผู้ทรงคุณวุฒิจัดขึ้นเพื่อประเมินทางการศึกษา คือการวิพากษ์วิจารณ์ทางการศึกษานั้นเอง การวิพากษ์วิจารณ์ต้องอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิดิชม วิธีนี้นิยมใช้มากทางอุดมศึกษา และมีความเชื่อถือได้ เพราะถือว่าการตัดสินใจหรือการวิพากษ์วิจารณ์โดยกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ในศาสตร์สาขานั้นๆ หรือในวิชาชีพนั้นๆ อย่างดี เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ (Conrad and Wilson, 1985)

ตอนที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

8.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

บัญชา แสงหิรัญ (2004) ได้ศึกษาการวางยุทธศาสตร์ในการทำความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างชาติ โดยวิเคราะห์สาเหตุต่างๆ ที่สถาบันอุดมศึกษาไทยมีความจำเป็นในการค้นหาพันธมิตรกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ อาทิเช่น ยุคโลกาภิวัตน์ การเปิดเสรีการค้า การปฏิรูปการศึกษาในเศรษฐกิจฐานความรู้ และความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี และบทบาทของการมีพันธมิตรในระดับอุดมศึกษา ได้แก่ การสร้างเครือข่ายนานาชาติ โดยความร่วมมือทางวิชาการและเทคโนโลยี ด้านหลักสูตรแลกเปลี่ยนคณาจารย์ และนักศึกษา และข้อดีของการมีพันธมิตรร่วมกัน อาทิเช่น เป็นการลดความเสี่ยง แบ่งปันค่าใช้จ่าย สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในด้านหลักสูตร งานวิจัย และการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน และได้เสนอรูปแบบของความร่วมมือต่างๆ ได้แก่ สถาบันการศึกษาเดียวมีพันธมิตรทางธุรกิจหลายๆ ฝ่าย การทำหลักสูตรคู่กับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ (twinning Program) เป็นต้น และได้เสนอแนวทางในการบริหารจัดการความร่วมมือดังกล่าว

พรชัย มงคลวานิช และ La' szlo' Emery (2003) ได้วิเคราะห์มุมมองจากทวีปเอเชียที่มีต่ออุดมศึกษาในยุโรปว่า หากต้องการให้การศึกษามีส่วนทำให้เศรษฐกิจเจริญ และความเข้าใจอันดีระหว่างเอเชียและยุโรป ต้องใช้การบริหารองค์ความรู้ (knowledge management) ในการจัดการศึกษานานาชาติ นอกจากนี้ การศึกษาต้องมุ่งที่คุณภาพ โดยมีการรับรองมาตรฐานการโอนหน่วยกิตที่มีระบบที่ดี เช่น ของยุโรป (European Credit Transfer) และ UCTS (UMAP Credit Transfer System) และการใช้ภาษากลาง ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถไปศึกษาต่อในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธเนศ จิตสุทธิภากร (2547) ได้ทำงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การจัดการโปรแกรมนานาชาติของสถาบันอุดมศึกษาไทย เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและปัญหาปัจจัยความสำเร็จ และรูปแบบการจัดการโปรแกรมนานาชาติของสถาบันอุดมศึกษาไทย และได้นำเสนอกลยุทธ์ในการจัดการ จากผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของโปรแกรมนานาชาติสู่ความเป็นสากล มีองค์ประกอบด้วยกัน 6 ด้าน ได้แก่ 1) นักศึกษา 2) คณาจารย์ 3) กิจกรรมนานาชาติ 4) ทรัพยากรสนับสนุนในการเรียน ค้นคว้าหาข้อมูล 5) การบริหารจัดการ และ 6) หลักสูตรนานาชาติ ส่วนปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการโปรแกรมนานาชาติประกอบด้วย 13 ปัจจัย คือ 1) วิสัยทัศน์ 2) ภาวะความเป็นผู้นำ 3) ความคล่องตัวในการบริหาร 4) คุณภาพอาจารย์ 5) หลักสูตรทันสมัย 6) เว็บไซต์ที่ทันสมัย 7) การสื่อสารที่ดี 8) ประชาสัมพันธ์เชิงรุก 9) ใช้ทรัพยากรร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด 10) มีแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากภายนอก 11) ความมีชื่อเสียงของสถาบัน 12) ความสนใจร่วมกัน และ 13) การบอกต่อของศิษย์เก่า และด้านกลยุทธ์ในการจัด ผู้วิจัยพบว่า

ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) กลยุทธ์ในการรู้ความเป็นนานาชาติ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มความหลากหลายของนักศึกษาและคณาจารย์ กิจกรรมนานาชาติ การจัดสรรทรัพยากรที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อผู้เรียน ในการค้นคว้าหาข้อมูล การพัฒนาหลักสูตรให้มีความเป็นสากล 2) การบริหารจัดการกลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพของการแข่งขันให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน กลยุทธ์ในการสร้างความร่วมมือ และสร้างเอกลักษณ์ของเนื้อหาหลักสูตร นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนะในด้านการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในไทย โดยรัฐบาลตั้งแหล่งรวมศูนย์ข้อมูล (clearinghouse) และการบริการให้แก่ โปรแกรมนานาชาติ (service center)

8.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในต่างประเทศ โดยเฉพาะการเป็นศูนย์กลางการศึกษา เพื่อประกอบการวิจัยดังนี้

มูลนิธิ Ford (2000) ได้ทำงานวิจัย เรื่อง "ผลกระทบระดับโลกของการแข่งขันและโลกาภิวัตน์ในอุดมศึกษา" เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงในวงการอุดมศึกษาด้านนโยบาย และผลกระทบที่เกิดจากยุคโลกาภิวัตน์ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา ผู้วิจัยได้ข้อสรุปที่น่าสนใจว่า ทุกประเทศกำลังเผชิญความท้าทายในการศึกษา โดยเฉพาะการแข่งขันที่สูงขึ้น การศึกษาถือเป็นธุรกิจหรือสินค้าประเภทหนึ่ง นักศึกษา ถูกมองว่าเป็น "ลูกค้า" เช่น มหาวิทยาลัย Phoenix ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นบริษัทมหาชน หรือมหาวิทยาลัย Universitas 21 ในสิงคโปร์ เป็นการรวมทำธุรกิจระหว่างมหาวิทยาลัยชั้นนำ 17 แห่งจาก 9 ประเทศ และบริษัท IT ชั้นนำของสหรัฐอเมริกา Thomas Learning มหาวิทยาลัย Universitas 21 ตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2001 และเป็นมหาวิทยาลัย on-line นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยชั้นนำได้ขยายตลาดการศึกษาโดยเปิดสาขาในต่างประเทศ เช่น มหาวิทยาลัย Rice ในสหรัฐอเมริกา เปิดในประเทศเยอรมัน มหาวิทยาลัย R.M.I.T. ของออสเตรเลียเปิดสาขาในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และมหาวิทยาลัย Monash ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่ใหญ่ที่สุดในออสเตรเลีย เปิดสาขาในมาเลเซีย และแอฟริกาใต้ รวมทั้งเปิดหลักสูตรทางไกล 108 หลักสูตรด้วยกันแก่นักศึกษาจาก 80 ประเทศ

จากการที่เศรษฐกิจเปลี่ยนเป็นเศรษฐกิจฐานความรู้ (knowledge-based economy) รายงานวิจัยได้สรุปผลกระทบต่างๆ ที่มีต่ออุดมศึกษาทั่วโลกดังต่อไปนี้

1. ความรู้ถือเป็นส่วนสำคัญ ความรู้เปรียบเสมือนต้นทุนและแหล่งของความมั่งคั่งในปัจจุบัน และอนาคต ทำให้การศึกษาระดับอุดมศึกษามีความสำคัญและความจำเป็นมาก (World Bank, 2000) โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดี เพราะเศรษฐกิจ

