

ชื่อเรื่อง : กลยุทธ์การตลาดที่ประสบผลสำเร็จของโรงเรียนอนุบาลเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน : นายจรินทร์ วงศ์ขวณะ,นางมาลินี สกฤทธิเชษฐรัตน์,
นางวารินทร์ หุ่นดี,นางสาวศรีประไพ พลนิล, นางสันทนา พรยืนยง

ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา เจริญศรี

ประเภทสารนิพนธ์ : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง กศ.ม. (การบริหารการศึกษา)
มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2546

บทคัดย่อ

1) เพื่อศึกษาถึงการนำกลยุทธ์การตลาดที่ประสบผลสำเร็จของโรงเรียนอนุบาลเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้บริหารโรงเรียน 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารว่า กลยุทธ์
การตลาดใดมีความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงลำดับความสำคัญ 3) เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็น
ของผู้ปกครองต่อสิ่งที่โรงเรียนควรปฏิบัติ 4) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยที่ผู้ปกครองเห็นว่าสำคัญที่สุดโดย
เรียงลำดับความสำคัญที่ส่งผลให้น่าบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนแห่งนั้น

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริหารโรงเรียน ได้แก่ ผู้รับใบอนุญาต/
ผู้จัดการ/ครูใหญ่ในโรงเรียนอนุบาลเอกชนที่ประสบผลสำเร็จ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งสิ้น
106 โรงเรียน คณะผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่าง 75% คิดเป็น 80 โรงเรียน ได้รับแบบสอบถาม
กลับคืนมา 56 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 70 ในการวิเคราะห์ได้นำกลยุทธ์ทางการตลาด
4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ซึ่งทาง
โรงเรียนได้นำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ คณะผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ตาม
จุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยที่ได้กำหนดไว้เป็นขั้นตอน ดังนี้ 1) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของ
แบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา และใส่รหัสทุกฉบับ 2) นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนน
3) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (statistical package for
the social science) 4) วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อสรุปประเด็น

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สิ่งที่ผู้บริหารโรงเรียนส่วนใหญ่ปฏิบัติซึ่งสอดคล้องกับผู้ปกครอง
ส่วนใหญ่เห็นว่าควรปฏิบัติ มีดังนี้ คือ โรงเรียนจัดการเรียนการสอนโดยเน้นทั้งวิชาการและ
เตรียมความพร้อม นักเรียนมีการบ้านทุกวัน การวัดและการประเมินผลมีช่วงกลางเทอมและ
ปลายเทอม แล้วรายงานผลให้ผู้ปกครองทราบ การจัดห้องกิจกรรมพิเศษแยกห้องเป็นราย
กิจกรรม กิจกรรมเสริมพิเศษ เช่น กิจกรรมวันสำคัญ กีฬา ทัศนศึกษา คอมพิวเตอร์ การแสดง
บริเวณโรงเรียนมีความปลอดภัยและสะอาดเรียบร้อย การกำหนดค่าธรรมเนียมคำนึงถึงคุณภาพ

ค่าธรรมเนียมต่อปีน้อยกว่า 25,000 บาท และสามารถผ่อนชำระได้หากเดือดร้อนหรือจำเป็น
การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณา แผ่นพับ จดหมาย การประชุมผู้ปกครอง และมีกิจกรรมร่วม
ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครองและนักเรียน

ทั้งนี้จากผลการศึกษาวิจัยเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารต่อบัณฑิตที่มีผลให้
นักเรียนเพิ่มขึ้น กับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อบัณฑิตในการที่นำบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียน
โดยเรียงลำดับความสำคัญ 7 อันดับแรกดังตารางต่อไปนี้

ปัจจัย	ลำดับความสำคัญ	
	ผู้บริหาร	ผู้ปกครอง
- ครูอาจารย์มีประสบการณ์ในการสอนและเอาใจใส่นักเรียน อย่างดี	1	1
- นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดี	2	4
- โรงเรียนได้ผ่านการประเมินมาตรฐานและ/หรือได้รับเป็นโรงเรียน พระราชทานและ/หรือโรงเรียนมีชื่อเสียงดี	3	3
- มีบริการรถรับ-ส่ง การคมนาคมสะดวก	4	14
- บรรยากาศโรงเรียนร่มรื่น สภาพแวดล้อมบริเวณใกล้เคียง โรงเรียนดี	5	6
- โรงเรียนตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงานผู้ปกครอง	6	2
- โรงเรียนสอนสองภาษา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)	7	5

Title : Achieved Marketing Strategies of Private Kindergarten
Schools of Bangkok Area

Researcher Team : Mr.Jarin Vongchavana, Mrs. Malinee Skulpichetrut,
Mrs. Warin Hoonddee, Miss Sriprapai Ponnin,
Mrs. Santhana Pornyuenyong

Advisor : Assoc. Prof. Dr. Kanchana Ngoarangsri

Type of literary work : Independent study for the Master of Education Degree
in Educational Administration, Naresuan University, 2003.

Abstract

The objective of this study consisted of 4 main points as follows :

1) To study the school administrators' usage of the successful marketing strategies for private kindergarten schools of Bangkok area. 2) To study the school administrators' opinion of ranking the priority of the marketing strategies. 3) To study the parents' opinion about what the school should be done. 4) To study the parents' ranking the priority about sending their children to the kindergarten school.

The samplings were selected from 106 successful private kindergarten schools. The randomization of 75% from the population turned out to be 80 schools for the study. The questionnaire from 56 schools, equivalent to 70%, were returned to be analysed. The four marketing strategies were applied to school management systems : product, price, place and promotion. The study covered analysis procedure that met the objectives. The following steps were carried out : 1) Checking the completeness of the returned questionnaire. 2) Coding the questionnaire. 3) Analyzing by applying program SPSS/PC-. 4) Content analysis and conclusion.

The findings from this study showed that the school administrators' and the parents agreed on implementation process in 9 folds : school teaching policy emphasized on both academic and student's preparation, assignment everyday, the assessment made during midterm and end of term then reported to the parents, extra curriculum activities arranged in the separate activities room, safe and neat school surrounding, school's fee suitable with the quality, school's fee per year less than

Baht 25,000 and able to be paid by installment, school promotion made by commercial bill board, leaflet, letter and parents' meeting, activities participated among school parents and students.

As well, from the study, the first 7 items ranked by the school administrators were presented in the chart below in comparison with that of parents':

Items	Ranked by	
	Administrators	Parents
- Teacher handled classes with experience and good care.	1	1
- Achievement of students.	2	4
- School passed the government's standard assessment / got well reputation.	3	3
- Good transportation service	4	14
- Good environment preparation and management.	5	6
- School near parents, house / working place	6	2
- Being bilingual school	7	5