

ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการ
ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปริญญานิพนธ์
ของ
กมลทิพย์ ทองกำแหง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2547

ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการ
ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
กมลทิพย์ ทองกำแหง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2547

กมลทิพย์ ทองกำแหง. (2547). *ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปรินูณานิพนธ์ กศม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : อาจารย์ สิทธิจักร ชูทรัพย์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผจงศักดิ์ หมวดสง

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระ 7 ด้าน คือ เพศ อายุ วุฒิ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และจำนวนบุตร และศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 6 ด้าน คือ ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านอาคารสถานที่ ด้านธุรการการเงิน และ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระ 7 ด้าน คือ เพศ อายุ วุฒิ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และจำนวนบุตร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ กลุ่มผู้ปกครองของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 389 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ปกครองเห็นด้วยปานกลางต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ปกครองเห็นด้วยปานกลาง คือ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านที่ผู้ปกครองเห็นด้วยมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองเห็นด้วยน้อย

2. ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

4. ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านกระบวนการ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านบุคลากร ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. ผู้ปกครองพึงพอใจมากต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ผู้ปกครองพึงพอใจปานกลาง ส่วนด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านธุรการการเงิน และ ด้านอาคารสถานที่ ผู้ปกครองพึงพอใจมาก

10. ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

11. ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล เอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านธุรการ และ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

12. ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล เอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านอาคารสถานที่ และ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

13. ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลากร ด้านธุรการการเงิน และ ด้านอาคารสถานที่ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

14. ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอาคารสถานที่ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

15. ผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกิจการนักเรียน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านบุคลากร และ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

16. ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียน
อนุบาลเอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้าน
ธุรการการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

PARENTS' OPINIONS TOWARDS MARKETING STRATEGIES AND SATISFACTION
TOWARDS THE SERVICES OF PRIVATE KINDERGARTENS
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

AN ABSTRACT
BY
MISS KAMOLTIP THONGKAMHEANG

Presented in partial fulfillment of the requirements
For the master of Education degree in Business Education
at Srinakharinwirot University
May 2004

Kamoltip Thongkamhaeng. (2004). *Parents' Opinions towards Marketing Strategies and Satisfaction towards the Services of Private Kindergartens in Bangkok Metropolitan Area*. Master Thesis, M.Ed. (Business Education).
Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University
Advisor : Mr. Sittakorn Choosup, Assist Prof. Pajongsak Moudsong.

This research was conducted; to study parents' opinions towards marketing strategies of private kindergartens in Bangkok metropolitan area in 7 aspects which were product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process; to compare parents' opinions towards marketing strategies of private kindergartens in Bangkok metropolitan area in 7 aspects by classifying with independent variables of sex, age, education background, occupation, income, marital status, and numbers of children; to study the satisfaction of parents towards the services of private kindergartens in Bangkok Metropolitan area in 6 aspects which were academic, human resource, student affairs, venue, financial administration, and community relations; and to compare parents' satisfaction of towards the services of private kindergartens in Bangkok Metropolitan area in 7 aspects by classifying with independent variables of sex, age, education background, occupation, income, marital status, and number of children.

The samples of this study were 389 parents of students in private kindergartens in Bangkok Metropolitan area. The instrument in data collecting process was a questionnaire. The methods used for statistical analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test and One-way Analysis of Variance.

The results of the study were:

1. Parents had different opinions towards the overall marketing strategies of private kindergartens in moderate level, and when considering each aspect, it was found that parents had opinions towards price and place in moderate level; towards product, people, physical evidence, and process in high level; and towards promotion in low level.
2. Parents with different sexes had different opinions towards the overall marketing strategies of private kindergartens and towards each aspects with no statistical significance.

3. Parents with different ages had different opinions towards the overall marketing strategies of private kindergartens with no statistical significance and when considering each aspect, it was found that parents had different opinions towards the aspect of product with statistical significance at .01

4. Parents with different education background had different opinions towards the overall marketing strategies of private kindergartens with no statistical significance, and when considering each aspect, it was found that parents had different opinions towards the aspects of promotion and process with statistical significance at .01, and towards the aspect of place with statistical significance at .05

5. Parents with different occupations had different opinions towards the overall marketing strategies of private kindergartens with no statistical significance, and when considering each aspect, it was found that parents had different opinions towards the aspects of people and process with statistical significance at .01, and towards the aspects of price, promotion, and physical evidence with statistical significance at .05

6. Parents with different income had different opinions towards the overall marketing strategies of private kindergartens with statistical significance at .01, and when considering each aspect, it was found that parents had different opinions towards the aspects of price, place, and promotion with statistical significance at .01, and towards the aspect of product with statistical significance at .05

7. Parents with different marital status had different opinions towards the overall marketing strategies of private kindergartens with statistical significance at .01, and when considering each aspect, it was found that parents had different opinions towards the aspects of price, place, and physical evidence with statistical significance at .01, and towards the aspects of product, promotion, and people with statistical significance at .05

8. Parents with different numbers of children had different opinions towards the overall marketing strategies of private kindergartens with no statistical significance, and when considering each aspect, it was found that parents had different opinions towards the aspect of promotion with statistical significance at .05

9. Parents had satisfaction towards the overall services of private kindergartens in high level, and when considering each aspect, it was found that parents had different satisfaction towards the aspect of community relations in moderate

level, and towards the aspects of academic, human resource, student affairs, financial administration, and venue in high level.

10. Parents with different sexes had different satisfaction towards the overall services of private kindergartens and towards each aspect with no statistical significance.

11. Parents with different ages had different satisfaction towards the overall services of private kindergartens with no statistical significance, and when considering each aspect, it was found that parents had different satisfaction towards the aspects of financial administration and community relations with statistical significance at .05

12. Parents with different education background had different satisfaction towards the overall services of private kindergartens with no statistical significance, and when considering each aspect, it was found that parents had different satisfaction towards the aspects of venue and community relations with statistical significance at .01

13. Parents with different occupations had different satisfaction towards the overall services of private kindergartens with statistical significance at .05, and when considering each aspect, it was found that parents had different satisfaction towards the aspects of human resource, financial administration, and venue with statistical significance at .01

14. Parents with different income had different satisfaction towards the overall services of private kindergartens with statistical significance at .05, and when considering each aspect, it was found that parents had different satisfaction towards the aspect of community relations with statistical significance at .01, towards the aspect of venue with statistical significance at .05

15. Parents with different marital status had different satisfaction towards the overall services of private kindergartens with no statistical significance, and when considering each aspect, it was found that parents had different satisfaction towards the aspect of student affairs with statistical significance at .01, towards the aspects of human resource, and community relations with statistical significance at .05

16. Parents with different numbers of children had different satisfaction towards the overall services of private kindergartens with no statistical significance, and when considering each aspect, it was found that parents had different satisfaction towards the aspects of financial administration with statistical significance at .05

ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการ
ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปริญญานิพนธ์
ของ
กมลทิพย์ ทองกำแหง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2547
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการ
ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ
นางสาว กมลทิพย์ ทองกำแหง

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. นภาพร หะวานนท์)
วันที่..... เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2547

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

..... ประธาน
(อาจารย์ สนิทรากร ชูทรัพย์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผจงศักดิ์ หมวดสง)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(อาจารย์ ภาณุกร สกลรักษ์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยคามอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ สนิทฐากร ชูทรัพย์ ประธานผู้ควบคุมปริญญานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผจงศักดิ์ หมวดสง กรรมการผู้ควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ ปรีกษา ตลอดจนตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทยพิสุทธิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หฤทัย อติชาตพงศ์ ดร.กรรณิการ์ ภิญญาคง และดร.กมลวรรณ ชัยวานิชศิริ ที่กรุณาให้คามอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ และให้คำแนะนำ ในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ อาจารย์ สนิทฐากร ชูทรัพย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผจงศักดิ์ หมวดสง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ล้มไทย์ และ อาจารย์ ภาศกร สกลรักษ์ ที่เป็นคณะกรรมการ ในการสอบปากเปล่าการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ ผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และผู้ปกครองของเด็กนักเรียนโรงเรียนอนุบาล เอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณนิรมล วิรัชสกุลทิพย์ คุณธิตกร อติชาตพงศ์ คุณวัชรินทร์ ทองกำแหง คุณศุริวิชัย พานิชกุล และคุณภัสสร สมัครคามัย ที่คอยให้กำลังใจและ ความช่วยเหลือในทุกด้านแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด จนทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณประโยชน์ที่พึงมีจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่คุณบิดา คุณมารดา คุณครูบาอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

กมลทิพย์ ทองกำแหง

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	172
อภิปรายผล	177
ข้อเสนอแนะ	189
 บรรณานุกรม	 191
ภาคผนวก	199
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย	200
ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ	208
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม	213
 ประวัติย่อผู้วิจัย	 215

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
	ความสำคัญของการวิจัย	3
	ขอบเขตของการวิจัย	4
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	4
	ตัวแปรที่ศึกษา	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ	6
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
	การศึกษาเอกชน	83
	การจัดการศึกษาปฐมวัย	39
	การบริหารงานของโรงเรียนเอกชน	48
	แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อบริการ	53
	ความหมายของกลยุทธ์การตลาดบริการ	55
	แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	71
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	72
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	83
	การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง	83
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	85
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	87
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	88
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	92
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	92
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	92
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	93
5	สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	168
	สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า	168

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

เด็กตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 8 ปี เป็นระยะที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ จิตใจ สังคม และบุคลิกภาพ และเป็นวัยที่เรียกว่า ช่วงแห่งพลังการเรียนรู้เติบโตองงามสำหรับชีวิต (สิริมา ภิญโญนนตพงษ์. 2545 : 12) การให้การศึกษาแก่เด็กในช่วงวัยนี้เป็นการจัดการเรียนการสอนระดับชั้นอนุบาลต้องมุ่งพัฒนาทางร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา จึงไม่เน้นการเรียนการอ่าน เขียน คัด และเลข แต่จะมุ่งเน้นกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของเด็กเป็นสำคัญ เพื่อการเตรียมความพร้อมในการเรียนระดับประถมศึกษาได้อย่างเป็นสุข กิจกรรมต่างๆ จะจัดเป็นหน่วยการเรียนรู้มีเนื้อหาสาระสอดคล้องกับความเป็นจริงในชีวิตเด็ก ได้แก่กิจกรรมสร้างเสริมทักษะทางภาษาและคณิตศาสตร์ กิจกรรมเสริมประสบการณ์ชีวิต ประกอบด้วย สังคมศึกษา วิทยาศาสตร์ และสุขศึกษา กิจกรรมเสริมสร้างลักษณะนิสัย ประกอบด้วยจริยศึกษา ศิลป ดนตรี เพลง และกิจกรรมการเคลื่อนไหวและออกกำลังกาย (เจ้าพ่อนักการศึกษา. 2534 : 78) ซึ่งโรงเรียนอนุบาลที่ดีจะต้องทำให้เด็กก้าวออกจากบ้านจากอ้อมอกอันอบอุ่นใกล้ชิดของพ่อแม่ไปได้อย่างมีความสุข มีชีวิตชีวา สดชื่น กระฉับกระเฉง สามารถทำสิ่งต่างๆด้วยตนเองได้มากขึ้นด้วย ประสบการณ์แปลกใหม่ที่จะเข้ามาในแต่ละวัน จะทำให้เด็กๆรู้จักและเข้าใจโลกรอบตัวมากขึ้น ขอบเขตความรู้โลกละขยายกว้างออกไปพร้อมกับประสบการณ์ที่ผ่านเข้ามาทำให้เด็กๆ ได้เรียนรู้ในเรื่องของธรรมชาติ คำศัพท์ วิธีการพูด การแสดงออก รู้จักรับผิดชอบตนเอง ช่วยเหลือผู้อื่น รู้จักพัฒนาวิธีการสร้างสัมพันธ์กับเด็กอื่น เช่นเดียวกับที่รู้จักทำงานคนเดียวโดยอิสระ นอกจากนั้นยังได้เรียนรู้ฝึกฝนเพื่อให้อวัยวะส่วนต่างๆของร่างกายประสานสัมพันธ์กันอีกด้วย (เตรียมลูกเข้าโรงเรียนอนุบาล. 2544 : 6) ซึ่งการจัดการศึกษาสำหรับเด็กในวัยนี้เน้นหลักการของหลักสูตรก่อนประถมศึกษาที่เป็นการจัดโดยยึดหลักการอบรมเลี้ยงดูเพื่อให้เด็กมีพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา ผ่านกิจกรรมการเล่นที่เหมาะสมกับวัย และความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาและเป็นการร่วมมือระหว่างบ้าน สถานศึกษา และชุมชน (วาม ดุลยากร. 2544 : 5) โดยโรงเรียนต้องให้ความสำคัญกับวิธีการเรียนอย่างมีความสุข จัดให้เด็กเรียนเป็นรายบุคคลและเสริมด้วยการเรียนเป็นกลุ่มเพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางด้านสังคม โดยครูเป็นผู้จัดสภาพการเรียนรู้ให้ และให้ความช่วยเหลือในกรณีที่นักเรียนมีปัญหาเท่านั้น ผู้เรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เรียนรู้ตามความสนใจและเรียนรู้อย่างมีความสุข (รุ่ง แก้วแดง. 2542 : 107)

รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการศึกษาให้แก่เด็กในวัยนี้ ผู้ซึ่งจะกลายมาเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีค่าและมีประโยชน์ต่อประเทศชาติ ดังจะเห็นได้จากการสนับสนุนเด็กวัยก่อนเข้าเรียนให้ได้รับการวางพื้นฐานเพื่อเตรียมความพร้อมความสามารถทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งการสนับสนุนนั้นอยู่ในรูปแบบของการจัดเตรียมการศึกษา เช่น ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก โรงเรียนอนุบาล เป็นต้น (ธรรมบุญ นวลใจ. 2541 : 44) ซึ่งมุ่งหวังที่จะจัดการศึกษาที่มีคุณภาพให้บรรลุผลในการสร้างและพัฒนาพฤติกรรมความเป็นคนที่สมบูรณ์ทุกด้านให้แก่บุคคล หรือหากมองในขอบเขตของคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนจะหมายถึง การที่ผู้เรียนมีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติตามที่หลักสูตรของการศึกษานั้นๆ กำหนดไว้ รวมทั้งมีความสอดคล้องกับความต้องการของสังคมนั้น ซึ่งการพัฒนาโรงเรียนอนุบาล เป็นกระบวนการที่ละเอียดอ่อน เด็กมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาโดยเฉพาะพื้นฐานด้านคุณธรรม จริยธรรม พื้นฐานแห่งการเรียนรู้ทั้งตนเอง และสังคมจะหล่อหลอมเป็นตัวเด็ก และเจริญเติบโตต่อไปในอนาคต ดังนั้น บทบาทของโรงเรียนอนุบาลจึงมีความสำคัญที่จะต้องวางรากฐานที่ดีและพัฒนาเด็กในทุกๆ ด้าน