ฐานความรู้ใช้เวลาพัฒนาน้อยกว่า ใช้ต้นทุนต่ำกว่าและโครงสร้างทางคมนาคมและระบบสื่อสารต่างๆ ที่น้อยกว่า

2. ใน 4 ทศวรรษที่ผ่านมา มีนักศึกษาเข้าเรียนระดับอุดมศึกษามากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศด้อยพัฒนาไม่มีสถาบันการศึกษารองรับเพียงพอกับความต้องการที่สูงขึ้น

3. เนื่องจากความต้องการดังกล่าวมีการตั้งสถาบันการศึกษาใหม่ๆ เกิดขึ้นในแต่ละประเทศ ซึ่งมองหากำไรจากนักศึกษา โดยเฉพาะสร้างความคิดค้นให้กับสถาบันที่มีอายุเก่าแก่กว่า ขนาดใหญ่กว่า และมักจะเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐเสียส่วนใหญ่ สถาบันการศึกษาเอกชนแห่งใหม่มีการดึงคณาจารย์และบุคลากรภาครัฐไปทำงาน นอกจากนี้ สถาบันเอกชนมีอิสระในการบริหารมากขึ้น ทำให้คุณภาพของการเรียนการสอนอาจจะไม่ได้คุณภาพ เพราะรัฐบาลไม่มีบุคลากรไปควบคุมเพียงพอและในขณะเดียวกันไม่มีงบประมาณเปิดมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งใหม่เพื่อรองรับการขยายตัวของนักศึกษา เช่น ในประเทศมาเลเซีย รัฐบาลเห็นการขยายตัวของสถาบันการศึกษาเป็นข้อได้เปรียบในการสร้างรายได้ให้กับประเทศชาติ โดยการออกนโยบายใหม่ รัฐบาลเพียงแต่ควบคุมให้สถาบันเอกชนบรรจุนโยบายเกี่ยวกับวัฒนธรรมมาเลยในหลักสูตร ควบคุมความเสมอภาคในการรับสมัครและการรับรองมาตรฐานแต่ไม่ควบคุมในด้านราคา

4. การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ทำให้ลักษณะการเรียนการสอนในอุดมศึกษาเปลี่ยนไป ทำให้เกิดมหาวิทยาลัยเสมือน (virtual university) มากขึ้น เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีมหาวิทยาลัยมากกว่า 1,000 แห่งที่เปิดหลักสูตร on-line นอกจากนี้การศึกษาทางไกล (web-based distance education) ก็เป็นปรากฏการณ์ใหม่ทำให้การแข่งขันในอุดมศึกษามีความรุนแรงยิ่งขึ้น

อีกประเด็นที่นักวิจัยสรุป ได้แก่ การที่ประเทศกำลังพัฒนาต่างๆ พยายามให้มหาวิทยาลัยมีความเป็นสากลมากขึ้น (internationalization) หรือเป็นหลักสูตรนานาชาติมากขึ้น เพราะต้องการให้มีความหลากหลายทางด้านหลักสูตร นักศึกษา และคณาจารย์ และสร้างรายได้มากขึ้น

งานวิจัยของ Coutourier (2003) เป็นการยืนยันว่าในยุคโลกาภิวัตน์ทำให้สถาบันการศึกษาเอกชนมุ่งแสวงหากำไรมากขึ้น รวมทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้ว และกำลังพัฒนาในรูปแบบต่างๆ เช่น การเปิดสาขาในต่างประเทศ การเป็นพันธมิตรกับมหาวิทยาลัยต่างชาติ และบริษัทข้ามชาติ การแฟรนไชส์มหาวิทยาลัย การรับสมัครนักศึกษาต่างชาติ การแลกเปลี่ยนคณาจารย์ และการรวมตัวของมหาวิทยาลัย เพื่อเปิดหลักสูตร on-line เพราะขณะนี้ มีนักศึกษา 88 ล้านคนทั่วโลก ขึ้นเป็นจำนวน 300% เมื่อเทียบกับ 30 ปีที่แล้ว นักลงทุนได้คาดการณ์ว่า ภายใน ค.ศ. 2025 จะมีนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา 160 ล้านคน และมีแนวโน้มว่าจะมี 45 ล้านคนเรียนระบบ on-line อันจะส่งผลให้ธุรกิจการศึกษายังเติบโตรวดเร็วขึ้นทั่วโลก โดยเฉพาะในแถบเอเชีย ในปี ค.ศ. 2002 มีนักศึกษา 17 ล้านคน และคาดว่าจะมีถึงจำนวน

