

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

การศึกษาเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้ขึ้นเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่ สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ซึ่งในกระบวนการเรียนรู้ต้องมุ่ง ปลุกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเมืองการปกครอง ในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รู้จักรักษาและส่งเสริมสิทธิหน้าที่ เสรีภาพ ความเคารพ กฎหมาย ความเสมอภาค และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์มีความภาคภูมิใจ ในความเป็นไทย รู้จักรักษาผลประโยชน์ส่วนรวมและของประเทศชาติ รวมทั้งส่งเสริมศาสนา ศิลปวัฒนธรรมของชาติ การกีฬา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และความรู้อันเป็นสากล ตลอดจนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความสามารถในการประกอบอาชีพ รู้จักพึ่งตนเอง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใฝ่รู้และเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดการศึกษาให้ยึดหลัก 3 ประการ คือ เป็นการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับประชาชน ให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และพัฒนาสาระรวมทั้ง กระบวนการเรียนรู้ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องสำหรับการจัดระบบโครงสร้าง และกระบวนการจัดการศึกษาให้ยึดหลักตาม พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545) ดังนี้

1. มีเอกภาพด้านนโยบาย และมีความหลากหลายในการปฏิบัติ
2. มีการกระจายอำนาจไปสู่เขตพื้นที่การศึกษา สถานศึกษา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
3. มีการกำหนดมาตรฐานการศึกษา และจัดระบบประกันคุณภาพการศึกษาทุกระดับ และประเภทการศึกษา
4. มีหลักการส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา และการพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

5. ระดมทรัพยากรจากแหล่งต่าง ๆ มาใช้ในการจัดการศึกษา

6. การมีส่วนร่วมของบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น

จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ากระบวนการจัดการศึกษาดังกล่าวมีจุดประสงค์เพื่อการบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชน ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545) ดังนี้

มาตรา 43 ให้มีความเป็นอิสระในการกำกับ ติดตาม การประเมินคุณภาพ และมาตรฐานการศึกษาจากรัฐ และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐ

มาตรา 44 เป็นนิติบุคคล และประกอบด้วยคณะกรรมการบริหาร ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้รับใบอนุญาต ผู้แทนผู้ปกครอง องค์กรชุมชน ครู ศิษย์เก่าและผู้ทรงคุณวุฒิ สำหรับจำนวน กรรมการ คุณสมบัติ หลักเกณฑ์ วิธีการสรรหาการเลือกประธาน และกรรมการ วาระการดำรงตำแหน่งและพ้นจากตำแหน่งให้เป็นไปตามกฎกระทรวง

มาตรา 45 จัดการศึกษาได้ทุกระดับและทุกประเภท ตามที่กฎหมายกำหนดโดยรัฐ กำหนด นโยบาย และมาตรการที่ชัดเจน

มาตรา 46 รัฐต้องสนับสนุนด้านเงินอุดหนุน การลดหย่อน หรือยกเว้นภาษี สิทธิประโยชน์อื่นตามความเหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนด้านวิชาการให้สามารถพึ่งตนเองได้

การศึกษาเอกชนได้แสดงบทบาทอันสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาประเทศชาติ โดยเฉพาะการจัดการศึกษาในยุคแรก ๆ ประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง เป็นที่นิยมของผู้ปกครองและผู้เรียนเป็นอันมาก มีนักเรียนมาเรียนในโรงเรียนเอกชนมากมาย นับตั้งแต่เจ้านายชั้นสูงลงมาจนถึงบุคคลธรรมดา นักเรียนที่สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนเอกชนได้มีส่วนร่วม และมีบทบาทอย่างสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติตลอดเวลา โดยเฉพาะการจัดการศึกษาระดับอนุบาล

การจัดการศึกษาระดับอนุบาล เป็นการจัดการศึกษาสำหรับเด็กอายุ 3 – 5 ปี มีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เด็กมีพัฒนาการที่เหมาะสมกับวัย ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา โดยมีลักษณะพึงประสงค์ ดังที่กระทรวงศึกษาธิการ (2540 : 31) ระบุไว้ว่า

1. ร่างกายเจริญเติบโตตามวัย และมีสุขนิสัยที่ดี

2. กล้ามเนื้อใหญ่และกล้ามเนื้อเล็กแข็งแรง ใช้ได้อย่างคล่องแคล่วและประสานสัมพันธ์กัน

