

หัวข้อวิทยานิพนธ์	วิเคราะห์การสื่อสารการตลาดโรงเรียนอนุบาลเอกชน
ชื่อผู้เขียน	โสภิตา ปานสุวรรณ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.พัฒนพงศ์ จาติเกตุ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ สื่อสารการตลาด
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารการตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และเพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการนำแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มาใช้ในโรงเรียนอนุบาลเอกชน กลุ่มตัวอย่างโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้จากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ 1. โรงเรียนอนุบาลกุ๊กไก่ 2. โรงเรียนอนุบาลเด่นสยาม 3. โรงเรียนทับทอง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงเรียนนั้นประกอบด้วยผู้บริหาร จำนวน 1 คน ผู้ปฏิบัติงานทางด้านการสื่อสารการตลาด จำนวน 1 คน และผู้ปกครองจำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือการสัมภาษณ์แบบมีกรอบคำถามปลายเปิดและปิดทั้งในส่วนของผู้บริหารการสื่อสาร ผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาด และผู้ปกครองของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ผลการศึกษาพบว่า โรงเรียนอนุบาลเอกชนมีการเตรียมการเพื่อการสื่อสารการตลาดโดยมีการทบทวนการตลาดให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ นโยบายและวิสัยทัศน์ของโรงเรียนที่ได้ตั้งไว้ มีการประเมินสภาพแวดล้อม เช่นการวิเคราะห์คู่แข่งโดยวิธีการวิเคราะห์จุดแข็งและข้อจำกัด (SWOT Analysis) ซึ่งโรงเรียนอนุบาลเอกชนทั้ง 3 แห่งมีจุดแข็งหรือจุดเด่นและข้อจำกัด ที่แตกต่างกัน มีการวางแผนเพื่อการนำการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมาในการประชาสัมพันธ์ โดยพบว่าส่วนใหญ่จะมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์โรงเรียน ป้ายโฆษณา การจัดกิจกรรมโรงเรียน วารสารโรงเรียนและสิ่งพิมพ์ต่างๆ และมีการประเมินผลจากการได้้นำการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมาในการประชาสัมพันธ์ โดยมีการประชุมผู้ปกครองเพื่อปรึกษาหารือการดำเนินการในกิจกรรมต่างๆของโรงเรียน หรือให้ผู้ปกครองตอบแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจด้านต่างๆของโรงเรียน และยังพบว่าโรงเรียนอนุบาลเอกชนทั้ง 3 แห่งนั้นมีปัญหาการดำเนินงานทั้งปัญหาคุกคามจากภายนอก (Threats) และปัญหาภายในองค์กร (Weakness) ซึ่งปัญหาคุกคามจากภายนอก คือส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าการแข่งขันทางการตลาดสูง ต้องต่อสู้กับ

คู่แข่งทั้งที่เป็นโรงเรียนอนุบาลรัฐบาลและโรงเรียนอนุบาลเอกชนด้วยกัน ส่วนปัญหาในองค์กร เช่น ทีมบริหารที่ไม่แข็งแรง เงินทุนสนับสนุนการบริหารการตลาดไม่เพียงพอ

Thesis Title	Marketing Communications of Private Kindergartens Analysis
Author	Sopida Pansuwan
Thesis Advisor	Dr. Phatanaphongse Chatiketu
Department	Communication Arts
Academic Year	2012

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the marketing communications of private kindergartens process and study problem and for the use of integrated marketing communications in private kindergartens. Samples are private kindergartens in Bangkok, Which is derived from specific selection (Purposive Sampling) such as Kukai kindergarten, Den Siam kindergarten and Tubtong kindergarten, Which include an administrator, a marketing officer and 15 parent's student in private kindergartens. Tools for study are interview and open-ended questionnaire.

The result is The private kindergartens are prepare for marketing communications such as review of the marketing to suit the purpose, policies and vision of the school, assessment environment such as competitor analysis by using SWOT Analysis, Then found that the private kindergartens has different strange and limitation and most of the planning for the implementation of integrated marketing communications in public relations. It was found that most of the releases for various channels. such as the school's website, advertising, activity in school, journal of school and various publications and evaluation of the leading integrated marketing communications in public relations sush as parent meetings to discuss the implementation of the various activities of the school or the parent are respondents in the questionnaire for evaluate the satisfaction of the school. It also found that the private kindergartens have problems from the marketing process is the threats, Which most commented that the highly competitive market to fight against both the government and private kindergarten kindergarten together and the limitation are weak management team and funding management for marketing communications is not enough.