87 ล้านคนในเอเชียภายในปี 2025 ทำให้มีการตั้งสถาบันการศึกษาเอกชนมากขึ้น เช่น ในมาเลเซีย ในปี ค.ศ. 1992 มีเพียง 156 แห่ง แต่ภายในปี ค.ศ. 1999 มีถึง 564 แห่ง มีนักศึกษาเรียน 15,000 คนในปี ค.ศ. 1985 แต่ปี ค.ศ. 1995 มีถึง 127,594 คน เพราะรัฐบาลมาเลเซียพยายามลดงบประมาณในการเปิดมหาวิทยาลัยของรัฐเอง ปรากฏการณ์นี้มีทั่วโลก เช่น ในซิลี อูรุกวัย อินเดียว สาธารณรัฐประชาชนจีน สิงคโปร์ ฮองกง รัฐบาลสิงคโปร์มีนโยบายให้มีมหาวิทยาลัยของรัฐเพียง 3 แห่ง คงเดิม แต่ส่งเสริมให้เอกชนเปิดมหาวิทยาลัยมากขึ้น โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยต่างชาติ ในประเทศมาเลเซียรัฐบาลได้เปลี่ยนนโยบายการศึกษาให้มหาวิทยาลัยต่างชาติเปิดสาขาในประเทศของตนโดยไม่จำกัดจำนวนเพื่อ "เปิดตลาดเสรีในการศึกษาภาคเอกชน"

Schneider (2000) ได้ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ของประเทศผู้นำตะวันตก ด้านการดึงดูดนักศึกษาต่างชาติ ได้แก่ อังกฤษ ออสเตรเลีย และแคนาดา โดยเปรียบเทียบกับสหรัฐอเมริกา Schneider พบว่าประเทศทั้งสาม ได้ปรับนโยบายด้านการค้า การศึกษา และการต่างประเทศ เพื่อขยายธุรกิจการศึกษาในประเทศเป้าหมาย โดยเฉพาะอังกฤษ รัฐบาลภายใต้นายกรัฐมนตรี Tony Blair ได้ประกาศนโยบายด้านการขยายตลาดการศึกษาในต่างประเทศ และพัฒนางานกลยุทธ์ร่วมกับภาคเอกชนในการดึงดูดนักศึกษาต่างชาติ โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน และทำการวิเคราะห์ตลาดศักยภาพของประเทศ และผลประโยชน์ที่จะได้รับ ในขณะที่ออสเตรเลียได้ใช้ระบบสารสนเทศในการประชาสัมพันธ์การศึกษานานาชาติ ด้วยการสร้าง "การซื้อครบวงจร" (one-stop-shopping) บน Website ให้ความสะดวกนักศึกษาต่างชาติด้านข้อมูลการเรียน การขอวีซ่า และมีการเชื่อมโยง (link) กับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการต่างประเทศ และกองตรวจคนเข้าเมือง นอกจากนี้ ประเทศแคนาดา ออสเตรเลีย และประเทศอังกฤษ ได้ทุ่มงบประมาณของรัฐในการให้ความช่วยเหลือด้านการศึกษาในประเทศเป้าหมาย โดยเฉพาะอังกฤษในช่วง ปี ค.ศ. 2000 – 2003 รัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณจำนวน 400 ล้านบาท นอกจากนี้รายงานวิจัยได้สรุปกลยุทธ์ให้แก่รัฐบาลสหรัฐอเมริกาในการปรับปรุงการขยายตลาดการศึกษาในต่างประเทศ