โรงเรียนเอกชนซึ่งร่วมรับภาระการจัดการศึกษาในประเทศไทยทุกระดับได้รับการคาดหวังให้จัดการศึกษาที่มีคุณภาพดีมาโดยตลอด แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพการณ์ต่างๆ ของสังคมไทยและสังคมโลกอย่างรวดเร็ว การศึกษาเอกชนก็จำเป็นต้องเร่งรัดพัฒนาในเชิงคุณภาพขึ้นอีกมาก เพื่อให้เป็นทางเลือกที่ดีอีกทางหนึ่งของผู้รับบริการทางการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2542 : 3) แต่การจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนเท่าที่ผ่านมามีปรากฏว่าประสบปัญหาเพิ่มมากขึ้น ทั้งปัญหาการบริหารจัดการ ปัญหาบุคลากร ปัญหาค่าใช้จ่ายและรายได้ที่ไม่สมดุลกัน ปัญหาคุณภาพผลผลิตและภาพลักษณ์ของโรงเรียน และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแข่งขันที่เริ่มเข้มข้นมากขึ้นทั้งกับโรงเรียนเอกชนด้วยกัน กับโรงเรียนภาครัฐและโรงเรียนที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่ๆ ในรูปแบบของโรงเรียนนานาชาติ ซึ่งนับว่าเป็นคู่แข่งระดับโลกและแน่นอนที่สุดการแข่งขันกับตนเอง ปัญหาเหล่านี้อาจมาจากสาเหตุหลายประการทั้งที่เกิดจากนโยบายและแนวปฏิบัติ ระเบียบ กฎเกณฑ์ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการศึกษาเอกชน จากระบบการศึกษาโดยรวมของประเทศและจากระเบียบการจัดการของโรงเรียนเอง ตลอดจนปัจจัยภายนอกอื่นๆ (กรรณิกา ภิญญาคง. 2538 : 18) จากปัญหาดังกล่าวส่งผลให้นักเรียนในระดับอนุบาลในโรงเรียนเอกชนมีจำนวนลดลงและนโยบายของรัฐในการจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาส่งผลให้ผู้ปกครองมีทางเลือกในการส่งบุตร-หลานเข้าเรียนในโรงเรียนเพิ่มขึ้น ดังนั้นโรงเรียนเอกชนทั้งหลายต้องปรับกลยุทธ์กิจการของตนเอง โดยเฉพาะการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการบริหารงานอันจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตร-หลานเข้าเรียนโรงเรียนของตน ซึ่งจะทำให้โรงเรียนเอกชนอยู่รอดและมีเสถียรภาพ รวมถึงเป็นโรงเรียนที่มีประสิทธิภาพที่สามารถจัดการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียน

มีคุณภาพ (มนต์ชิตา บุปผาคำ. 2545 : 12) โดยโรงเรียนเอกชนจะต้องพยายามวางแผนในด้านต่างๆที่จะแสดงให้โรงเรียนมีเอกลักษณ์ ความเชี่ยวชาญ ความรับผิดชอบด้านการเรียนการสอนที่สามารถตอบรับค่านิยม และความต้องการของกลุ่มผู้ปกครองให้ดีที่สุด ซึ่งจะเป็นผลทำให้โรงเรียนมีกำไรและอยู่รอดได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกิจกรรมการตลาดและความพึงพอใจต่อบริการ ที่มีต่อโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อนำข้อมูลต่างๆที่ได้รับมาเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการศึกษาและใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการ รวมถึงการดำเนินการด้านการวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้โรงเรียนอนุบาลเอกชนดำเนินไปอย่างอยู่รอดในสภาพการณ์ปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณภาพของโรงเรียนอนุบาลเอกชนให้ตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองอย่างสูงสุด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกิจกรรมการตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกิจกรรมการตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และ จำนวนบุตร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และ จำนวนบุตร

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางระบบการบริหารงานของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะพัฒนาและปรับปรุงระบบกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง เพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ปกครองของนักเรียนอนุบาลโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขตการปกครอง มีจำนวน 665 โรงเรียน
ที่มา : กองทะเบียน สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ปกครองของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 405 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) โดยสุ่มเขตการปกครองมาร้อยละ 10 จากประชากรทั้งหมด 50 เขต ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ได้เขตการปกครองจำนวน 5 เขต มีจำนวน 27 โรงเรียน จำนวนผู้ปกครองทั้งสิ้น 4,934 คน และสุ่มจำนวนผู้ปกครองนักเรียน ตามตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (Krejcie and Morgan. 1970 : 608) ได้จำนวน 357 คน และได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็นจำนวน 405 ตัวอย่าง จากนั้นสุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลคือผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) โรงเรียนละ 15 คน เพื่อให้มีจำนวนผู้ให้ข้อมูลเท่ากัน แล้วจึงสุ่มตัวอย่างผู้ปกครองของนักเรียนโดยใช้การเลือกแบบตามสะดวก (Convenience sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ปกครอง ได้แก่

1. เพศ
 - 1.1 ชาย
 - 1.2 หญิง
2. อายุ
 - 2.1 ไม่เกิน 35 ปี
 - 2.2 36-45 ปี
 - 2.3 46 ปีขึ้นไป

3. วุฒิการศึกษา
 - 3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 3.2 ปริญญาตรี
 - 3.3 สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
 - 4.1 รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 4.2 พนักงานเอกชน
 - 4.3 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
5. รายได้ของครอบครัว ต่อเดือน
 - 5.1 ต่ำกว่า 20,000 บาท
 - 5.2 20,001-40,000 บาท
 - 5.3 40,001-60,000 บาท
 - 5.4 60,000 บาท ขึ้นไป
6. สถานภาพสมรส
 - 6.1 โสด
 - 6.2 สมรส
 - 6.3 หม้าย
7. จำนวนบุตร
 - 7.1 ไม่เกิน 1 คน
 - 7.3 มากกว่า 1 คน

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

1. ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน
ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ

- 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์
- 1.2 ด้านราคา
- 1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 1.5 ด้านบุคลากร

1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

1.7 ด้านกระบวนการ

2. ความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ

2.1 ด้านวิชาการ

2.2 ด้านบุคลากร

2.3 ด้านกิจการนักเรียน

2.4 ด้านธุรการการเงิน

2.5 ด้านอาคารสถานที่

2.6 ด้านความสัมพันธ์ชุมชน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง โรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนระดับอนุบาลเพียงอย่างเดียว หรือ โรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนระดับอนุบาลถึงระดับชั้นประถม 6 หรือ โรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนระดับอนุบาลถึงระดับชั้นมัธยม 3 หรือ มัธยม 6 ใน 5 เขตการปกครอง ซึ่งประกอบด้วยเขตทวีวัฒนา เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตคันนายาว และเขตพระนคร โดยอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

2. ผู้ปกครอง หมายถึง บิดา มารดา หรือผู้อุปการะเด็ก ซึ่งทำหน้าที่เลี้ยงดู ให้อุปการะอบรมสั่งสอน และมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้แก่เด็ก โดยถือว่าเด็กนักเรียน 1 คน มีผู้ปกครอง 1 คน

3. อาชีพ หมายถึง ชนิดของงานที่ผู้ปกครองทำอยู่ ที่นำรายได้มาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัวของนักเรียนมากที่สุดเพียงอาชีพเดียว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

3.1 รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ หมายถึง ผู้ที่เป็นข้าราชการและลูกจ้างประจำในหน่วยงานของรัฐบาลหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ

3.2 พนักงานเอกชน หมายถึง ผู้ที่เป็นพนักงานหรือลูกจ้างประจำของบริษัท ห้างร้าน หน่วยงานของเอกชน

3.3 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพที่เป็นธุรกิจของตนเอง ได้แก่ แก้ว เจ้าของกิจการ ร้านค้า รับเหมาก่อสร้าง เป็นต้น

4. รายได้ หมายถึง รายได้ทั้งหมดของสมาชิกในครอบครัว ได้แก่ ค่าจ้าง เงินเดือน ค่าเช่า ดอกเบี้ย กำไร เงินปันผล บำเหน็จ บำนาญ ฯลฯ นำมารวมกันโดยคิดเป็นรายได้ต่อเดือน

5. ความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของผู้ปกครองที่มีต่อวิธีการใช้เครื่องมือทางการตลาด ซึ่งได้แก่ส่วนผสมทางการตลาด 7 ด้าน อันประกอบด้วย กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ทางด้านราคา กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ทางด้านส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ทางด้านบุคลากร กลยุทธ์ทางด้านลักษณะทางกายภาพ กลยุทธ์ทางด้านกระบวนการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ปกครองที่ส่งบุตร-หลาน เข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความคิดเห็นต่อบริการของโรงเรียนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง ซึ่งได้แก่ ชื่อเสียงของโรงเรียน หลักสูตรการเรียนการสอน และสัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน

5.2 ด้านราคา หมายถึง ความคิดเห็นต่อการตั้งราคาที่คุณค่าที่ผู้ปกครองยอมรับได้และยินดีจ่าย ซึ่งได้แก่ ค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าธรรมเนียมอื่นๆ ส่วนลด ส่วนยอมให้ และระยะเวลาในการชำระเงิน

5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ความคิดเห็นต่อทำเลที่ตั้งของโรงเรียน และการติดต่อสื่อสารทางด้านต่างๆ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ ไปรษณีย์ ฯลฯ ซึ่งก่อให้เกิดความสะดวกในการติดต่อสื่อสารแก่ผู้ปกครอง

5.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง ความคิดเห็นต่อการใช้ความพยายามจูงใจให้กลุ่มผู้ปกครองเกิดความชอบในสินค้าและบริการของโรงเรียน โดยการโฆษณา การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายด้วยตัวบุคคล

5.5 ด้านบุคลากร หมายถึง ความคิดเห็นต่อการบริหารบุคลากรทุกฝ่ายในโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพเพื่อสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งก่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้ปกครอง โดยได้แก่ การคัดสรรพนักงาน การฝึกอบรม การให้แรงจูงใจในการทำงานแก่พนักงาน

5.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ความคิดเห็นต่อการจัดสภาพแวดล้อมและรูปแบบโดยทั่วไปในโรงเรียนเพื่อดึงดูดและสร้างความประทับใจให้ผู้ปกครองที่มาใช้บริการ ซึ่งได้แก่ สิ่งแวดล้อมโดยรอบ การตกแต่งโรงเรียน สัญลักษณ์ของโรงเรียน การวางผังของโรงเรียน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

5.7 ด้านกระบวนการ หมายถึง ความคิดเห็นต่อรูปแบบหรือวิธีการของการบริการที่มีประสิทธิภาพที่ส่งมอบไปสู่ผู้ปกครองและเด็กนักเรียน ซึ่งได้แก่ กระบวนการจัดการเรียนการสอน และการบริหารการจัดการระบบโรงเรียน

6. ความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความคิดเห็นในทางบวกของผู้ปกครองที่มีต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านอาคารสถานที่ ด้านธุรการการเงินและ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน

6.1 ด้านวิชาการ หมายถึง ความพึงพอใจในหลักสูตรและแผนการสอน การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน สื่อการเรียนการสอนและอุปกรณ์ ครูผู้สอน การประเมินผลการเรียนการสอน ผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน แบบเรียนและเอกสารการสอน และบรรยากาศการเรียนการสอน

6.2 งานด้านบุคลากร หมายถึง ความพึงพอใจในปริมาณของบุคลากร คุณลักษณะและคุณสมบัติของบุคลากร ประสิทธิภาพและความสามารถของบุคลากร และการพัฒนาบุคลากร

6.3 งานด้านกิจการนักเรียน หมายถึง ความพึงพอใจในการรับสมัครเด็กนักเรียน การจัดปฐมนิเทศแก่ผู้ปกครอง การแบ่งกลุ่มนักเรียน การรายงานเกี่ยวกับตัวนักเรียน การรักษาระเบียบวินัยและความประพฤติของนักเรียน บริการด้านสุขภาพและสวัสดิภาพของนักเรียน บริการอาหารกลางวัน ความสะอาด ความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียน การจัดกิจกรรมของนักเรียน

6.4 งานด้านธุรการการเงิน หมายถึง ความพึงพอใจในการชี้แจงและการให้ความสะดวกเมื่อมาติดต่อ การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับ และการรับโทรศัพท์ หนังสือและเอกสารต่างๆ บุคลากรที่ให้บริการ ขั้นตอนและวิธีการชำระค่าเล่าเรียนและค่าธรรมเนียมอื่นๆ

6.5 งานด้านอาคารสถานที่ หมายถึง ความพึงพอใจในสถานที่ตั้ง อาคารเรียน การจัดสนามเด็กเล่น ห้องเรียน ห้องนอน ห้องอาหาร ห้องพยาบาล ห้องน้ำ และเครื่องเรือน

6.6 งานด้านความสัมพันธ์ชุมชน หมายถึง ความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่ชุมชน บริการทางวิชาการแก่ชุมชน การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลการจัดการศึกษา และการเสนอข่าวสารของโรงเรียนให้แก่ชุมชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

สถานภาพของผู้ปกครอง
1. เพศ
2. อายุ
3. วุฒิการศึกษา
4. อาชีพ
5. รายได้
6. สถานภาพสมรส
7. จำนวนบุตร

ตัวแปรตาม

ความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาด ของโรงเรียนอนุบาลเอกชน
1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ
7. ด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจต่อบริการ ของโรงเรียนอนุบาลเอกชน
1. ด้านวิชาการ
2. ด้านบุคลากร
3. ด้านกิจการนักเรียน
4. ด้านธุรการ-การเงิน
5. ด้านอาคารสถานที่
6. ด้านความสัมพันธ์ชุมชน

สมมติฐานเพื่อการวิจัย

- [illegible]

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การศึกษาเอกชน
 - 1.1 ระเบียบ หลักเกณฑ์ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนเอกชน
 - 1.2 สภาพและปัญหาของการจัดการศึกษาของเอกชน
2. การจัดการศึกษาปฐมวัย
 - 2.1 ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัย
 - 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดทางการศึกษาปฐมวัย
 - 2.3 หลักสูตรของการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา
 - 2.4 การจัดประสบการณ์เรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย
3. การบริหารงานของโรงเรียนเอกชน
4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ
5. ความหมายของกลยุทธ์การตลาดบริการ
6. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 7.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 7.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

1. การศึกษาเอกชน

1.1 ระเบียบ หลักเกณฑ์ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนเอกชน

กองโรงเรียนสามัญศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2538 : 19-22) ได้กล่าวถึงแนวนโยบายการจัดการศึกษาเอกชนไว้ว่าในการกำหนดนโยบายการจัดการศึกษาเอกชนได้เริ่มมีขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พ.ศ. 2441 ต่อจากนั้นจะปรากฏในโครงการศึกษาหรือแผนการศึกษาแห่งชาติ แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ และพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเอกชน ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

แผนการศึกษาแห่งชาติ

เท่าที่ผ่านมาประเทศไทยมีแผนการศึกษาแห่งชาติทั้งหมด 9 แผน ในระยะแรกใช้ชื่อว่าโครงการศึกษา โครงการศึกษาฉบับแรกได้แก่โครงการศึกษา พ.ศ. 2441 กล่าวถึงการศึกษาเอกชนโดยเฉพาะว่ารัฐจะเข้าไปควบคุมดูแลสถานศึกษาเอกชน พร้อมทั้งให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการเงิน ครู และวัสดุอุปกรณ์การเรียนการสอน ส่วนโครงการศึกษาฉบับอื่นอีก 2 ฉบับได้ยอมรับความมีอยู่ของสถานศึกษาเอกชน

ต่อมาได้เปลี่ยนจากโครงการศึกษาเป็นแผนการศึกษาชาติซึ่งมีทั้งหมด 3 แผน แผนการศึกษาชาติ 2 แผนแรกคือ ฉบับ พ.ศ. 2475 และฉบับ พ.ศ. 2479 ได้ยอมรับและยินยอมให้เอกชนหรือคณะบุคคลจัดตั้งสถานศึกษาเอกชนได้โดยถือว่าเป็นการช่วยแบ่งแรง แต่ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐและรัฐอาจให้การอุดหนุนส่งเสริมตามสมควร ต่อมาในแผนการศึกษาฉบับ พ.ศ. 2494 ได้ให้ความสำคัญแก่การศึกษาเอกชนมากขึ้น กล่าวคือ มุ่งส่งเสริมให้คณะบุคคลและเอกชนจัดตั้งสถานศึกษาเอกชน

ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อจากแผนการศึกษาชาติเป็นแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับแรกได้แก่แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2503 ซึ่งมุ่งเน้นให้เอกชนและคณะบุคคลจัดตั้งสถานศึกษาเอกชนได้ถึงระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 2 ได้แก่แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2520 ซึ่งเป็นแผนหลักที่ใช้ในการจัดการศึกษาของประเทศถึงปัจจุบันนี้ โดยมีสาระสำคัญดังนี้ จะเน้นการเปิดโอกาสให้เอกชนที่มีความสามารถ และมีคุณสมบัติเหมาะสมซึ่งมีเจตจำนงที่จะจัดการศึกษาเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ร่วมรับภาระในการจัดการศึกษาได้โดยไม่แสวงหาผลกำไรเกินควร โดยรัฐให้การส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนให้มีความคล่องตัวในการดำเนินงานทั้งทางด้านการบริหารและการพัฒนาทางวิชาการ รวมทั้งส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพการจัดการศึกษาเอกชนทุกระดับและประเภทการศึกษา เพื่อให้การศึกษาเอกชนมีมาตรฐานทัดเทียมการจัดการศึกษาของรัฐ

แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ

แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2545 มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขยายและยกระดับความรู้พื้นฐานของคนไทยให้กว้างขวางและสูงขึ้นถึงระดับมัธยมศึกษาอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียม
2. พัฒนาการศึกษามีคุณภาพสอดคล้องและสัมพันธ์กับความต้องการของประเทศ ให้ผู้เรียนได้มีการพัฒนาเต็มตามศักยภาพ
3. เพื่อให้การศึกษาไทยสร้างศักยภาพของประเทศในการพึ่งพาตนเองและสร้างความก้าวหน้าและความมั่นคงของเศรษฐกิจไทยในประชาคมโลกบนฐานแห่งความเป็นไทย

นโยบายของแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2545

1. เร่งขยายและยกระดับความรู้พื้นฐานของประชาชนทั้งมวล ให้คนไทยมีความรู้พื้นฐานอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน
2. ปฏิรูปการเรียนการสอน พัฒนาผู้เรียนให้เต็มศักยภาพ มีความรู้และลักษณะอย่างพอเพียงที่จะออกไปประกอบอาชีพหรือศึกษาต่อ มีวินัย ใฝ่รู้ คู่คุณธรรม
3. เร่งผลิตและพัฒนาคนกำลังคนระดับกลางและสูง เพื่อศักยภาพในการพึ่งพาตนเองและความก้าวหน้ามั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ
4. ปฏิรูประบบการผลิตและพัฒนาครูให้ครูมีศักยภาพในการจัดการเรียนการสอน ให้วิชาชีพครูเป็นที่ยอมรับและยกย่องในสังคม
5. ปฏิรูประบบการบริหารและการจัดการการศึกษา ให้มีการจัดการศึกษาที่มีอิสระเสรีมากขึ้น มีการกระจายอำนาจทางการศึกษา ให้ทุกส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ บริหารการศึกษา เพื่อให้การศึกษามีคุณภาพและสร้างความเป็นธรรมให้แก่สังคมในการเข้ารับบริการการศึกษา

พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน

พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชนได้ประกาศใช้มาแล้วรวม 4 ฉบับสาระสำคัญที่เป็นแนวนโยบายของพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชนมีดังนี้

ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชนได้แบ่งโรงเรียนราษฎร์ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. โรงเรียนราษฎร์ในความหมายทั่วไป หมายถึง สถานที่อันเอกชนคนใดให้การศึกษแก่นักเรียน
2. โรงเรียนอนุบาล หมายถึง โรงเรียนซึ่งมุ่งประสงค์ให้การอบรมแก่เด็กเล็กเป็นส่วนใหญ่

วัตถุประสงค์ของพระราชบัญญัติฉบับนี้มุ่งที่จะควบคุมดูแลโรงเรียนเอกชนให้เป็นไปด้วยดีมีระเบียบ ปฏิบัติเหมาะสมกับที่เหมาะสมกับยุคสมัย จึงได้กล่าวถึงความทั่วไป การจัดตั้งโรงเรียน การควบคุมโรงเรียน การเลิกกิจการโรงเรียน โรงเรียนอนุบาล และบทลงโทษ ต่อมา ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ พ.ศ. 2479 แทนฉบับเดิม ซึ่งได้มีการปรับปรุงเพิ่มเติมรายละเอียดให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ให้แยกเจ้าของและผู้จัดการออกจากบุคคลเดียวกัน กำหนดจำนวนนักเรียนว่าถ้าจัดการสอนเกิน 7 คนขึ้นไปจึงจะเป็นโรงเรียนเอกชน และเพิ่มเติมคุณสมบัติของครูใหญ่และครูให้มีความชัดเจนมากขึ้น

ในปี พ.ศ. 2497 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2497 ขึ้นเป็นฉบับที่ 3 ได้มีการปรับปรุงของเดิมในเรื่องที่สำคัญ ได้แก่ การจำแนกโรงเรียนออกเป็น 6 ประเภท คือ โรงเรียนอนุบาล โรงเรียนประถมศึกษา โรงเรียนมัธยมสามัญศึกษา โรงเรียนมัธยมวิสามัญศึกษา โรงเรียนอาชีวศึกษา และโรงเรียนการศึกษาพิเศษ ส่วนการควบคุมโรงเรียนได้ปรับให้รัดกุมและเหมาะสมกับยุคสมัยยิ่งขึ้น โดยได้จัดให้มีบทบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองการทำงานและการสงเคราะห์ครูใหญ่และครู จัดให้มีกองทุนสงเคราะห์เพื่อสงเคราะห์และให้สวัสดิการแก่ครูใหญ่และครู จัดให้มีคณะกรรมการควบคุมโรงเรียนเพื่อช่วยดำเนินกิจการโรงเรียนในระหว่างที่โรงเรียนจะต้องถูกเพิกถอนใบอนุญาต พร้อมกันนี้ได้จัดให้มีคณะกรรมการการศึกษาเอกชนขึ้นเพื่อให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาของโรงเรียนเอกชนแก่รัฐมนตรีอีกด้วย

ส่วนพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชนที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน คือ พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 เป็นการปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนราษฎร์ที่ประกาศใช้มานานแล้วให้มีบทบัญญัติที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบันยิ่งขึ้น สาระสำคัญของกฎหมายฉบับนี้ได้กล่าวถึงความทั่วไปของคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ลักษณะและการจัดตั้งโรงเรียน การบริหารและการควบคุมโรงเรียน จรรยาบรรณ วินัยและหน้าที่ การอุดหนุนส่งเสริมและการช่วยเหลือโรงเรียน ครูใหญ่และครู คณะกรรมการการคุ้มครองการทำงาน การเพิกถอนใบอนุญาตและมาตรการพิเศษ การอุทธรณ์ พนักงานเจ้าหน้าที่ บทกำหนดโทษ และบทเฉพาะกาลต่างๆ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2526 : 14) ได้กล่าวถึงแนวนโยบายการจัดการศึกษาเอกชนไว้ดังนี้

นโยบายหลัก

ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2525 เป็นต้นไป นโยบายของรัฐต่อการจัดการศึกษาเอกชนสายสามัญต่ำกว่าระดับอุดมศึกษามีดังนี้

รัฐเปิดโอกาสให้เอกชนที่มีความสามารถ มีคุณสมบัติและมีเจตจำนงที่จะจัดการศึกษาเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมเป็นผู้จัด ร่วมจัด และร่วมรับภาระในการจัดการศึกษา โดย

รัฐให้การส่งเสริมสนับสนุนให้สถานศึกษาเอกชนมีความคล่องตัวในการดำเนินการทั้งด้านวิชาการและการบริหาร รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพการจัดการศึกษาเอกชนทุกระดับและประเภทการศึกษาเพื่อให้การจัดการศึกษาของเอกชนมีคุณภาพทัดเทียมการจัดการศึกษาของรัฐ

นโยบายการจัดการศึกษาเอกชน ระดับก่อนประถมศึกษา

1. รัฐสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชน ท้องถิ่น เอกชนหรือคณะบุคคลเป็นผู้ให้การศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาได้แก่ก่อนประถมศึกษา ทั้งในระบบโรงเรียน เช่น โรงเรียนอนุบาล และนอกระบบโรงเรียน เช่น ศูนย์พัฒนาเด็ก ฯลฯ

2. รัฐจะจัดการศึกษาในระดับก่อนประถมศึกษาเฉพาะเพื่อการวิจัยทดลอง เพื่อเป็นการพัฒนารูปแบบให้เป็นตัวอย่าง และจัดการศึกษาในท้องถิ่นที่ด้อยกว่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมโดยเฉพาะเด็กกลุ่มที่มีโอกาสน้อยในการรับบริการเชิงสังคม

หน่วยศึกษานิเทศน์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2544 : 1-26) ได้กล่าวถึงแนวปฏิบัติของสถานศึกษาเอกชนเพื่อการปฏิรูปการเรียนรู้ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 2542ไว้ดังนี้

ตอนที่ 1 ความเกี่ยวข้องในบริบทของสถานศึกษากับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติได้บัญญัติสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่ายและหลายเรื่อง สถานศึกษาก็มีส่วนที่พระราชบัญญัติได้กล่าวถึงอยู่หลายประเด็น ซึ่งพอพิจารณาแยกตามหมวดต่างๆ ได้ดังนี้

หมวดที่ 1 ความมุ่งหมายและหลักการจัดการศึกษาโดยสถานศึกษาจะต้องจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (มาตรา 6) รวมไปถึงการจัดกระบวนการเรียนรู้ สถานศึกษาต้องมุ่งปลูกฝังจิตสำนึกค่านิยมที่ดีงาม (มาตรา 7) และจัดการศึกษาให้เป็นไปตามหลักการจัดการศึกษาที่ต้องเป็นการศึกษาตลอดชีวิต ให้สังคมมีส่วนร่วม และเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (มาตรา 8)

หมวดที่ 2 สิทธิและหน้าที่ทางการศึกษา ในการจัดการศึกษาต้องคำนึงถึงสิทธิของผู้เรียนที่จะได้รับอย่างเสมอภาค ไม่เก็บค่าใช้จ่ายและมีคุณภาพ (มาตรา 10)

หมวดที่ 3 ระบบการศึกษา ตามพระราชบัญญัติการศึกษากำหนดให้การจัดการศึกษามี 3 รูปแบบ คือการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย โดยสถานศึกษาอาจจัดการศึกษาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือทั้งสามรูปแบบและให้มีการเทียบโอนกันได้ (มาตรา 15)

หมวดที่ 4 แนวการจัดการศึกษา ซึ่งเป็นทิศทางของกระบวนการจัดการศึกษาของชาติทุกระดับ สำหรับเป็นแนวทางในการจัดหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ของผู้เรียน ผู้ที่เกี่ยวข้องที่ถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด

ในการจัดการศึกษา เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ สถานศึกษาจะต้องคำนึงถึงหลักที่ว่าผู้เรียนสำคัญที่สุด สามารถพัฒนาตนเองเต็มศักยภาพ (มาตรา 22) สถานศึกษาอาจต้องดำเนินงาน จัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจ ความถนัด ฝึกทักษะ กระบวนการคิด การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง บูรณาการความรู้ด้านต่างๆ ส่งเสริมให้ผู้สอนจัดบรรยากาศเอื้อต่อการเรียนรู้และจัดการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาทุกสถานที่ (มาตรา 24)

ในด้านการประเมินผลการศึกษาของผู้เรียนแต่ละระดับ สถานศึกษาจะต้องใช้วิธีประเมินอย่างหลากหลาย ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงการประเมินด้านคุณธรรม และค่านิยมด้วย นอกจากนี้การจัดสรรโอกาสให้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับใดจะต้องนำผลประเมินมาพิจารณาด้วย สถานศึกษาจะต้องจัดการประเมินผู้เรียนโดยพิจารณาจากพัฒนาการของผู้เรียน ความประพฤติ การสังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การทดสอบควบคู่กับกระบวนการเรียนการสอน ให้สถานศึกษาใช้วิธีการที่หลากหลายในการจัดสรรโอกาสเข้าศึกษาต่อและให้นำผลการประเมินผู้เรียนมาใช้ประกอบการพิจารณาด้วย (มาตรา 26)

ในด้านการกำหนดแนวทางการจัดทำหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน จะมีผู้รับผิดชอบดำเนินการ 2 ระดับ คือ ระดับชาติ เป็นหน้าที่ของคณะกรรมการขั้นพื้นฐาน และระดับท้องถิ่น เป็นหน้าที่ของสถานศึกษา โดยสถานศึกษามีหน้าที่จัดทำสาระของหลักสูตรเสริมในส่วนเกี่ยวกับสภาพปัญหาในชุมชน สังคม ภูมิปัญญาท้องถิ่น คุณลักษณะที่พึงประสงค์ เพื่อเป็นสมาชิกที่ดีของครอบครัว ชุมชน สังคม ประเทศชาติ (มาตรา 27)

ในส่วนของการมีส่วนร่วม บุคคล สถาบัน องค์กรจากภายนอก องค์กรชุมชน ชุมชนเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน สถานศึกษาต้องร่วมกับทุกส่วนในชุมชน ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน โดยจัดกระบวนการเรียนรู้ภายในชุมชน และเปลี่ยนประสบการณ์พัฒนาชุมชน จัดการศึกษาอบรม แสวงหาความรู้ เลือกรรภูมิปัญญา เพื่อพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับสภาพ ปัญหาและความต้องการ (มาตรา 29)

การพัฒนากระบวนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ สถานศึกษาต้องพัฒนากระบวนการเรียนการสอน ส่งเสริมให้ผู้สอนสามารถวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับวัย (มาตรา 30)

หมวดที่ 5 การบริหาร และการจัดการศึกษา

ส่วนที่ 3 การบริหารและการจัดการศึกษาเอกชน

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ได้สนับสนุนให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา โดยรัฐจะช่วยเหลือ สนับสนุน ด้านการเงิน การลดหย่อนภาษี สิทธิประโยชน์อื่นที่เป็นประโยชน์ต่อสถานศึกษาเอกชน ส่งเสริมสนับสนุนด้านวิชาการ เพื่อให้สถานศึกษาเอกชนมีมาตรฐาน สถานศึกษาเอกชนจะต้องเป็นนิติบุคคล บริหารโดยคณะกรรมการมีอิสระภาพในด้านการบริหารการจัดการอยู่ภายใต้การกำกับ ติดตาม ประเมินคุณภาพและมาตรฐานจากรัฐ

การบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชนให้ความเป็นอิสระ โดยมีการกำกับ ติดตาม ประเมินคุณภาพมาตรฐานการศึกษาจากรัฐ โดยจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพเช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐ (มาตรา 43)

ในการดำเนินกิจการของสถานศึกษาเอกชน สถานศึกษาเอกชนจะต้องเป็นนิติบุคคลและมีคณะกรรมการบริหารสถานศึกษา ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา ผู้รับใบอนุญาต ผู้แทนผู้ปกครอง ผู้แทนองค์กรชุมชน ผู้แทนครู ผู้แทนศิษย์เก่า และผู้ทรงคุณวุฒิ (มาตรา 44)

หมวดที่ 6 มาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา

การประกันคุณภาพภายในสถานศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพทางการศึกษา และการปฏิรูปการศึกษาไทย จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กำหนดให้สถานศึกษาทุกแห่งต้องดำเนินการเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษา ดังนี้

สถานศึกษาต้องจัดให้มีระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาและถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยมีการจัดทำรายงานประจำปีเสนอต่อหน่วยงานต้นสังกัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา (มาตรา 48) เพื่อรองรับการประกันคุณภาพภายนอกซึ่งจะได้รับการประเมินจากสำนักงานรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาอย่างน้อยหนึ่งครั้งในทุกห้าปี (มาตรา 49)