3. มีสุขภาพจิตดี และมีความสุข
4. มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจิตใจที่ดีงาม
5. ชื่นชมและแสดงออกทางศิลปะ ดนตรี การเคลื่อนไหว และรักการออกกำลังกาย
6. ช่วยเหลือตนเองได้เหมาะสมกับวัย
7. รักธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และความเป็นไทย
8. อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และปฏิบัติตนเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมใน

ระบอบ ประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

9. ใช้ภาษาสื่อสารได้เหมาะสมกับวัย
10. มีความสามารถในการคิดและการแก้ปัญหาได้เหมาะสมกับวัย
11. มีจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์
12. มีเจตคติที่ดีต่อการเรียนรู้ และมีทักษะในการแสวงหาความรู้

การจัดการศึกษาของโรงเรียนอนุบาล เพื่อให้ให้นักเรียนมีคุณภาพดังกล่าว จึงควรครอบคลุม ภารกิจของโรงเรียนในทุกด้าน ที่สามารถทำให้ผู้เรียนมีคุณภาพ ลักษณะหรือคุณสมบัติตามที่หลักสูตรของการศึกษากำหนดไว้ รวมทั้ง มีความสอดคล้องกับความต้องการของสังคม ซึ่งคุณภาพ ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนที่พึงประสงค์ โดยมีหลักการและแนวคิด ดังนี้ (กรณีการ ศึกษาคง และคนอื่น ๆ. ม.ป.ป. : 1-14)

1. โรงเรียนเอกชนเป็นองค์กรทางสังคมองค์กรหนึ่ง มีภาระหน้าที่ให้บริการทางการศึกษา ซึ่งควรจะได้รับผิดชอบทั้งด้านคุณภาพและประสิทธิภาพของบริการดังกล่าวที่ตนจัด เพราะการศึกษา ถือกันว่าเป็นบริการสินค้าสาธารณะ (Public Goods) ที่มีผลทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อผู้รับบริการและสังคมโดยรวม ดังนั้น โรงเรียนเอกชนที่ดีควรจะเป็นโรงเรียนที่สามารถให้บริการทางการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การศึกษาที่มีคุณภาพ หรือคุณภาพการศึกษา หมายถึง การบรรลุผลในการสร้างหรือพัฒนาพฤติกรรมความเป็นคนที่สมบูรณ์ทุกด้านให้แก่บุคคล ทั้งนี้ สืบเนื่องมาจากความเชื่อที่ว่า การศึกษาคือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

3. การทำภารกิจจัดการศึกษาของโรงเรียนเป็นการทำงานเชิงระบบ คือ มีตัวป้อน เช่น ผู้เรียน บุคลากรและวัสดุอุปกรณ์อื่น ๆ มีกระบวนการที่เป็นการประสานสัมพันธ์ระหว่าง ตัวป้อนต่าง ๆ ให้เกิดการทำงานที่เรียกว่าการจัดการเรียนการสอน และการบริหาร

งานอื่น ๆ ในโรงเรียน เพื่อไปสู่เป้าหมายขององค์กร และมีผลผลิต เช่น การเรียนรู้หรือพัฒนาการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้เรียน เป็นต้น ฉะนั้น คุณภาพของโรงเรียนจึงน่าจะต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น

สัดส่วนของโรงเรียนเอกชน และโรงเรียนรัฐบาลในระดับต่าง ๆ ปีการศึกษา 2548 มีดังนี้ (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2549 : <http://www.moe.go.th>)

ก่อนประถมศึกษา	22 : 78
ประถมศึกษา	14 : 86
มัธยมศึกษาตอนต้น	10 : 90
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ประเภทสามัญศึกษา)	10 : 90
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ประเภทอาชีวศึกษา)	28 : 72
อุดมศึกษา (ประเภทอาชีวศึกษา)	38 : 62
ประเภทสาขาอื่น ๆ	0 : 100