Marginson (2004) ได้ศึกษาเรื่อง "การตลาดในอุดมศึกษา การแข่งขันในระดับชาติและระดับโลก" ในออสเตรเลียและประเทศอื่นๆ ซึ่ง การศึกษาถือเป็นสินค้าอย่างหนึ่ง บางประเทศเป็นทั้งผู้ส่งออกและผู้นำเข้าในเวลาเดียวกัน เช่น ญี่ปุ่น ถึงแม้สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำด้านการศึกษานานาชาติ แต่ประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ใช้หลักการการค้า (entrepreneurship) มากกว่าสหรัฐอเมริกา เยอรมัน และญี่ปุ่น ซึ่งรัฐบาลให้เงินอุดหนุนเป็นส่วนใหญ่ Marginson ได้สรุปปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศออสเตรเลียประสบความสำเร็จในกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ การมีประสบการณ์ 30 ปี ในการให้การศึกษานานาชาตินี้ด้วยการมอบทุนภายใต้ชื่อ Colombo Plan ให้ นักศึกษาต่างชาติ และในปลายปี ค.ศ. 1980 รัฐบาลออสเตรเลียได้ประสานงานการตลาดและประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยของตนผ่านศูนย์การศึกษาประจำสถานทูตออสเตรเลียในเมืองหลวง

ต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ภาพพจน์ของมหาวิทยาลัยดี และมีคุณภาพ การออกวีซ่าให้นักศึกษาต่างชาติให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ทำให้ชื่อเสียงของประเทศ เพราะใกล้กว่าสหรัฐอเมริกาหรืออังกฤษ ทำให้ประหยัดค่าเดินทางและค่าเล่าเรียนที่ถูกกว่า

Gasser (2004) ได้ทำงานวิจัยด้าน "การส่งเสริมตลาดการศึกษาของออสเตรเลียสู่เวทีโลก" โดยศึกษาจำนวนนักศึกษาต่างชาติช่วงปี ค.ศ. 2001-2003 พบว่าในช่วงดังกล่าวเพียง 3 ปี จำนวนนักศึกษาขึ้นมาถึง 2 เท่า ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13 จำนวนนักศึกษาต่างชาติในออสเตรเลีย

ปี ค.ศ.	จำนวนนักศึกษาต่างชาติ
2001	112,324
2002	185,058
2003	210,397

แหล่งที่มา : Gasser, 2004

การที่มีนักศึกษาต่างชาติเข้ามามีผลดีต่อประเทศในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจการศึกษาทำให้เศรษฐกิจออสเตรเลียเติบโต โดยเป็นสินค้าส่งออกอันดับที่ 4 มีมูลค่า 5 หมื่นล้านบาท และทำให้ธุรกิจอื่นๆ ของออสเตรเลียเจริญไปด้วย เช่น การท่องเที่ยว การให้เช่าที่อยู่อาศัย เป็นต้น
2. ทำให้คุณภาพการศึกษาของออสเตรเลียสูงขึ้น เพราะทุกมหาวิทยาลัยแข่งกันปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอน งานวิจัย การบริหารให้มีความเป็นสากลและประสิทธิภาพมากขึ้น
3. ทำให้สังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะในมหาวิทยาลัยเปลี่ยนแปลง มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน
4. ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของออสเตรเลียดีขึ้น Haung (2003) ได้วิจัยระบบอุดมศึกษาข้ามชาติ (transnational higher education)

ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้พบปรากฏการณ์ที่คล้ายคลึงกันกับในประเทศสิงคโปร์ มาเลเซียและไทย โดยรัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ออกกฎหมายปฏิรูปการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ในปี ค.ศ.2002 อนุญาตให้สถาบันเอกชนทุกระดับร่วมกันดำเนินการได้ รวมทั้งอนุญาตให้ทำความร่วมมือกับสถาบันต่างชาติในการขยายเปิดหลักสูตรปริญญาและสถาบันต่างชาติก็สามารถเปิดสาขาเองได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สำรวจพบว่า ในปี ค.ศ. 1997 นักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมทั้งสถาบันการศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนได้หันความสนใจจากประเทศ