สถานศึกษาต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ที่มีข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานศึกษา ตลอดจนให้บุคลากรผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานศึกษาให้ข้อมูลแก่สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา เพื่อทำการประเมินคุณภาพภายนอก (มาตรา 50) หากสถานศึกษาใดมีผลการประเมินภายนอกไม่ได้ตามมาตรฐาน ให้สถานศึกษานั้นปรับปรุงแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด (มาตรา 51)

หมวดที่ 7 ครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา

การปฏิรูปการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 เน้นการปฏิรูปการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสำคัญที่สุด ผู้เรียนควรได้รับการส่งเสริมศักยภาพตามความถนัดของตน นักเรียนจะมีครูที่หลากหลาย สถานศึกษาจึงต้องระดมทรัพยากรบุคคลในชุมชนให้มีส่วนในการจัดการศึกษา โดยนำประสบการณ์ ความรอบรู้ ความชำนาญ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของบุคคลดังกล่าวมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา (มาตรา 57)

หมวดที่ 8 การบริหารและการจัดการสถานศึกษา

ให้สถานศึกษาสามารถจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีคุณภาพมาตรฐาน บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หลักการและแนวการจัดการศึกษาที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 นั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยปัจจัยด้านอื่นๆ เข้ามาประกอบด้วย โดยเฉพาะด้านการระดมทรัพยากรและการลงทุนเพื่อการศึกษา ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ซึ่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติได้บัญญัติเรื่องดังกล่าวไว้ในหมวด 8 และหมวด 9 ตามลำดับ หากกล่าวเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสถานศึกษาโดยตรง บทบาทในการระดมทรัพยากร เพื่อการศึกษาเป็นของทั้งบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถานประกอบการและสถาบันสังคมอื่น โดยเป็นผู้จัดและมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา บริจาคทรัพย์สินและทรัพยากรอื่นให้แก่สถานศึกษาและมีส่วนร่วมกับการค่าใช้จ่ายทางการศึกษาตามความเหมาะสม และความจำเป็น (มาตรา 58)

นอกจากนี้ สถานศึกษายังต้องจัดให้มีระบบการตรวจสอบ ติดตาม ประเมิน ประสิทธิภาพและประสิทธิผล การใช้งบประมาณการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับหลักการ ศึกษา แนวการจัดการศึกษาและคุณภาพมาตรฐานการศึกษาอีกด้วย (มาตรา 62)

หมวดที่ 9 ในส่วนของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา สถานศึกษามีบทบาทที่สำคัญในการจัดให้มีการพัฒนาบุคลากรทั้งด้านผู้ผลิตและผู้ใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา มุ่งให้มีความรู้ความสามารถและทักษะในการผลิตรวมทั้งการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีคุณภาพและประสิทธิภาพ (มาตรา 65) อีกทั้งสถานศึกษาพึงตระหนักว่าผู้เรียนมีสิทธิได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในโอกาสแรกทำได้ เพื่อให้มีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (มาตรา 65)

สาระที่สรุปมาดังกล่าวข้างต้น สถานศึกษาเอกชนจะต้องเร่งดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมในการปฏิรูปการเรียนรู้ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ซึ่งทุกฝ่ายต้องเร่งดำเนินการให้เป็นไปตามที่บัญญัติไว้ รวมทั้งต้องคำนึงถึงพระราชบัญญัติการศึกษาเอกชนที่จะประกาศออกมาเพื่อความชัดเจนในการบริหารและการจัดการศึกษาเอกชนอีกส่วนหนึ่ง

ตอนที่ 2 บทบาทหน้าที่ของสถานศึกษา

ในการปฏิรูปการเรียนรู้ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ สถานศึกษาจะต้องเร่งดำเนินการในส่วนที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติได้กล่าวถึงไว้ในตอนที่ 1 โดยยึดหลักการและความมุ่งหมายในการจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาอย่างเคร่งครัด เพื่อให้สิ่งที่บัญญัติไว้บรรลุผลถึงผู้เรียนอย่างแท้จริง สถานศึกษาควรดำเนินการในสิ่งต่างๆ เหล่านี้ คือ

1. สร้างความเข้าใจในเนื้อหา สาระและแนวทางปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ร่วมกับบุคลากรและชุมชน
2. สร้างความมั่นใจและหลักประกันการศึกษาให้กับผู้ปกครองและชุมชน
3. นำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจัดการศึกษา
4. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถจัดการเรียนการสอนตามแนวทางการปฏิรูปการเรียนรู้
5. ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
6. ส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนมีทักษะและนิสัยใฝ่รู้ ใฝ่เรียนอย่างต่อเนื่อง
7. พัฒนาสถานศึกษาให้มีบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ มีสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสมและทรัพยากรอย่างเพียงพอ ตลอดจนแหล่งการเรียนรู้ที่หลากหลาย
8. พัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการ ความถนัด ความสนใจของผู้เรียนและชุมชน ในลักษณะบูรณาการทั้งสาระการเรียนรู้และคุณธรรม จริยธรรมที่ได้สัดส่วนสมดุลกัน
9. ส่งเสริม สนับสนุนครูผู้สอนให้ใช้ผลการวิจัยในชั้นเรียนมาพัฒนาผู้เรียน
10. สร้างเครือข่ายและพัฒนาความร่วมมือในการจัดการเรียนรู้ การใช้แหล่งการเรียนรู้ ร่วมกันระหว่างสถานศึกษากับชุมชน
11. พัฒนาการบริหารและการจัดการศึกษาในรูปของคณะบุคคล
12. พัฒนาและใช้ประโยชน์จากข้อมูลและสารสนเทศทั้งที่เป็นข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลแหล่งการเรียนรู้
13. กำหนดมาตรฐานเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษา
14. ใช้ระบบการประกันคุณภาพภายในเพื่อพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษา โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

บทบาทหน้าที่ของสถานศึกษาเอกชนเหล่านี้ถือว่าเป็นภาระงานที่สถานศึกษาเอกชนจะต้องวางแผนและกำหนดวิธีการดำเนินการ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้บังเกิดผลต่อไป

ตอนที่ 3 แนวปฏิบัติของสถานศึกษาเอกชน

สถานศึกษาเอกชนมีส่วนที่จำเป็นจะต้องดำเนินการในบทบาทของสถานศึกษาอยู่หลายประเด็นดังกล่าวไว้ข้างต้น จึงมีข้อเสนอแนะในการดำเนินการเพื่อตอบสนองการปฏิรูปการเรียนรู้ มีสาระสำคัญ ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาบุคลากร

ในการปฏิรูปการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้จากความร่วมมือของบุคลากรทุกคนในสถานศึกษา โดยมีจุดอยู่ที่การสร้างความเข้าใจร่วมกันในเรื่องต่างๆ ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ทุกหมวด ทุกประเด็น โดยเฉพาะส่วนที่ตนเองเกี่ยวข้องโดยตรง ซึ่งการพัฒนาบุคลากร มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1.1 ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการ

สถานศึกษาจะทราบสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรได้จากการรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรภายในสถานศึกษาเอง เพราะการจะพัฒนาบุคลากรในเรื่องใด เมื่อใดนั้น ต้องคำนึงถึงสภาพปัญหาและความต้องการเป็นอันดับแรก

1.2 กำหนดวิธีการพัฒนา

หลักจากทราบความต้องการในการพัฒนา เพราะสภาพปัญหาและความต้องการนั้นๆ มีวิธีการดำเนินการได้หลายวิธี อาทิ ประชุม อบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน ศึกษาเพิ่มเติมทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น

1.3 ติดตามประเมินผล

เมื่อดำเนินการพัฒนาบุคลากรแล้วก็เป็นที่หน้าที่ของสถานศึกษาจะต้องตรวจสอบว่าผลการพัฒนานั้นๆ ส่งผลทำให้ความมุ่งหวังที่ต้องการบังเกิดสัมฤทธิ์ผลหรือไม่อย่างไร

2. ด้านการบริหารและการจัดองค์กร

ด้านการบริหารและการจัดการสถานศึกษาเอกชนจะต้องมีการบริหารในรูปแบบคณะกรรมการ โดยแต่งตั้งคณะกรรมการภายในสถานศึกษา ดังต่อไปนี้

2.1 คณะกรรมการบริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย ผู้รับใบอนุญาต

ผู้อำนวยการสถานศึกษา ผู้แทนผู้ปกครอง ผู้แทนองค์กรชุมชน ผู้แทนครู ผู้แทนศิษย์เก่า และผู้ทรงคุณวุฒิ

คณะกรรมการบริหารสถานศึกษา มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ให้ความเห็นชอบนโยบายและแผนพัฒนาการศึกษาของสถานศึกษา
2. ควบคุมดูแลการบริหารและการจัดการสถานศึกษาในด้านบุคลากร
แผนงาน งบประมาณ วิชาการ กิจกรรมนักเรียน อาคารสถานที่และความสัมพันธ์กับชุมชน
3. พิจารณาแต่งตั้งและถอดถอนผู้อำนวยการ
4. ให้ความเห็นชอบการแต่งตั้งและถอดถอนรองผู้อำนวยการ
5. ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา และการ
ประเมินคุณภาพการศึกษาจากหน่วยงานภายนอกสถานศึกษา
6. ให้คำปรึกษา แนะนำแก่ผู้อำนวยการสถานศึกษาในกิจการที่เกี่ยวข้องกับ
สถานศึกษา รวมทั้งติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการ
สถานศึกษา
7. ให้ความเห็นชอบในการกำหนดข้อบังคับและระเบียบต่างของสถานศึกษา
8. ให้ความเห็นชอบในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานกิจการของสถานศึกษา
9. ให้ความเห็นชอบรายงานประจำปีและงบการเงินประจำปีรวมทั้งให้ความ
เห็นชอบการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีสถานศึกษา
10. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่กฎหมายระบุให้เป็นอำนาจหน้าที่ของ
คณะกรรมการบริหารสถานศึกษา

2.2 คณะกรรมการบริหารหลักสูตรระดับสถานศึกษา ประกอบด้วย

ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย ผู้แทนหัวหน้าหมวด/กลุ่มวิชา (2-3 คน) ผู้แทนคณะกรรมการบริหารสถานศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ/นักวิชาการ ผู้แทนคณะครู ฝ่ายวิชาการและผู้ประเมินผลหรือแผนงาน

มีหน้าที่

1. วางแผน กำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตรระดับสถานศึกษาและทิศทางการจัดสาระการเรียนรู้และกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน
2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญที่สุดและการประเมินผลตามสภาพจริง
3. ส่งเสริมสนับสนุนการวิจัยในการพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้
4. ประสานความร่วมมือจากบุคคล หน่วยงาน องค์กรต่างๆ และชุมชนเพื่อการใช้หลักสูตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5. นิเทศ กำกับ ติดตาม ให้คำปรึกษา และพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตร

6. ตรวจสอบ ทบทวน ประเมินผลการปฏิบัติงานของครูและผลการใช้หลักสูตรระดับสถานศึกษาในรอบปีที่ผ่านมา ตลอดจนวางแผนการพัฒนาหลักสูตรในปีถัดไป

2.3 คณะกรรมการพัฒนาและบริหารหลักสูตรระดับกลุ่มวิชา ประกอบด้วย รองผู้อำนวยการสถานศึกษาฝ่ายวิชาการ หัวหน้า/กลุ่มวิชาทุกกลุ่มวิชา ผู้แทนครูและ หัวหน้ากลุ่มวิชาที่ได้รับมอบหมาย

มีหน้าที่

1. วางแผนจัดทำรายละเอียดของสัดส่วน การจัดการจัดสาระการเรียนรู้และ กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนรายปี/รายภาค

2. กำหนดรายวิชาในสาระเรียนรู้แกนร่วม แกนเลือก และเลือกเสรี ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน

3. จัดทำคู่มือเอกสารหลักสูตร ตลอดจนนิเทศ กำกับ ติดตาม ให้คำปรึกษา และพัฒนาเกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ การวัดและการประเมินผลให้เป็นไปตาม มาตรฐานการเรียนรู้/กลุ่มวิชา

4. ประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้นักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน และนำข้อมูลย้อนกลับจากฝ่ายต่างๆ มาพิจารณาเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร

5. จัดให้มีการนำหลักสูตรไปใช้ โดยการเลือกกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับธรรมชาติของสาระการเรียนรู้และเหมาะสมกับผู้เรียน

6. ส่งเสริมให้มีบูรณาการหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้

7. ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยในชั้นเรียนเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนา กระบวนการเรียนรู้

8. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการวางแผนประเมินผลการเรียนรู้รายวิชาต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แสดงความสามารถที่แท้จริงของผู้เรียน

9. ตรวจสอบ ประเมินมาตรฐานการปฏิบัติของครูและการใช้หลักสูตร

2.4 คณะที่ปรึกษา ประกอบด้วย ผู้แทนชุมชน/ผู้ประกอบการในท้องถิ่น/ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้แทนผู้ประกอบการและ ผู้แทนศิษย์เก่า

มีหน้าที่

ให้คำปรึกษาตามที่คณะกรรมการบริหารหลักสูตรของสถานศึกษาขอความร่วมมือ

2.5 คณะอนุกรรมการกลุ่มวิชา ประกอบด้วย หัวหน้ากลุ่มวิชา ครูผู้สอนในกลุ่มวิชา

มีหน้าที่

1. นำมาตรฐานการเรียนรู้ และสาระการเรียนรู้ช่วงชั้นของกลุ่มวิชามาจัดทำเป็นมาตรฐานการเรียนรู้และสาระการเรียนรู้รายปี/รายภาค
2. ร่วมกันพัฒนาแผนการสอนรายวิชาที่เป็นมาตรฐานแกนกลางเพื่อให้ครูแต่ละคนสามารถปรับใช้ได้ตามความเหมาะสม
3. ร่วมกันพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่พัฒนาส่งเสริมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
4. ร่วมกันกำหนดแนวทางพัฒนาเครื่องมือ และติดตามการดำเนินวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของนักเรียนให้เป็นไปตามมาตรฐานการเรียนรู้ที่กำหนด
5. รวบรวมข้อมูลเพื่อการจัดทำคู่มือ และการประชาสัมพันธ์หลักสูตร ตลอดจนการประเมินการใช้หลักสูตรในระดับคณะกรรมการบริหารหลักสูตรกลุ่มวิชา
6. สนับสนุนส่งเสริมการจัดกระบวนการเรียนรู้
7. นิเทศภายในเพื่อพัฒนาคุณภาพครู และกระบวนการเรียนรู้

3. ด้านการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาเอกชน

สถานศึกษาต้องจัดให้มีการประกันคุณภาพภายในและรับการประกันคุณภาพจากภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกันคุณภาพภายในเป็นสิ่งที่สถานศึกษาทุกแห่งจะต้องปฏิบัติเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา และเพื่อให้เป็นไปตามสาระในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ สถานศึกษาต้องกำหนดมาตรฐานเพื่อใช้เป็นเกณฑ์เพื่อพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษาและใช้ระบบการประกันคุณภาพภายใน เพื่อพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษา

4. ด้านการบริหารจัดการหลักสูตร

สถานศึกษาจะต้องพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการ ความถนัด และความสนใจของผู้เรียนและชุมชน ในลักษณะบูรณาการ ทั้งสาระการเรียนรู้ และคุณธรรม จริยธรรม ที่ได้สัดส่วน สมดุลกัน

5. ด้านการส่งเสริมการจัดสภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมที่ทางสถานศึกษาจะต้องดำเนินการมีข้อเสนอแนะในการดำเนินการดังนี้

1. พัฒนาสถานศึกษาให้มีบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ มีสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม และมีทรัพยากรอย่างเพียงพอ ตลอดจนจัดแหล่งการเรียนรู้ที่หลากหลาย การจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในสถานศึกษาให้เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะสนับสนุนให้ผู้เรียนเรียนรู้อย่างมีความสุข จากแหล่งการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมรอบตัว แนวปฏิบัติที่สถานศึกษาควรดำเนินการได้แก่