เห็นได้ว่าสัดส่วนของโรงเรียนก่อนประถมศึกษา หรือ โรงเรียนอนุบาลเอกชนต่อโรงเรียน รัฐบาลมีสัดส่วนสูงเป็นอันดับ 3 รองจากอุดมศึกษา (ประเภทอาชีวศึกษา) และมัธยมศึกษาตอนปลาย (ประเภทอาชีวศึกษา) แต่อย่างไรก็ตามการจัดการศึกษาในปัจจุบันพบว่ามีปัญหาอยู่มาก คือ ครูจัดการเรียนการสอนไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยเฉพาะด้านการศึกษาระดับอนุบาลที่มี หลักการและวิธีการแตกต่างจากการสอนในระดับอื่น ๆ ปัญหาที่พบ เช่น ยังมีครูบางโรงเรียนจัดประสบการณ์ความพร้อมให้เด็กเพียงต้องการให้เด็ก อ่านออกเขียนได้ เป็นต้น

สภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนของครูอนุบาลในโรงเรียนเอกชนมีมากกว่า เพราะครูมีความกดดันในการทำงาน เนื่องจากมีปัจจัยหลายด้านเป็นตัวกำหนดทิศทางการทำงานของครู เช่น ด้านความต้องการของผู้ปกครอง เพราะโรงเรียนเอกชนต้องคำนึงถึงรายได้และความพอใจของผู้ปกครองเป็นเรื่องสำคัญ ด้านการยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ นั้น เนื่องจากระยะหลังนี้การจัดการศึกษาในระดับอนุบาลได้เกิดนวัตกรรมทางการเรียนการสอนขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้ครูต้องปรับตัวและปรับความเชื่อ ด้านการปฏิบัติตามนโยบายของหน่วยงานต้นสังกัด เนื่องจากนโยบายต้องทำความเข้าใจให้ถูกต้องเพื่อดำเนินการ และด้านการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตร การจัดประสบการณ์ระดับอนุบาล พ.ศ. 2540 ซึ่งมีลักษณะเปิดกว้างมาก ทำให้ครูต้องใช้การตีความและ ใช้เวลาในการดำเนินการเป็นอย่างมาก จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ครูเกิดความสับสนและไม่มีความ มั่นใจในการจัดการเรียนการสอน

ครูบางคนแก้ปัญหาด้วยการปฏิบัติตามคำสั่ง (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2546 : 171)

นอกจากปัญหาเกี่ยวกับการจัดการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสอนของครู รายได้ของครู และครูได้รับความกดดันสับสนในการทำงาน เนื่องจากปรับตัวไม่ทันกับนวัตกรรมสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมแล้วยังมีปัญหาอื่น ๆ ที่ติดตามมาอย่างมากมาย เช่น

**ปัญหาที่หนึ่ง** มีการแข่งขันอย่างสูงทางธุรกิจของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

นอกจากการแข่งขันทางธุรกิจของบรรดาโรงเรียนอนุบาลเอกชนด้วยกันแล้ว โรงเรียนอนุบาลเอกชนยังต้องแข่งขันกับโรงเรียนของรัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา นับเป็นคู่แข่งที่สำคัญ

**ปัญหาที่สอง** ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ

ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ เป็นเหตุให้การประกอบอาชีพและรายได้ของผู้ปกครองไม่สามารถสนับสนุนด้านการเงินเพื่อการศึกษาของบุตรหลานได้ ส่งผลให้นักเรียนในระดับก่อนประถมศึกษาในโรงเรียนอนุบาลเอกชนมีจำนวนลดลง

**ปัญหาที่สาม** นโยบายของรัฐในการจัดการศึกษาในระดับก่อนประถมศึกษา

โรงเรียนก่อนประถมศึกษา นโยบายรัฐได้จัดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กก่อนเข้าเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยมีการจัดในรูปแบบของศูนย์ เช่น ศูนย์อบรมเด็กในวัดก่อนเกณฑ์และชั้นเด็กเล็กในโรงเรียนประถมศึกษา หรือ ศูนย์พัฒนาเด็ก รวมทั้งโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาส่งผลให้ผู้ปกครองมีทางเลือกในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเพิ่มขึ้น ทำให้จำนวนเด็กอนุบาลโรงเรียนเอกชนลดลง

**ปัญหาที่สี่** ความนิยม ความศรัทธา ในโรงเรียนสาธิตของรัฐ

ผู้ปกครองนิยมส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนสาธิต เนื่องจากเป็นโรงเรียนแม่แบบของรัฐบาลโดยเฉพาะในจังหวัดมหาสารคาม มีโรงเรียนสาธิตถึงสองแห่ง คือ โรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นต้น