อเมริกาไปยังประเทศออสเตรเลียและฮ่องกง และ 2 ประเทศนี้จะครองส่วนการแบ่งตลาดการศึกษาได้มากที่สุด

งานวิจัยของธนาคารโลก โดย Marjorie Peace Lenn (2004) เรื่อง การประกันคุณภาพและการรับรองมาตรฐานอุดมศึกษาในเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก พบว่า รัฐบาลประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ ต้องการขยายการศึกษานานาชาติในประเทศของตน และได้มีการแก้ไขกฎหมายเพื่อให้ภาคเอกชนและสถาบันต่างประเทศเข้ามาลงทุนในอุดมศึกษา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว การรับรองมาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษาในประเทศ และระดับภูมิภาคเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก เพราะการศึกษาที่มีคุณภาพสูง และเศรษฐกิจในประเทศที่รุ่งเรือง เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด การดึงดูดนักศึกษาและนักวิชาการเข้าประเทศ จะทำได้มากขึ้น หากสถาบันการศึกษาปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอน

Sanderson (2002) ได้ศึกษาพัฒนาการของการศึกษานานาชาติในประเทศสิงคโปร์ และพบว่า สิงคโปร์มีแรงจูงใจให้นักศึกษาต่างชาติ เข้าไปศึกษาต่อในประเทศสิงคโปร์ ได้แก่ ค่าเล่าเรียนที่มีอัตราเหมาะสม นักศึกษาต่างชาติเสียแพงกว่านักศึกษาสิงคโปร์เพียง 10% และรัฐบาลสิงคโปร์ให้เงินอุดหนุนการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติถึงปีละ \$ 130 ล้าน หรือประมาณ 5,200 ล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ ข้อจูงใจพิเศษอีกประการหนึ่งได้แก่ การให้นักศึกษาทุนเหล่านี้สามารถทำงานใช้ทุนได้เป็นเวลา 3 ปี โดยสามารถทำงานสาขาอื่นที่ไม่ได้จบก็ได้ นับว่าเป็นการลงทุนระยะยาวของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจยุคโลกาภิวัตน์ เพราะนอกจากจะได้แรงงานที่มีคุณภาพแล้ว ยังได้สร้างเครือข่ายในด้านธุรกิจกับบัณฑิตต่างชาติเหล่านี้ด้วย นอกจากนี้รัฐบาลยังผลักดันให้มหาวิทยาลัยชั้นนำของสิงคโปร์ เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลก (world class university) ด้วยการให้ทุนอุดหนุนการศึกษานานาชาติ และการจ้างที่งานผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศ ในปี ค.ศ. 1997 ซึ่งได้แนะนำให้ดึงดูดนักศึกษาต่างชาติที่ดีเด่น (top talent) เป็นจำนวนอย่างน้อย 20% ของนักศึกษาทั้งหมด เพื่อยกระดับของมหาวิทยาลัยในสิงคโปร์ จะทำให้สิงคโปร์เป็นคู่แข่งรายใหม่ที่ล้ำค่าสำหรับประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และอังกฤษ ใน 10 ปีข้างหน้า นอกจากนี้ได้มีการสรุปจุดแข็งของประเทศสิงคโปร์ในการเป็นศูนย์กลางการศึกษา 14 ประการด้วยกัน ได้แก่ การมีมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพสูง มีงานวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยชั้นนำในตะวันตกและอุทยานวิทยาศาสตร์แห่งชาติ การใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลาง มีการเมืองเศรษฐกิจที่มั่นคง และสังคมที่ปลอดภัย โอกาสได้งานหลังจบการศึกษา เป็นต้น