1.1 อาคารสถานที่

1.2 การจัดบรรยากาศในการเรียนการสอน

1.3 จัดสภาพแวดล้อมทางวิชาการในสถานศึกษาให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ตามความสนใจและความต้องการของผู้เรียน

2. พัฒนาและใช้ประโยชน์จากข้อมูลและสารสนเทศทั้งที่เป็นข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลแหล่งการเรียนรู้ การบริหารจัดการสถานศึกษาให้มีคุณภาพนั้น สถานศึกษาจำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาของโรงเรียนให้มีความทันสมัยเป็นระบบ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีแนวที่สถานศึกษาควรดำเนินการดังนี้

2.1 จัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ

2.2 ประมวลข้อมูลและจัดทำสารสนเทศ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมกับการนำไปใช้

2.3 เผยแพร่ข้อมูลและนำข้อมูลสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน

2.4 ส่งเสริมให้ครูและบุคลากรมีความรู้ ความสามารถและทักษะในการผลิตและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อประโยชน์ต่อการเรียนการสอน

2.5 ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะเพียงพอในการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีสาร

สนเทศในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ตามความต้องการและความสนใจ ตลอดจนการบริการ แก่ชุมชน

2.6 ติดตาม ประเมินผลและปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบันและทันสมัยอยู่เสมอ

6. ด้านการร่วมมือกับชุมชน

ในส่วนของผู้ปกครองและชุมชนนั้น ในพระราชบัญญัติการศึกษากล่าวไว้ 2 ส่วน คือ

1. การให้ผู้ปกครอง ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้เรียน สถานศึกษาต้อง ระดมทรัพยากรจากชุมชนมาใช้ในการพัฒนาผู้เรียนด้วยการพยายามใช้ข้อมูลจากผู้ปกครอง ใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. การส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน สถานศึกษาควรจะคัดเลือกผู้มีภูมิ ปัญญาในท้องถิ่นมาเป็นผู้ดำเนินการประสานความร่วมมือกับกองทุนพัฒนาองค์กรชุมชน โดย เน้นการสร้างเครือข่ายและเทคโนโลยีทางการศึกษา ให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและเป็นสังคมแห่ง การเรียนรู้

7. ด้านการส่งเสริมให้ผู้เรียนศึกษาด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

การที่ผู้เรียนจะศึกษาด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตได้นั้นสถานศึกษามี ส่วนอย่างยิ่งในการช่วยส่งเสริม ซึ่งมีข้อเสนอแนะแนวทางในการดำเนินการได้ดังนี้

1. จัดสภาพแวดล้อมภายในสถานศึกษาให้มีแหล่งการเรียนรู้ที่หลากหลาย ภายในโรงเรียนและประสานความร่วมมือกับชุมชนที่สามารถเป็นแหล่งการเรียนรู้ได้ อาทิ ห้องสมุด ห้องประกอบต่างๆ ศูนย์การเรียนรู้ สถานประกอบการ สวนพฤกษศาสตร์ ฯลฯ
2. มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อปลูกฝังนิสัยใฝ่เรียนรู้ เช่น กิจกรรมส่งเสริมรักการ อ่าน ฝึกทักษะกระบวนการคิด การค้นคว้า เป็นต้น
3. ติดตามผลการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลการพัฒนามาปรับปรุง การดำเนินกิจกรรมและจัดให้เป็นการดำเนินการปกติของโรงเรียนโดยถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการ จัดกระบวนการเรียนรู้

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2541 : 34-46) ได้กำหนดปัจจัย หลักเกณฑ์และตัวชี้คุณภาพของโรงเรียนเอกชน โดยการสังเคราะห์เนื้อหาขององค์ประกอบและ มาตรฐานคุณภาพที่สำนักงานได้เคยกำหนดไว้ พร้อมทั้งศึกษาจากเกณฑ์มาตรฐานที่หน่วยงาน อื่นๆ แล้วปรับปรุงให้กะทัดรัดเหมาะสมกับสภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนประเภท

สามัญศึกษา อาชีวศึกษา และการศึกษานอกระบบ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้โรงเรียนได้ใช้ปัจจัยหลัก เกณฑ์และตัวชี้คุณภาพที่กำหนดขึ้นดังต่อไปนี้ เป็นกรอบในการพัฒนาและประเมินตนเองร่วมกับปัจจัยพื้นฐานอื่นๆที่มีอยู่แล้วจนมั่นใจและประกันได้ว่าประสบความสำเร็จเต็มศักยภาพ

เกณฑ์และตัวชี้คุณภาพของโรงเรียนเอกชน

ปัจจัยที่ 1

ปรัชญาและเป้าหมายของโรงเรียน

ปรัชญาของโรงเรียน หมายถึง แนวคิด อุดมการณ์หรือจุดมุ่งหมายสูงสุดในการจัดการศึกษาของโรงเรียนที่ใช้เป็นแนวทางกำหนดภารกิจของโรงเรียน

เป้าหมายของโรงเรียน หมายถึง สิ่งที่จะทำให้สำเร็จตามภารกิจการจัดการศึกษาของโรงเรียนที่อยู่ในกรอบของปรัชญาของโรงเรียน

เกณฑ์	ตัวชี้คุณภาพ
1. ปรัชญาและเป้าหมายของโรงเรียน เหมาะสมและใช้เป็นเครื่องชี้นำการ ดำเนินงานของโรงเรียนได้	1. ปรัชญามีสาระสำคัญที่สอดคล้องกับ ปรัชญาและจุดมุ่งหมายของการจัด การศึกษาของชาติ สนองความต้องการ ของชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง และ มุ่งเน้นการสร้างค่านิยมที่ถูกต้องให้เกิดแก่ ผู้เรียน 2. เป้าหมายมุ่งเน้นผลถาวรที่แท้จริงที่จะให้ เกิดแก่ผู้เรียนอย่างรอบด้าน สมดุล รวมทั้งเน้นประสิทธิภาพและความคุ้มค่า ของการจัดการศึกษาแต่ละระดับ/ หลักสูตร/ประเภทและสาขาวิชา 3. มีแนวดำเนินงานหรือแผนที่ชัดเจนรับ ปรัชญาและเป้าหมายของโรงเรียน 4. บุคลากรในโรงเรียนและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ได้เข้าใจปรัชญาและเป้าหมายของ โรงเรียนตรงกัน

ปัจจัยที่ 2

หลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน (ระดับก่อนประถมศึกษา)

หลักสูตร หมายถึง มวลประสบการณ์ที่โรงเรียนจัดให้ผู้เรียนทั้งภายในและภายนอกห้องเรียนเพื่อให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา

กระบวนการเรียนการสอน หมายถึง การจัดประสบการณ์และกิจกรรมในลักษณะของการเลี้ยงดูและให้การศึกษาแก่เด็กทุกด้านทั้งร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา ตามวัยและความสามารถของแต่ละบุคคลเพื่อเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

เกณฑ์	ตัวชี้คุณภาพ
1. จัดประสบการณ์และกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้เด็กมีพัฒนาการทุกด้านอย่างสมดุลและสอดคล้องกับหลักสูตร	1. มีแผนการจัดประสบการณ์ที่เหมาะสมและครอบคลุมพัฒนาการทางร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา สอดคล้องกับหลักสูตร 2. มีการจัดกิจกรรมหลายรูปแบบที่สอดคล้องตามแผนการจัดประสบการณ์ 3. มีการวิเคราะห์สภาพเด็กเป็นรายบุคคลและเป็นรายกลุ่ม 4. มีการใช้สื่อเหมาะสม สอดคล้องกับกิจกรรม เนื้อหา และเอื้อต่อการเรียนรู้ของเด็ก 5. ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในกิจกรรม 6. มีการนิเทศการจัดกิจกรรม/ประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง
2. ประเมินพัฒนาการทุกด้านโดยใช้วิธีที่เหมาะสมกับเด็กแต่ละวัย	1. มีการประเมินพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญาของเด็กได้เหมาะสมกับวัยเป็นรายบุคคลและรายกลุ่ม 2. มีการนำผลการประเมินพัฒนาการทุกด้านไปใช้พัฒนาและปรับปรุงการเรียนการสอน

ปัจจัยที่3

บุคลากร

บุคลากร หมายถึง ผู้บริหาร ครูผู้สอน และบุคลากรที่สนับสนุนหรือผู้ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ
ในโรงเรียน

เกณฑ์	ตัวชี้คุณภาพ
1. ผู้บริหารเป็นผู้นำระดับมืออาชีพ	1. มีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์และมีความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จในการทำงาน 2. ปฏิบัติตนและปฏิบัติงานเป็นแบบอย่างที่ดี
2. ครูผู้สอนทุกคนมีความรู้ ความสามารถ และ คุณธรรมเหมาะสมกับอาชีพครู	1. มีวุฒิ/ความรู้ ความสามารถสอดคล้องและ เพียงพอกับสาขาวิชาที่สอน 2. ปฏิบัติตนสอดคล้องกับจรรยาบรรณ วิชาชีพครู 3. มีความมุ่งมั่นต่อการพัฒนาตนเองสู่เกณฑ์ มาตรฐานวิชาชีพครู
3. บุคลากรสนับสนุนทุกคนมีความรู้ ความ สามารถและปฏิบัติงานเต็มศักยภาพ	1. มีความรู้ ความสามารถสอดคล้องกับงานที่ ได้รับมอบหมาย 2. มีความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จในการทำงาน เพื่อองค์กร (โรงเรียน)

ปัจจัยที่ 4

ทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน

ทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน หมายถึง มวลทรัพยากรที่นำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ อาคารสถานที่ สภาพแวดล้อม สื่อ นวัตกรรม วัสดุอุปกรณ์ และการเงินของโรงเรียน รวมทั้งระบบข้อมูลและเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างโรงเรียนกับองค์กรภายนอก

เกณฑ์	ตัวชี้คุณภาพ
1. จัดอาคารเรียน อาคารประกอบ ห้องเรียน ห้องประกอบ/สถานที่ฝึกปฏิบัติ และสภาพแวดล้อมเหมาะสมกับสภาพการใช้งาน	1. มีความมั่นคง แข็งแรง ปลอดภัย และมี การดูแล บำรุงรักษาอย่างเหมาะสม 2. มีห้องสมุด/มุมหนังสือ/ศูนย์วิชาการ พร้อมทั้งเอกสารและตำราเหมาะสมและเอื้อต่อการเรียนรู้ 3. มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก เพียงพอ เหมาะสม 4. จัดบรรยากาศและสภาพที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอนและให้เป็นแหล่งการเรียนรู้
2. จัดสื่อ วัสดุ อุปกรณ์ และนวัตกรรมที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อการเรียนการสอน	1. มีระบบการจัดหาและบำรุงรักษาที่มีประสิทธิภาพ 2. มีการบริการและส่งเสริมการใช้อย่างทั่วถึงและเป็นระบบ
3. จัดระบบการเงินที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน	1. มีแผนการใช้จ่ายเงินที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน 2. มีการใช้เงินตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ 3. มีการตรวจสอบและรายงานด้านการเงินอย่างเป็นระบบ
4. จัดระบบข้อมูล/เครือข่ายการเรียนรู้ของโรงเรียนให้เอื้อต่อการเรียนการสอน	1. มีการจัดทำและพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนและพัฒนาการเรียนรู้ 2. มีการให้บริการข้อมูลและสารสนเทศอย่างทั่วถึงและทันต่อความต้องการ 3. มีการสร้างความสัมพันธ์และได้รับความร่วมมือจากองค์กรภายนอก เช่น บ้าน ชุมชน สถานประกอบการ เป็นต้น

ปัจจัยที่ 5

การจัดการ การบริหาร

การจัดการ การบริหาร หมายถึง การปฏิบัติตามหน้าที่การบริหารโรงเรียนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ (คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรให้เกิดการประหยัดหรือสิ้นเปลืองน้อยที่สุดและ/หรือได้ผลมากที่สุด) และมีประสิทธิผล (คำนึงถึงความสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้) สามารถตรวจสอบได้ และพัฒนาระดับมาตรฐานการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

เกณฑ์	ตัวชี้คุณภาพ
1. มีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย	1. มีโครงสร้างการบริหารชัดเจนเหมาะสมกับขนาด และระดับการศึกษาของโรงเรียน 2. มีคู่มือ/แนวปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรครบถ้วนทุกฝ่าย 3. มีธรรมนูญโรงเรียน/แผนปรับปรุงโรงเรียนอย่างเหมาะสม 4. มีนวัตกรรม/เทคโนโลยี และระบบข้อมูล/สารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการที่เหมาะสม 5. มีการพัฒนาบุคลากรอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง
2. สร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นประชาธิปไตย	1. มีการทำงานเป็นทีม เปิดโอกาสให้ทุกคนแสดงความคิดเห็นและปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพ 2. เปิดโอกาสให้ผู้มีความสามารถเป็นผู้นำ โดยสามารถผลัดเปลี่ยนการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีได้
3. มีระบบการกำกับ ตรวจสอบ และ รายงานคุณภาพภายในที่เหมาะสม	1. มีการกำหนดขอบข่ายสาระการกำกับ ตรวจสอบและรายงานที่ครอบคลุมเป้าหมายและจุดเน้นการพัฒนาของโรงเรียนชัดเจน เน้นการประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและความคุ้มค่า (ความคุ้มค่า หมายถึง กลุ่มเป้าหมาย ได้รับประโยชน์เต็มและตรงกลุ่มเป้าหมาย

	ทุกระดับ)
	2. บุคลากรและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเข้าใจและดำเนินการตามระบบได้
	3. มีการเสนอรายงานการตรวจสอบคุณภาพภายในอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยที่ 6

กิจการนักเรียน/นักศึกษา

กิจการนักเรียน/นักศึกษา หมายถึง การดำเนินงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการบริการสวัสดิการ การปกครอง และกิจกรรมนักเรียน/นักศึกษาเพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะ คุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะที่พึงประสงค์

เกณฑ์	ตัวชี้คุณภาพ
1. จัดบริการและสวัสดิการต่างๆแก่ผู้เรียนเพื่อส่งเสริมพัฒนาการทั้งร่างกาย และจิตใจให้เหมาะสมกับวัย	1. มีการจัด/บริการโภชนาการและสุขาภิบาลที่ถูกต้องลักษณะ และเพียงพอ 2. มีการจัดสันทนาการ และบริการตรวจสอบสุขภาพอย่างทั่วถึง 3. มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยเหมาะสมกับสภาพของโรงเรียนและชุมชน 4. มีการจัดสวัสดิการ/ความช่วยเหลือที่เอื้ออำนวยให้นักเรียนที่มีความจำเป็นได้มีโอกาสได้เรียนอย่างเต็มที่ 5. มีการจัดบริการแนะแนวทุกด้านอย่างทั่วถึงและเป็นระบบ
2. ดำเนินงานปกครองนักเรียนเป็นระบบ	1. มีการกำหนดกฎ ระเบียบ แนวปฏิบัติสำหรับนักเรียนอย่างชัดเจนและมีผู้รับผิดชอบโดยตรง 2. มีการดูแล/ติดตามความประพฤติของนักเรียนอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง 3. มีการใช้ข้อมูลด้านความประพฤติของ

3. จัดกิจกรรมนักเรียนที่มุ่งเน้นส่งเสริมด้านทักษะและคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะที่พึงประสงค์อย่างหลากหลาย สอดคล้องกับความสนใจและความเหมาะสมกับวัย	นักเรียนมาพัฒนางานปกครอง 1. มีการเปิดโอกาสให้นักเรียนทุกคนเข้าร่วมกิจกรรมตามความสมัครใจ 2. มีการติดตามและประเมินผลการจัดกิจกรรมนักเรียนอย่างต่อเนื่อง
---	---