ปัญหาหลายประการที่ประมวลมาข้างต้นนั้น ทำให้โรงเรียนอนุบาลเอกชนมีความจำเป็นที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้โรงเรียนอนุบาลเอกชนอยู่รอด มั่นคง มีเสถียรภาพ และยั่งยืน ทั้งยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

ผู้วิจัยในฐานะที่กำลังทำวิทยานิพนธ์ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับ

บัณฑิตศึกษา สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตระหนักถึงความ

สำคัญของการศึกษาระดับอนุบาลของโรงเรียนเอกชน และมีความประสงค์ที่จะเปิดดำเนินกิจการเกี่ยวกับ โรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดมหาสารคาม จึงมีความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นข้อมูลในการพัฒนากลยุทธ์ของโรงเรียนอนุบาล ประกอบด้วยการพัฒนาคุณภาพของนักเรียนอนุบาลเอกชนให้เก่ง ดี มีสุข การกำหนดค่าบำรุง ค่าใช้จ่าย ให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ ผู้ปกครองของสังคม การให้บริการที่สะดวก เข้าถึงแหล่งความรู้อย่างเสมอภาค ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงอีกทั้งเป็นสารสนเทศประกอบการตัดสินใจของรัฐเกี่ยวกับการปรับ เปลี่ยนแปลง การสนับสนุนโรงเรียน เอกชนที่ไม่ได้มาตรฐาน ตลอดจนส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพของโรงเรียนเอกชนให้มีความมั่นคง อยู่รอด เติบโตและยั่งยืน สร้างความสามารถในการแข่งขันในระดับชาติและสากลต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับ และอันดับความคิดเห็นของครูและผู้ปกครองเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดมหาสารคาม ปีการศึกษา 2548 ทั้งโดยรวมและรายด้าน
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของครูกับผู้ปกครองเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดโดยรวมและรายด้าน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของครูและผู้ปกครองเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดโดยรวมและรายด้าน
4. เพื่อศึกษาปัญหาความเร่งด่วน และแนวทางแก้ไขปัญหาการปฏิบัติตามกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียน

### คำถามการวิจัย

1. ความคิดเห็นของครูและผู้ปกครองเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนอยู่ในระดับและอันดับใด
2. ความคิดเห็นของครูและผู้ปกครองเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน แตกต่างกันหรือไม่

3. ความพึงพอใจของครูและผู้ปกครอง เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด อยู่ในระดับใด
4. ปัญหาความเร่งด่วนและแนวทางแก้ไขปัญหาการปฏิบัติตามกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเป็นอย่างไร

### กรอบแนวคิดการวิจัย

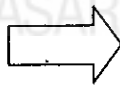
ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยปรับใช้เครื่องมือการตลาด 4P's ตามแนวคิดของฟิลิป คอทเลอร์ (Philip Kotler) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 17) ได้แก่

1. ผลผลิต (Product)
2. การกำหนดราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ดังภาพประกอบที่ 1

**ตัวแปรอิสระ**  
(Independent Variable)

1. ครู
2. ผู้ปกครอง



**ตัวแปรตาม**  
(Dependent Variable)

1. ผลผลิต (Product)
2. การกำหนดราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## สมมุติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานการวิจัยในครั้งนี้อย่างนี้

1. ระดับความคิดเห็นของครูและผู้ปกครองเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก
2. ระดับความคิดเห็นของครูและผู้ปกครองเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแตกต่างกัน ทั้งโดยรวม และรายด้าน
3. ความพึงพอใจของครูและผู้ปกครองเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ ครูโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2548 จำนวน 58 คน จาก 12 โรงเรียน และผู้ปกครองจำนวน 1,079 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยการศึกษาจากประชากรทั้งสิ้นจำนวน 58 คน และผู้ปกครองจำนวน 284 คน โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางเครชีและมอร์แกน (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 43) และสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)

### 2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

2.1.1 ครู

2.1.2 ผู้ปกครอง

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติและความพึงพอใจกลยุทธ์การตลาดโรงเรียนอนุบาลเอกชน (Marketing Strategy of Private Kindergarten) ซึ่งผู้วิจัยได้บูรณาการมาจากแนวคิดของฟิลิป คอทเลอร์ (Philip Kotler) เกี่ยวกับทฤษฎีสวนประสมการตลาด (Marketing Mix) ที่เรียกว่าเครื่องมือการตลาด 4P's ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลผลิต ด้านการกำหนดราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 17)



## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การศึกษาระดับอนุบาล หมายถึง การศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาที่จัดการศึกษา หรือ ประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับเด็กในช่วงอายุ 3 – 6 ปี
2. โรงเรียนเอกชน หมายถึง โรงเรียนที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน
3. โรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง โรงเรียนเอกชนที่จัดการศึกษาระดับอนุบาล ในจังหวัดมหาสารคาม ปีการศึกษา 2548 จำนวน 12 โรงเรียน
4. ครู หมายถึง ผู้ทำหน้าที่สอนแบบเต็มเวลาหรือผู้บริหารในโรงเรียนอนุบาลเอกชน
5. ประสบการณ์ หมายถึง จำนวนปีที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนอนุบาลเอกชน
6. นักเรียน หมายถึง ผู้ที่กำลังเรียนอยู่ในโรงเรียนอนุบาลเอกชน
7. ผู้ปกครอง หมายถึง ผู้ทำหน้าที่เลี้ยงดูให้การอุปการะ และอบรมสั่งสอนนักเรียน อย่างใกล้ชิดที่บ้าน อาจจะเป็นบิดา มารดา ญาติ หรือบุคคลที่บิดามารดาไว้วางใจฝากบุตรธิดา อยู่ด้วยและมีอำนาจตัดสินใจเกี่ยวกับการศึกษาของนักเรียน
8. กลยุทธ์การตลาด หมายถึง หลักการและวิธีการในการจัดการโรงเรียนอนุบาล เอกชนให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4P's
  - 8.1 ผลผลิต (Product) หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพของนักเรียนประกอบด้วย
    - 8.1.1 ปรัชญาและ เป้าหมายของโรงเรียน
    - 8.1.2 หลักสูตร
    - 8.1.3 สื่อการเรียนการสอน
    - 8.1.4 กระบวนการเรียนการสอน
    - 8.1.5 กิจกรรมการพัฒนานักเรียน
    - 8.1.6 การบริหารจัดการ
    - 8.1.7 บุคลากร
    - 8.1.8 สัมฤทธิผลของผู้เรียน
  - 8.2 การกำหนดราคา (Price) หมายถึง มูลค่า หรือค่าตอบแทนในรูปตัวเงินที่ ผู้ปกครองยอมรับและยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่า สำหรับการที่จะได้มาซึ่งคุณภาพของ บริการและคุณภาพของนักเรียน ได้แก่

8.2.1 ค่าธรรมเนียมการเรียน

8.2.2 ค่าอาหาร ค่าบริการต่างๆ

8.2.3 ส่วนลด

8.2.4 ส่วนยอมให้

8.2.5 ระยะเวลาการให้เครดิต

**8.3 การจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นให้สอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการและอำนวยความสะดวกแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่ง ได้แก่

8.3.1 บริการหลายทางเลือก

8.3.2 ทำเลที่ตั้งของโรงเรียน

8.3.3 บริการจุดเดียว (ครบวงจร)

8.3.4 การให้บริการและอำนวยความสะดวก

**8.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง กิจกรรมที่ใช้ความพยายามจูงใจให้เกิดความศรัทธา เชื่อมั่นในการจัดการศึกษาของโรงเรียนและให้ผู้ปกครองรู้จักยอมรับเกิดความพึงพอใจในบริการของโรงเรียน และคุณภาพนักเรียน ได้แก่

8.4.1 การโฆษณา

8.4.2 การประชาสัมพันธ์กับผู้ปกครอง

8.4.3 การประชาสัมพันธ์คุณภาพนักเรียน

8.4.4 การประชาสัมพันธ์โรงเรียน

8.4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เป็นสารสนเทศปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดได้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
2. เป็นข้อมูลปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครอง
3. เป็นสารสนเทศในการพัฒนาศักยภาพของครูเกี่ยวกับการเรียนการสอนให้เพียงพอที่จะพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพ
4. เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของรัฐในการพัฒนา ส่งเสริม ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนโรงเรียนอนุบาลเอกชนให้มีศักยภาพในการแข่งขันต่อไป