Hosie และ Mazzarol (1999) ได้สำรวจสถาบันการศึกษา 315 แห่งใน 5 ประเทศ ซึ่งส่งออกธุรกิจการศึกษา พบว่า การใช้ระบบไอทีที่ส่งเสริมให้ธุรกิจการบริหารและการเรียนการสอนสามารถขยายตลาดการศึกษาในต่างประเทศได้อย่างดีเยี่ยม โดยเฉพาะในการสอนด้าน

บริหารธุรกิจระดับปริญญาโท เป็นมหาวิทยาลัยธุรกิจเสมือน (virtual business university) ต้องลงทุนทั้งด้านอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ เพื่อรองรับความต้องการด้านการสื่อสารของลูกค้า

สรุปงานวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการศึกษานานาชาติของไทยและต่างประเทศ สรุปได้ว่า มีรูปแบบและกลยุทธ์ที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่เน้นการประชาสัมพันธ์ และการตลาดเชิงรุก การแข่งขันด้านราคา และชื่อเสียง (prestige) โดยมองการศึกษาเป็นธุรกิจ และเป็นการแสวงรายได้ให้กับประเทศชาติ อันส่งผลให้เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศดีขึ้น มีการพัฒนาความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างชาติมากยิ่งขึ้น การปรับปรุงคุณภาพให้มีความเป็นสากล และการประกันคุณภาพหลักสูตร เพื่อดึงดูดนักศึกษาต่างชาติ การใช้ระบบสารสนเทศในการบริหารจัดการ และการประชาสัมพันธ์สถาบัน ในแนวความคิดของรัฐบาลต่างประเทศ เช่น ประเทศออสเตรเลีย สิงคโปร์ และมาเลเซีย ให้ความสำคัญของการส่งเสริมการศึกษานานาชาติเป็นอย่างยิ่ง โดยต่างมุ่งหวังเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาค และให้ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับสถาบันของรัฐและเอกชน โดยผลักดันกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการออกวีซ่าให้นักศึกษาต่างชาติ การอนุญาตให้สถาบันต่างชาติเปิดสาขาในประเทศของตน การให้เงินอุดหนุน และทุนแก่นักศึกษาต่างชาติ รวมทั้งการจัดหางานให้ทำเมื่อสำเร็จการศึกษา สำคัญอย่างยิ่งกว่านั้น ทั้ง 3 ประเทศดังกล่าว รัฐบาลได้จัดตั้งหน่วยงานเฉพาะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์หลักสูตรต่างๆ ของสถาบันทั้งรัฐและเอกชน มีการบริการนักศึกษาต่างชาติแบบครบวงจร และมีการเปิดสาขาในประเทศเป้าหมาย และใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยตั้งอยู่ในสถานทูตหรือสถานกงสุลของตนในประเทศเป้าหมาย และมีการเปิดเว็บไซต์โดยรัฐบาลให้เงินสนับสนุน เพื่อประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวางทั่วโลก

ในแนวความคิดของรัฐบาลไทยถึงแม้ประกาศว่าจะเป็ศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคแล้วก็ตาม แต่ยังไม่ปรากฏนโยบายที่เด่นชัดในการส่งเสริมการศึกษานานาชาติ ประเทศไทยไม่มีหน่วยงานเฉพาะของรัฐที่ทำหน้าที่ประสานงานการประชาสัมพันธ์สถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนเองมีน้อยมาก เป็นลักษณะต่างคนต่างทำ และแข่งขันกันเอง มหาวิทยาลัยเอกชนที่มีหลักสูตรนานาชาติและต้องการดึงดูดนักศึกษาต่างชาติ ต้องทำการตลาดโดยลำพัง มีเพียง 2 หน่วยงานของรัฐที่ส่งเสริมการศึกษานานาชาติในภาพรวม ได้แก่ สำนักงานยุทธศาสตร์ อุดมศึกษาต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และกองทุนธุรกิจบริการของกระทรวงพาณิชย์ การจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมในต่างประเทศมีน้อยมาก และไม่มีสาขารองรับในต่างประเทศเช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