ปัจจัยที่ 7

สัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน

(ระดับก่อนประถมศึกษา)

สัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน หมายถึง ผลของการเรียนรู้หรือพัฒนาการโดยรวมที่เกิดขึ้นจริงของผู้เรียนตามที่กำหนดไว้ในจุดมุ่งหมายของหลักสูตร

เกณฑ์	ตัวชี้คุณภาพ
1. พัฒนาการด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญาของเด็กปรากฏเด่นชัดตามคุณลักษณะที่พึงประสงค์	1. มีสุขภาพร่างกาย แข็งแรงสมบูรณ์ เคลื่อนไหวได้คล่องแคล่ว ว่องไว และมีน้ำหนัก ส่วนสูงเหมาะสมกับวัยหรือเป็นไปตามเกณฑ์ 2. มีความร่าเริง ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความสุข แสดงออกทางอารมณ์ได้เหมาะสมกับสถานการณ์ 3. รู้จักช่วยเหลือตนเองและผู้อื่น รวมทั้งสามารถเข้าร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้เหมาะสม 4. สามารถใช้ภาษาโต้ตอบ สนทนาและแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆได้เหมาะสมกับวัย
2. พัฒนาการของเด็กก้าวหน้าเต็มตามศักยภาพ	1. มีพัฒนาการก้าวหน้าทุกด้านอย่างสมดุลตามวัยในแต่ละปี (ตั้งแต่แรกจนเข้าจนถึงปัจจุบัน) 2. มีผลงานที่แสดงความก้าวหน้าของผู้เรียน

กองโรงเรียนสามัญศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2538 : 19-29) ได้กล่าวถึงระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานในการจัดตั้งโรงเรียนอนุบาลเอกชนไว้ดังนี้

นโยบายในการจัดการศึกษาระดับอนุบาลในโรงเรียนเอกชน

1. เพื่อเตรียมความพร้อมนักเรียนอายุ 3-5 ปี
2. เพื่อให้การเตรียมความพร้อมต้องจัดให้บูรณาการเหมาะสมกับวัยของนักเรียนทั้งในด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ
3. เพื่อให้การพัฒนาการเตรียมความพร้อมของนักเรียนได้รับการดูแลจากบุคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ และผ่านการอบรมมาโดยเฉพาะ
4. เพื่อพัฒนาแนวการจัดประสบการณ์ แผนการจัดประสบการณ์ คู่มือครู สื่อการเรียนการสอน ให้เหมาะสมกับวัยของนักเรียน

นักเรียน

1. โรงเรียนจะรับนักเรียนเข้าเรียนได้เมื่อนักเรียนมีอายุครบ 3 ปี สำหรับโรงเรียนที่เปิดหลักสูตร 3 ปี และเมื่อนักเรียนมีอายุครบ 4 ปี สำหรับโรงเรียนที่เปิดหลักสูตร 2 ปี นับถึงวันเปิดภาคเรียน
2. นักเรียนที่โรงเรียนรับเข้าเรียน จะต้องผ่านการตรวจสอบสุขภาพและเสริมภูมิคุ้มกันตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด
3. นักเรียนที่สำเร็จชั้นอนุบาลปีที่ 3 จะต้องมีความรู้ซึ่งแสดงว่าได้ผ่านการพัฒนาการเตรียมความพร้อมทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด

การจัดประสบการณ์เตรียมความพร้อม

1. ให้ผู้รับใบอนุญาต ผู้จัดการ ครูใหญ่ และครู จัดประสบการณ์เตรียมความพร้อม ตามแนวการจัดประสบการณ์ แผนการจัดประสบการณ์ คู่มือครู ตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด
2. การจัดประสบการณ์เตรียมความพร้อม การพักผ่อน การรับประทานอาหาร จะต้องจัดให้สมดุลและเพียงพอกับความต้องการของเด็กแต่ละวัย
3. การประเมินผลการจัดประสบการณ์ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด

การบริหารโรงเรียน

1. ให้ผู้รับใบอนุญาต ผู้จัดการและครูใหญ่จัดทำแผนการด้านวิชาการ กิจกรรมนักเรียน การเงินและธุรการตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด ผู้รับใบอนุญาต ผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลจะต้องผ่านการอบรมตามที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด
2. ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีครูห้องเรียนละ 1 คน ต่อนักเรียน 30 คน ถ้านักเรียนเกิน 30 คน ต้องมีพี่เลี้ยงอีก 1 คน ในกรณีที่นักเรียนรวมกันทุกชั้นน้อยกว่า 30 คน โรงเรียนสามารถจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยมีครูคนเดียวสอนนักเรียนหลายชั้นได้ แต่ต้องมีพี่เลี้ยง 1 คน
3. ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีพี่เลี้ยง ซึ่งเป็นเพศหญิง มีความรู้ไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นหลักสูตร พ.ศ. 2521 และผ่านการอบรมตามที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด มีประสบการณ์และลักษณะนิสัยเหมาะสมที่จะดูแลเด็ก มีสุขภาพดี ร่างกายสมบูรณ์ ไม่ติดยาเสพติด และไม่เป็นโรคร้ายแรง พี่เลี้ยงไม่มีหน้าที่สอน แต่มีหน้าที่ช่วยเหลือครูในการจัดกิจกรรมการเตรียมความพร้อม ดูแลความปลอดภัย ความเรียบร้อยของนักเรียน อำนวยความสะดวก และการให้บริการต่างๆแก่นักเรียนในโรงเรียน
4. ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีทะเบียนพี่เลี้ยงตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด

โรงเรียน สถานที่และอาคาร

1. โรงเรียนอนุบาลที่จัดตั้งใหม่ จะต้องอยู่ห่างจากโรงเรียนที่ตั้งอยู่แล้วไม่น้อยกว่า 300 เมตร บนเส้นทางคมนาคมทางบก
2. บริเวณโรงเรียน ที่ดินต้องเป็นที่ผืนเดียวติดต่อกันมีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 90 ตารางวา ที่ดินที่ใช้จัดตั้งโรงเรียนต้องเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน หรือเป็นที่เช่า มีสัญญาเช่าซึ่งมีระยะเวลาเช่าเหลืออยู่นับแต่วันยื่นคำขอไม่น้อยกว่าสามปี พื้นที่ต้องไม่เป็นที่ลุ่ม และไม่มีสิ่งอันตรายแก่นักเรียน มีรั้วแสดงบริเวณโรงเรียนเป็นสัดส่วน ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ไม่เกิดอันตรายแก่เด็ก มีพื้นที่ให้นักเรียนเล่นไม่น้อยกว่า 1.2 ตารางเมตร ต่อนักเรียน 1 คน จะเป็นในร่มหรือกลางแจ้งก็ได้ และมีพื้นที่สำหรับพักผ่อนอย่างเพียงพอ
3. ห้ามใช้อาคารเรียนเป็นสถานที่รับเลี้ยงเด็กหรือดำเนินกิจการที่ไม่เกี่ยวกับกิจการของโรงเรียน
4. อาคารเรียน การใช้อาคารเรียนในระดับก่อนประถมศึกษา ให้ใช้ได้ไม่เกินชั้น

ที่สอง และจะต้องมีห้องสุขาในชั้นที่สองด้วย ห้องเรียนแต่ละห้องต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 35 ตารางเมตร และจะต้องเป็นห้องโล่ง ไม่มีเสา หรือสิ่งกีดขวาง มีแสงสว่างเพียงพอ มีการระบายอากาศให้ถ่ายเทได้สะดวก มีทางเข้าออก 2 ทาง แต่ละทางต้องไม่น้อยกว่า 80 เซนติเมตร ถ้ามีทางเข้าออกทางเดียวต้องไม่น้อยกว่า 1.60 เมตร ห้องนอนสำหรับนักเรียนต้องมีสัดส่วนพื้นที่ต่อนักเรียนไม่น้อยกว่า 1.2 ตารางเมตรต่อคน หรืออาจจะใช้ห้องเรียนเป็นห้องนอนด้วยก็ได้ แต่ต้องจัดให้มีที่นอนและอุปกรณ์ด้วย ห้องน้ำ/ห้องส้วม ต้องจัดให้มีจำนวนเพียงพอสำหรับเด็กนักเรียน ห้องส้วมต้องมีบังตาหรือประตู ไม่มีกลิ่นประทุหรือกลิ่นเหม็นจัดประทุ ถ้าอยู่นอกอาคารเรียน ทางเดินไปส้วมต้องมีหลังคากันแดดกันฝน ห้องบริหาร ได้แก่ ห้องสำหรับผู้บริหาร ธุรการ การเงินและบัญชี ห้องเตรียมอาหาร ห้องพยาบาลหรือมุมพยาบาล

ครุภัณฑ์และอุปกรณ์เตรียมความพร้อม

โรงเรียนต้องจัดให้มีครุภัณฑ์เครื่องใช้ ดังนี้

1. ครุภัณฑ์ประจำห้อง ได้แก่ โต๊ะนักเรียนสูงจากพื้นถึงขอบโต๊ะ 45-50

เซนติเมตร เป็นโต๊ะเตี้ยหรือโต๊ะหมุ่ก็ได้ เก้าอี้นักเรียน 25-30 เซนติเมตร กระดานสำหรับครู สูงจากพื้นถึงขอบกระดานช่วงล่าง 60 เซนติเมตร กว้าง-ยาว พอสมควรตามขนาดของห้อง แผ่นป้ายติดผลงานนักเรียนที่นักเรียนใช้ได้สะดวก ตู้หรือชั้นสำหรับนักเรียนเก็บอุปกรณ์การเรียน และของเล่น ที่เก็บเครื่องใช้ประจำตัวนักเรียน โต๊ะและเก้าอี้สำหรับครูทำงานให้มีความสูงใกล้เคียงกับของนักเรียน และตู้หรือชั้นใส่เอกสาร อุปกรณ์ของโรงเรียน

2. เครื่องใช้ประจำห้องต่างๆ ได้แก่ ที่รับประทานอาหาร ต้องมีโต๊ะสูงจาก

พื้นถึงขอบโต๊ะ 45-50 เซนติเมตร เก้าอี้หรือม้านั่งสูง 25-30 เซนติเมตร อุปกรณ์ในการรับประทานอาหาร ได้แก่ ถาดหลุม หรือ จาน ชาม ช้อนส้อม แก้วน้ำ ผ้าเช็ดมือ และกรณีที่ห้องอาหารไม่มีมุ้งลวดให้มีผ้าชีปิดครอบอาหาร ห้องพยาบาลหรือมุมพยาบาล ต้องมียาสามัญประจำบ้าน เครื่องชั่งน้ำหนัก วัดส่วนสูง สายวัดรอบอก กระโถน ที่นอน ผ้าปูที่นอน หมอน ปลอกหมอน ผ้ายาง เครื่องเวชภัณฑ์ สำหรับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น รวมทั้งให้มีตู้ยา และตู้เก็บเครื่องเวชภัณฑ์ของโรงเรียน ห้องนอน ถ้าพื้นห้องเป็นพื้นไม้ ให้ใช้เสื่อปูนอนได้ ถ้าเป็นพื้นซีเมนต์ให้มีที่รองนอน เช่น ที่นอน ผ้านวม หรือที่นอนฟองน้ำ และจัดให้มีหมอนแบนหรือผารองศีรษะ ห้องน้ำต้องมีที่วางสบู่ ชันน้ำและราวแขวนผ้าเช็ดหน้า นอกจากนี้โรงเรียนต้องจัดให้มีสัญญาณบอกเวลาของโรงเรียน เสาธง และธงชาติไทย รวมทั้งมีสิ่งสักการะทางศาสนาและพระบรมฉายาลักษณ์ ประดิษฐานไว้ในที่อันสมควร

3. อุปกรณ์เตรียมความพร้อม โรงเรียนต้องจัดให้มี สื่อ-วัสดุอุปกรณ์เตรียม

ความพร้อม สื่อสื่อ-วัสดุอุปกรณ์ และบัญชีรายชื่ออุปกรณ์ เครื่องเล่นตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด เครื่องเล่นหรือของเล่นในห้องเรียน โรงเรียนต้องจัดให้มี

ตามบัญชีรายชื่อที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด และเครื่องเล่นที่พัฒนากล้ามเนื้อใหญ่ต้องมีตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด

กองนโยบายและแผน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2545 : 1-3) ได้กล่าวถึง หลักเกณฑ์ เงื่อนไขการขออนุญาตเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าธรรมเนียมอื่นของโรงเรียนก่อนประถมศึกษาไว้ดังนี้

หลักเกณฑ์

ก. การเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน

1. โรงเรียนประเภทสามัญศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาที่ได้รับเงินอุดหนุนรายหัวนักเรียนในอัตราไม่เกินร้อยละ 40 ของค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียนภาครัฐปีการศึกษา 2545 ให้ขอเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนได้ปีละ 4,668 บาท

2. โรงเรียนประเภทสามัญศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาที่ได้รับเงินอุดหนุนรายหัวนักเรียนในอัตราไม่เกินร้อยละ 60 ของค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียนภาครัฐปีการศึกษา 2545 ให้ขอเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนได้ปีละ 3,112 บาท

3. โรงเรียนประเภทสามัญศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาที่ได้รับเงินอุดหนุนรายหัวนักเรียนในอัตราไม่เกินร้อยละ 40 หรือร้อยละ 60 ของค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียนภาครัฐปีการศึกษา 2545 หากประสงค์จะขอเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนเพิ่มขึ้น จะต้องชี้แจงเหตุผลและความจำเป็น แสดงแผนการใช้จ่ายเงิน และแผนการช่วยเหลือนักเรียนที่ประสบปัญหาทางการเงิน เสนอให้พิจารณาเป็นรายๆไป แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินไม่เกินค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียนภาครัฐปีการศึกษา 2545

4. โรงเรียนประเภทสามัญศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาที่ไม่ได้รับเงินอุดหนุน ให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียนตามอัตราเดิม ยกเว้นโรงเรียนที่ได้รับอนุญาตให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียนต่ำกว่าค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียนภาครัฐปีการศึกษา 2545 อยู่ก่อนแล้ว หากประสงค์จะขอเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนเพิ่มขึ้น จะต้องชี้แจงเหตุผลและความจำเป็น แสดงแผนการใช้จ่ายเงิน และแผนการช่วยเหลือนักเรียนที่ประสบปัญหาทางการเงิน เสนอให้พิจารณาเป็นรายๆไป แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินไม่เกินค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียนภาครัฐปีการศึกษา 2545

ข. การเก็บค่าธรรมเนียมอื่น ให้โรงเรียนประเภทสามัญศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา ขอเก็บค่าธรรมเนียมอื่นได้ตามความจำเป็น หากโรงเรียนจะขอเก็บเกินอัตราที่กำหนดหรือนอกเหนือรายการที่กำหนดไว้ให้ชี้แจงเหตุผลความจำเป็นประกอบคำขออนุญาตเป็นรายๆไป

วิธีการ

ให้โรงเรียนยื่นคำขอเปลี่ยนแปลงค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือค่าธรรมเนียมอื่นพร้อมด้วยสำเนาใบอนุญาตที่ได้รับอนุญาตครั้งล่าสุดต่อเจ้าหน้าที่และ/หรือเอกสารอื่นตามแต่กรณีภายในเวลาที่กำหนด

เงื่อนไข

1. โรงเรียนจะขออนุญาตเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือค่าธรรมเนียมอื่นได้ปีละ 1 ครั้ง
2. โรงเรียนต้องแจ้งค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือค่าธรรมเนียมอื่นให้ผู้ปกครองหรือนักเรียนทราบเป็นลายลักษณ์อักษร
3. กรณีที่โรงเรียนเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือค่าธรรมเนียมอื่นจากนักเรียนที่เรียนอยู่แล้วก่อนเปิดภาคเรียน หากผู้ปกครองและ/หรือนักเรียนประสงค์จะลาออกก่อนวันที่ 30 เมษายน โรงเรียนต้องคืนค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือค่าธรรมเนียมอื่นที่เรียกเก็บไว้ให้กับผู้ปกครอง พร้อมทั้งออกหลักฐานแสดงผลการเรียนให้ผู้ปกครอง ภายใน 7 วันนับแต่วันที่ขอลาออก
4. กรณีที่โรงเรียนเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือค่าธรรมเนียมอื่นจากนักเรียนที่เข้ามาเรียนใหม่ไว้ก่อนเปิดภาคเรียน หากผู้ปกครองและ/หรือนักเรียนประสงค์จะลาออกภายใน 7 วันทำการหลังจากเปิดภาคเรียน โรงเรียนต้องคืนค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือค่าธรรมเนียมอื่นส่วนที่ยังไม่ได้ใช้บริการให้ผู้ปกครองนักเรียน พร้อมทั้งคืนหลักฐานต่างๆ ให้ผู้ปกครองนักเรียนในวันที่ขอลาออก
5. การใช้สิทธิเบิกเงินสวัสดิการเกี่ยวกับการศึกษาของบุตรจากรัฐ ให้เป็นไปตามที่กระทรวงศึกษากำหนด
6. หลักเกณฑ์นี้ใช้จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

1.2 สภาพและปัญหาของการจัดการศึกษาของเอกชน

กรณีศึกษา สันตสว่าง (2541 : 16) ได้กล่าวถึงภาวะการณ์ของการศึกษาเอกชนไว้ว่า รัฐบาลได้มุ่งเน้นที่จะพัฒนาคน เป้าหมาย หลักการพัฒนาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2544 ประกอบกับ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ทำให้รัฐเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้ดำเนินการให้การศึกษา มาเป็นการผ่อนคลายเป็นเอกชนได้เข้ามามีบทบาทในการให้การศึกษามากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามในการดำเนินการบริหาร

การศึกษาของเอกชนนั้นประสบกับปัญหาและอุปสรรคอันเกิดจากนโยบายของรัฐที่ไม่ชัดเจนในเรื่องของการลงทุนทางการศึกษา ซึ่งทำให้เอกชนไม่ค่อยเข้ามาลงทุนทางการศึกษา รัฐจึงควรกำหนดนโยบายและบทบาทในการจัดการศึกษาของรัฐ ตลอดจนการให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดบริการทางการศึกษาให้ชัดเจน นอกจากนี้เอกชนยังมีความกังวลจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและการแข่งขัน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจยังไม่ดี มีปัญหาการว่างงานมาก การลงทุนทางการศึกษาย่อมมีอุปสรรคมากขึ้น ในด้านการแข่งขัน ซึ่งที่จริงแล้วการแข่งขันทำให้เอกชนได้มีความพยายามในการที่จะพัฒนาการจัดการศึกษาตลอดจนบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ แต่บางครั้งมีการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมเกิดขึ้น เพราะรัฐดำเนินการให้การศึกษาเช่นเดียวกันกับเอกชนแต่มีราคาถูกกว่า และมีนโยบายในการเปิดโอกาสให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนทางการศึกษาแข่งกับเอกชนไทย ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาทางการศึกษาของเอกชนไทย

ชูศักดิ์ ชื่นชมชาติ (2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายในการบริหารและการจัดการโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยผลวิจัยพบว่า สาเหตุสำคัญของปัญหาดังกล่าวเกิดจากนโยบายรัฐมีความไม่ชัดเจนแน่นอน มีการเร่งขยายการจัดการศึกษาของรัฐทุกระดับ อีกทั้งการที่หน่วยงานของรัฐยังคงมีบทบาทในการควบคุมมากกว่าที่จะมุ่งส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน ประกอบกับข้อจำกัดในด้านกฎหมาย กฎ ระเบียบต่างๆ ในการบริหารงานของสถานศึกษาเอกชนที่ไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องรายได้ที่ได้จากค่าธรรมเนียมไม่เพียงพอต่อรายจ่ายที่เกิดขึ้น เนื่องจากอัตราค่าธรรมเนียมที่กฎหมายกำหนดไม่สอดคล้องกับต้นทุนที่แท้จริง รัฐจึงควรมีนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมเอกชนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ปรับปรุงกฎหมายที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินงานของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และยกเลิกการควบคุมการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนให้เป็นไปโดยเสรี โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดและสอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปสภาพและปัญหาของการดำเนินงานในโรงเรียนเอกชนได้ว่า รัฐบาลในปัจจุบันมีนโยบายที่มุ่งพัฒนาระบบการศึกษาให้มีความก้าวหน้าโรงเรียนเอกชนจึงจะต้องปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานของโรงเรียนให้ดีขึ้น แต่เนื่องจากนโยบายต่างๆ ของรัฐที่มีนั้นยังไม่ชัดเจนทำให้เอกชนไม่สามารถบริหารงานได้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและผู้บริโภค โรงเรียนเอกชนยังประสบปัญหาต่างๆ มากมาย เช่น เรื่องรายได้และค่าใช้จ่าย เป็นต้น ดังนั้นรัฐจึงควรมีมาตรการที่แน่นอนในการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนเพื่อให้สถานศึกษาเอกชนได้พัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การจัดการศึกษาปฐมวัย

2.1 ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช (2536 : 25) ได้ให้ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัยไว้ว่า การศึกษาระดับปฐมวัย เป็นการปูพื้นฐานการศึกษาและส่งเสริมพัฒนาการด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา สำหรับเด็กวัย 3-6 ขวบ ให้มีความพร้อมที่จะเข้ารับการศึกษาและรับรู้ด้านวิชาการในระดับประถมศึกษา

จินตนา หมู่ผึ้ง (2525 : 2) ได้กล่าวถึง ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัยไว้ว่าเป็นการศึกษาของเด็กตั้งแต่ 0-6 ปี ซึ่งเป็นวัยของการวางพื้นฐานการศึกษาให้แก่เด็กในระยะเริ่มต้น ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะถ้าสามารถวางพื้นฐานให้เด็กมีเจตคติที่ถูกต้องตามความสามารถและความเหมาะสมแต่ละวัย ก็จะทำให้เด็กเกิดพัฒนาการอย่างเต็มที่ในทุกๆ ด้าน การศึกษาเบื้องต้นของเด็กมีรูปแบบต่างๆ เช่น โรงเรียนอนุบาล สถานรับเลี้ยงเด็ก ศูนย์เด็กปฐมวัย เป็นต้น ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมของเด็ก

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2540 : 1) ได้ให้ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัยไว้ว่า เป็นการพัฒนาเด็กแรกเกิดถึง 5 ปี โดยการอบรมเลี้ยงดูและส่งเสริมการเรียนรู้บนพื้นฐานที่สนองต่อธรรมชาติและพัฒนาการของเด็ก ด้วยความรัก เอื้ออาทร และความเข้าใจ เด็กต้องได้รับพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา อย่างสมดุลต่อเนื่องไปพร้อมกันทุกด้าน ประสบการณ์ต่างๆ ที่จัดให้เป็นประสบการณ์ตรงที่หลากหลายเหมาะสมกับวัยและวัฒนธรรมที่แวดล้อมตัวเด็ก ด้วยความร่วมมือกันระหว่างครอบครัว ชุมชน และสถานศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้เด็กทุกคนเรียนรู้และพัฒนาเต็มตามศักยภาพ ตลอดจนปฏิบัติกิจวัตรประจำวันอย่างมีความสุข และเติบโตเป็นพลเมืองที่มีประสิทธิภาพ

จากคำกล่าวต่างๆ สรุปได้ว่า การจัดการศึกษาปฐมวัย หมายถึง การเตรียมความพร้อมของเด็กอายุ 0-6 ปี ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา เพื่อให้เด็กมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามวัย โดยการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่หลากหลายและเหมาะสมกับตัวเด็ก ซึ่งอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดทางการศึกษาปฐมวัย

อารี พันธุ์ณี (2544 : 27-29) ได้กล่าวถึงทฤษฎีของ Sigmund Freud นักจิตแพทย์ชาวเวียนนา ในส่วนที่เกี่ยวกับเด็กปฐมวัยไว้ว่าประสบการณ์ชีวิตในวัยเด็ก โดยเฉพาะในช่วงแรกเกิดถึง 5 ขวบ ที่เกี่ยวกับการอบรมเลี้ยงดู เด็กจะได้รับฝังแน่นอยู่ในจิตใต้สำนึก และอาจจะแสดงเมื่อถูกกระตุ้นโดยเฉพาะในวัยผู้ใหญ่ โดย فروยด์ ได้กล่าวถึงพัฒนาการในลำดับขั้นอายุ 3-5 ขวบไว้ว่าความสนใจของเด็กจะเปลี่ยนมาสนใจเกี่ยวกับอวัยวะเพศ มักจะถามว่าตนเองเกิดมา

จากไหน ในขั้นนี้เด็กจะรักพ่อแม่ที่เป็นเพศตรงข้ามกับตน และลักษณะเช่นนี้ ทำให้เด็กเลียนแบบบทบาททางเพศจากพ่อหรือแม่ที่เป็นตัวแบบ หากพ่อแม่ปฏิบัติตามบทบาทที่ดี เด็กก็จะเลียนแบบและพัฒนาบทบาททางเพศของตนเป็นอย่างดี

ชุมพร ยงกิตติกุล (2539 : 4) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการเรียนรู้ของ Jerome Bruner ไว้ว่า บรูเนอร์เน้นเรื่องความสำคัญของผู้เรียนว่ามีบทบาทเด่นเป็นจุดศูนย์กลางของการเรียน ผู้สอนเป็นผู้ชี้แนะ ตั้งคำถาม ให้ข้อมูลย้อนกลับ ผู้เรียนจะมีความอยากรู้อยากเห็น จึงมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม สำรวจสิ่งแวดล้อมแล้วเกิดการเรียนรู้โดยการค้นพบขึ้น การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นด้วยวิธีนี้จึงเป็นการเรียนรู้ที่มีความหมายกับผู้เรียน

นรินทร์ แสงสวัสดิ์ (2539 : 1) ได้กล่าวถึงทฤษฎีในการเรียนการสอนของ Carl Rogers ไว้ว่า โรเจอร์มีความเชื่อพื้นฐานเกี่ยวกับการเรียนการสอนของบุคคลดังนี้

1. มนุษย์มีศักยภาพตามธรรมชาติในการเรียนรู้
2. ผู้เรียนจะจำหรือคงการเรียนรู้เฉพาะส่วนที่สำคัญสำหรับตน
3. การเรียนรู้เน้นที่ประสบการณ์ที่จะปรับเข้ากับตัวเองได้
4. การเรียนรู้ที่ดีเป็นการเรียนรู้กระบวนการที่จะเปิดตนเองเพื่อรับประสบการณ์ใหม่
5. ผู้เรียนควรมีส่วนร่วม มีส่วนรับผิดชอบในการเรียนรู้ของตนเอง
6. ผู้เรียนควรมีโอกาสได้ประเมินตนเองในการเรียนรู้ มากกว่าให้ผู้อื่นประเมิน
7. ผู้เรียนเป็นผู้ตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมหรือไม่มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนทั้งหมด

สิริมา ภิญโญนนตพงษ์ (2545 : 35 อ้างถึง Arnold Gesell. 1880-1961) ได้กล่าวถึงทฤษฎีพัฒนาการของกิเซลไว้ว่า เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับการเจริญเติบโตและพัฒนาการของเด็กทางร่างกาย เนื้อเยื่อ อวัยวะ หน้าที่ของอวัยวะต่างๆและพฤติกรรมที่ปรากฏขึ้นเป็นรูปแบบที่แน่นอนและเกิดขึ้นเป็นลำดับขั้น ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบรองที่ต่อเติมเสริมพัฒนาการต่างๆ กิเซลเชื่อว่าวุฒิภาวะจะถูกกำหนดโดยพันธุกรรม และมีในเด็กแต่ละคนมาตั้งแต่เกิด ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เด็กแต่ละวัยมีความพร้อมทำสิ่งต่างๆได้ ถ้าวุฒิภาวะหรือความพร้อมยังไม่เกิดขึ้นตามปกติในวัยนั้นๆ สภาพแวดล้อมจะไม่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการของเด็ก

สิริมา ภิญโญนนตพงษ์ (2545 : 35 อ้างถึง Jean Piaget. 1896-1982) ได้กล่าวถึงทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจต์ ไว้ว่าเป็นทฤษฎีที่เน้นถึงความสำคัญของการเป็นมนุษย์ อยู่ที่มนุษย์มีความสามารถในการสร้างความรู้ผ่านการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ซึ่งปรากฏอยู่ในตัวเด็กตั้งแต่แรกเกิด ความสามารถนี้คือการปรับตัว เป็นกระบวนการที่เด็กสร้างโครงสร้างตามความคิด โดยการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับสิ่งแวดล้อม 2 ลักษณะคือ เด็กพยายามปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมโดยซึมซาบประสบการณ์ และการปรับโครงสร้างสติปัญญาตาม

สภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดความสมดุลในโครงสร้างความคิดความเข้าใจ นอกจากนี้ยังเน้นเรื่องการเรียนรู้เกิดขึ้นได้เมื่อเด็กมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและผู้ใหญ่ในการเข้าสังคมนั้นๆ อิทธิพลของทฤษฎีนี้มีบทบาทในการจัดแนวประสบการณ์ในระดับปฐมวัย คือให้เด็กเรียนรู้โดยให้โอกาสในการเล่น สำรวจ ทดลอง มีโอกาสเลือก ตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆด้วยตนเอง

นิตยา ประพุดติกิจ (2539 : 9-10) ได้สรุปแนวคิดสำคัญๆของการปฐมวัยศึกษาเพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักการศึกษาปฐมวัย ครู และผู้ปกครองไว้ดังนี้

ตาราง 1 แนวคิดสำคัญของการปฐมวัยศึกษา

ปี	นักการศึกษา	แนวคิด
1592-1670	Comenius	-บ้านเป็นสถานศึกษาแห่งแรกสำหรับเด็ก -การฝึกทางด้านจิตใจ มีความสำคัญพอๆกับการฝึกด้านสติปัญญา
1712-1778	Rousseau	-เด็กควรได้รับการพัฒนาไปตามธรรมชาติมากกว่าการเตรียมเพื่ออนาคต -การรับรู้จากการใช้ประสาทสัมผัสเป็นพื้นฐานอย่างแท้จริงในการแสวงหาวิชาความรู้ของมนุษย์
1746-1827	Pestalozzi	-การศึกษาต้องเป็นไปตามธรรมชาติและการพัฒนาตนเอง -การสอนให้คนมีความเมตตา กรุณาต่อกัน ย่อมมีคุณค่ากว่าการสอนให้คนมีความรู้ -การสอนต้องคำนึงถึงความพร้อมของเด็กเป็นสำคัญ ให้เด็กได้รับประสบการณ์ตรง ได้ลงมือค้นคว้าด้วยตนเอง และเรียนรู้จากการใช้ประสาทสัมผัส
1782-1852	Froebel	-การศึกษาระดับปฐมวัยมีความสำคัญที่สุดในการปฏิรูปการศึกษา -ครูควรส่งเสริมพัฒนาการตามธรรมชาติของเด็ก และดูแลเอาใจใส่เด็ก -กิจกรรมจะต้องเหมาะสมกับขั้นพัฒนาการของเด็ก -การสอนจะอาศัยเครื่องมือที่สร้างขึ้นและสอนเกี่ยวกับอาชีพ

1870-1952	Montessori	-เด็กมีความแตกต่างระหว่างบุคคล จึงควรมีเสรีภาพที่จะเลือกทำกิจกรรมใดๆ ตามความพร้อมและความสนใจของตนเอง และรับผิดชอบต่องานของตนเอง -ครูเป็นเพียงผู้ชี้แนะเวลาที่เด็กต้องการ -สุขภาพอนามัยเป็นเรื่องสำคัญสำหรับเด็ก ครูจะต้องหมั่นตรวจตราและศึกษา
1868-1946	Hill	-เด็กควรได้รับการส่งเสริมเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อใหญ่ก่อน กล้ามเนื้อเล็ก -การส่งเสริมจินตนาการและการสร้างสรรค์ จะต้องให้เวลาเด็กอย่างเพียงพอ -กระบวนการ(Process) ที่เด็กทำงานมีความสำคัญยิ่งกว่าผลงาน (Product)

2.4 หลักสูตรของการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2540 : 12-18) จัดทำหลักสูตรระดับก่อนประถมศึกษา อายุ 3-6 ปี โดยกล่าวไว้ว่า การจัดการศึกษาสำหรับเด็กอายุ 3-6 ปี เป็นการจัดในลักษณะของการอบรมเลี้ยงดูและการให้การศึกษาแก่เด็กทุกด้าน ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญาตามวัยและความสามารถของแต่ละบุคคล เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและสังคมได้อย่างมีความสุข

หลักการ

1. เป็นการจัดการศึกษาให้ครอบคลุมเด็กทุกประเภท ที่มีอายุระหว่าง 3-6 ปี
2. เป็นการพัฒนาเด็กโดยยึดหลักการอบรมเลี้ยงดูและให้การศึกษา
3. เป็นการพัฒนาเด็กโดยองค์รวม ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา ผ่านกิจกรรมการเล่นที่เหมาะสมกับวัย วุฒิภาวะ และความแตกต่างระหว่างบุคคล
4. เป็นการจัดประสบการณ์ที่让孩子สามารถดำรงชีวิตประจำวันได้อย่างมีคุณภาพและมีความสุข
5. เป็นการพัฒนาเด็กโดยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา
6. เป็นการพัฒนาเด็กโดยให้ครอบครัวและชุมชนมีส่วนร่วม

จุดมุ่งหมาย

เพื่อให้เด็กอายุ 3-6 ปี มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์และคุณลักษณะตามวัยดังนี้
คุณลักษณะที่พึงประสงค์

1. มีสุขภาพดี เจริญเติบโตตามวัย และมีพฤติกรรมอนามัยที่เหมาะสม
2. ใช้กล้ามเนื้อใหญ่กล้ามเนื้อเล็กได้อย่างคล่องแคล่วและประสานสัมพันธ์กัน
3. ร่าเริง แจ่มใส มีความสุข และมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองและผู้อื่น
4. มีคุณธรรมและจริยธรรม มีวินัยในตนเอง และมีความรับผิดชอบ
5. ช่วยเหลือตนเองได้เหมาะสมกับสภาพและวัย
6. อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุขและเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมในระบอบ

ประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

7. รักธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมในท้องถิ่น และความเป็นไทย
8. ใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้เหมาะสมกับวัย
9. มีความสามารถในการคิด การแก้ปัญหาได้เหมาะสมกับวัยและมีเจตคติที่ดีต่อ

การเรียนรู้สิ่งต่างๆ

10. มีจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์

คุณลักษณะตามวัย

อายุ พัฒนาการ	อายุ 3-4 ปี	อายุ 4-5 ปี	อายุ 5-6 ปี
ด้านร่างกาย	-เดินขึ้นบันไดสลับเท้าได้ -วิ่งแล้วหยุดได้โดยไม่ล้ม -ใช้กรรไกรมือเดียวได้ -วาดและระบายสีอิสระได้	-เดินวิ่งกระโดดได้ดีเพราะกล้ามเนื้อเริ่มสัมพันธ์กัน -กระโดดกระเด้ง ไม่ชอบอยู่เฉย -ตัดกระดาษเป็นเส้นตรงได้	-เดินขึ้นลงบันไดสลับเท้าได้อย่างคล่องแคล่ว -กระโดดกระเด้งไม่อยู่เฉย -ใช้กล้ามเนื้อเล็กได้ดี เช่น ตัดกระดาษ ผูกเชือก รongเท้าได้ ฯลฯ -ยึดตัว คล่องแคล่ว
ด้านอารมณ์ จิตใจและ สังคม	-ชอบที่จะทำให้ผู้ใหญ่พอใจและได้คำชม -ช่วยตนเองได้ -ชอบเล่นแบบคู่ขนาน (เล่นของเล่นชนิดเดียวกัน แต่ต่างคนต่างเล่น)	-มีความมั่นใจในตัวเองสูงขึ้นมาก -ชอบท้าทายผู้ใหญ่ -ต้องการให้มีคนฟัง คนสนใจ -สนใจผู้อื่น -ชอบเล่นบทบาทสมมติ -ชอบเล่นเป็นกลุ่ม	-ยึดตัวเองเป็นศูนย์กลางน้อยลง -ชอบเล่นกับเด็กอื่น -ช่วยตนเองได้ -สร้างความพอใจให้ผู้อื่น -ชอบแสดงออกและทำสิ่งที่ถูกต้องเพื่อให้ผู้ใหญ่ชมเชย
ด้าน สติปัญญา	-สนใจนิทานและเรื่องราวต่างๆ -อยากรู้อยากเห็นทุกอย่างรอบตัว -ชอบถาม “ทำไม” ตลอดเวลา -ร้องเพลงง่ายๆ แสดงท่าทางเลียนแบบ -พูดประโยคได้ยาวขึ้น -ยังคิดสิ่งที่เป็นนามธรรมไม่ได้	-เปรียบเทียบได้ -เรียงลำดับเหตุการณ์ได้ -เริ่มเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรม -ชอบถาม “ทำไม” เนื่องจากเริ่มเรียนรู้ได้แล้ว -เข้าใจความเป็นเหตุเป็นผลได้ -พูดเป็นประโยคได้	-พูดประโยคได้ยาวขึ้น -รู้คำศัพท์มากขึ้น -ร้องเพลง ท่องคำคล้องจองได้ -บอกชื่อ นามสกุลของตนเองได้ -นับ 1-20 ได้ -บอกความแตกต่างระหว่าง สี เสียง รส รูปร่าง จำแนกและจัดหมวดหมู่สิ่งของได้

เนื้อหา

เนื้อหาที่จะนำไปใช้จัดกิจกรรมสำหรับเด็กอายุ 3-6 ปี กำหนดไว้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ประสพการณ์สำคัญ เป็นประสบการณ์ที่ครูควรนำไปใช้จัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการเด็กให้ครอบคลุมทั้ง 9 ข้อ คือ การสื่อความคิดที่เป็นการกระทำ, การใช้ภาษา, การเรียนรู้ทางสังคม, การเคลื่อนไหว, ดนตรี, การจำแนกและการเปรียบเทียบ, จำนวน, มิติสัมพันธ์ (พื้นที่/ระยะ) และ เวลา

2. เนื้อหาและแนวคิด เนื้อหาในส่วนนี้กำหนดเฉพาะหัวข้อ แต่มีแนวคิดในแต่ละหัวข้อ เพื่อให้ผู้สอนกำหนดรายละเอียดขึ้นเองให้สอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจของเด็กได้โดยง่าย สามารถยืดหยุ่นเนื้อหาได้ โดยคำนึงถึงประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมในชีวิตจริงของเด็ก สาระที่เด็กอายุ 3-6 ปี ควรเรียนรู้ มีดังนี้คือ ตัวเรา, ครอบครัว, โรงเรียนของฉัน, บุคคลต่าง ๆ, วันสำคัญ, ธรรมชาติรอบตัว, การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, การคมนาคมและการสื่อสาร และสิ่งต่างๆรอบตัว

การประเมินพัฒนาการของเด็กปฐมวัย

การประเมินเด็ก 3-6 ปี เป็นการประเมินทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญาของเด็ก โดยถือเป็นกระบวนการต่อเนื่องและเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมปกติที่จัดให้เด็กแต่ละวัน เพื่อนำข้อมูลการประเมินมาพิจารณาปรับปรุง วางแผนการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้เด็กแต่ละคนมีพัฒนาการตามจุดมุ่งหมาย

การประเมินควรยึดหลักดังนี้

1. ต้องประเมินพัฒนาการของเด็กครบทุกด้านและนำผลมาพัฒนาเด็ก
2. ประเมินเป็นรายบุคคลอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องตลอดปี
3. สภาพการประเมินควรมีลักษณะเช่นเดียวกับการปฏิบัติกิจกรรมประจำวัน
4. ประเมินอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนการเลือกใช้เครื่องมือและจัดบันทึกไว้เป็น

หลักฐาน

5. ประเมินตามสภาพจริงด้วยวิธีการต่างๆ อย่างหลากหลายเหมาะสมกับพัฒนาการของเด็ก

การประเมินเด็กควรใช้แหล่งข้อมูลหลายๆด้าน และไม่ควรถอดสอบ สำหรับวิธีการประเมินที่เหมาะสมกับเด็ก ได้แก่ การสังเกต การบันทึกพฤติกรรม การสนทนา การวิเคราะห์ข้อมูลผลงานที่เก็บอย่างมีระบบของเด็กเป็นรายบุคคล

2.5 แนวการจัดประสบการณ์เรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย

คณะทำงานจัดทำแนวดำเนินการจัดการศึกษาในระดับก่อนประถมศึกษา (2536 : 18) ได้กล่าวถึงแนวการจัดประสบการณ์และกิจกรรมสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน ไว้ดังนี้

1. จัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเรียนรู้ของเด็ก ให้เด็กพัฒนาผ่านทางการเล่น การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 และให้เด็กเกิดการเรียนรู้ไปตามธรรมชาติ
2. จัดสภาพแวดล้อมให้มีบรรยากาศใกล้เคียงกับบ้านและสอดคล้องกับสภาพของชุมชน
3. สร้างความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการเรียนรู้ของเด็กให้เป็นไปอย่างอบอุ่น
4. จัดประสบการณ์และกิจกรรมให้เด็กมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มและตัดสินใจ
5. จัดประสบการณ์และกิจกรรมให้เด็กมีโอกาสมือปฏิบัติด้วยตนเอง
6. จัดประสบการณ์และกิจกรรมให้เด็กสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและทันต่อเหตุการณ์โดยเปิดโอกาสให้เด็กได้คิดและตัดสินใจด้วยตนเองอย่างเหมาะสมตามวัย
7. จัดประสบการณ์และกิจกรรมให้มีความหลากหลาย เน้นกระบวนการคิดและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์
8. จัดประสบการณ์และกิจกรรมให้เด็กฝึกปฏิบัติในวิถีชีวิตจนเป็นนิสัย
9. ส่งเสริมให้ผู้ปกครองและชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาให้เด็ก

กระทรวงศึกษาธิการ (2540 : 19) ได้กล่าวถึงแนวทางการจัดประสบการณ์ไว้ดังนี้

1. จัดให้สอดคล้องกับจิตวิทยาพัฒนาการ โดยจัดให้เหมาะกับอายุ และวุฒิภาวะ เพื่อให้เด็กทุกคนได้พัฒนาอย่างเต็มศักยภาพ
2. จัดแนวประสบการณ์ให้สอดคล้องกับการเรียนรู้ของเด็ก โดยจัดประสบการณ์ตรงที่เด็กได้ลงมือกระทำ เรียนรู้ผ่านประสบการณ์ทั้ง 5 ได้เคลื่อนไหว เล่น สังเกต สำรวจ สืบค้น ทดลอง และแก้ปัญหาด้วยตนเอง
3. จัดประสบการณ์ในรูปแบบบูรณาการทั้งบูรณาการพัฒนาการและสาระการเรียนรู้
4. ให้เด็กคิด ริเริ่ม วางแผน ตัดสินใจ และลงมือกระทำและเสนอความคิดโดยครูเป็นผู้สนับสนุน อำนวยความสะดวก และเรียนรู้ร่วมกับเด็ก
5. จัดให้เด็กมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเด็กกับเด็ก เด็กกับผู้ใหญ่ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และบรรยากาศที่อบอุ่นและมีความสุข

6. จัดให้เด็กมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อและแหล่งการเรียนรู้ที่หลากหลายและอยู่ในวิถีชีวิตของเด็ก
7. จัดประสบการณ์ที่ส่งเสริมลักษณะนิสัยและทักษะการใช้ชีวิตประจำวัน
8. บูรณาการคุณธรรม จริยธรรมให้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดประสบการณ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
9. ให้ผู้ปกครองและชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดประสบการณ์ทั้งการวางแผน การสนับสนุนสื่อการสอน การเข้าร่วมกิจกรรม และการประเมินผล
10. จัดประสบการณ์ทั้งในลักษณะที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าและแผนที่เกิดขึ้นในสภาพจริงที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้
11. ให้โอกาสเด็กในการทำกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือในรูปแบบต่างๆ
12. จัดทำสารนิทัศน์ด้วยการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็กเป็นรายบุคคล และร่องรอยการเรียนรู้ แล้วนำมาไตร่ตรอง สะท้อนการเรียนการสอน การวิจัยในชั้นเรียน รวมทั้งจัดแสดงเพื่อเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น ทั้งกับเด็ก ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้อง

ภรณ์ คุรุรัตน์ และ วรนาท รักสกุลไทย (2542 : 1-6) ได้กล่าวถึงการจัดประสบการณ์เรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยไว้ว่า ต้องเป็นกระบวนการเรียนการสอนที่เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถของผู้เรียนให้เต็มตามศักยภาพและสอดคล้อง เป็นไปตามจุดประสงค์ของการศึกษา โดยปรับให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ และปรับบทบาทครูจากผู้สอนถ่ายทอดความรู้มาเป็นผู้อำนวยความสะดวก ช่วยเหลือ ชี้แนะ สนับสนุนและเอาใจใส่เด็กได้เรียนรู้อย่างเป็นกระบวนการด้วยเทคนิคหรือยุทธศาสตร์การสอนที่เหมาะสมกับวัย ส่งเสริมให้ผู้เรียนให้สร้างองค์ความรู้โดยเรียนจากประสบการณ์จริงและกิจกรรมต่างๆที่เด็กได้สัมผัสปฏิบัติด้วยตนเอง ทั้งนี้ครูควรใช้วิธีการสอนที่หลากหลาย ใช้แหล่งการเรียนรู้ที่นอกเหนือจากห้องเรียน และหนังสือเรียน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมสอดคล้องกับความแตกต่างของเด็กแต่ละกลุ่มแต่ละคน ตลอดจนบริบททางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งประเด็นสำคัญที่เกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้มี 4 ประการคือ หลักการเรียนรู้ (principles of learning) บทบาทของครู (teacher role) บทบาทของเด็ก (student role) และการจัดสภาพการเรียนรู้ (learning environment) ซึ่งกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้

1. มีความเชื่อว่า เด็กทุกคนมีศักยภาพในการสร้างองค์ความรู้โดยอาศัยสภาพจริงที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมและวัฒนธรรมของเด็ก

2. จัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่หลากหลายเหมาะกับวัยและความสามารถของเด็ก (development appropriate curriculum)
3. บูรณาการเนื้อหา กิจกรรมและทักษะการเรียนรู้โดยเชื่อมโยงพื้นฐานประสบการณ์ของเด็ก และขยายความคิดอย่างต่อเนื่องค่อยเป็นค่อยไป มีความหมายและมีความสัมพันธ์กัน (integration)
4. ให้โอกาสเด็กปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเอง (manipulation)
5. ให้เด็กได้มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและครูโดยทำงานร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิด และได้ปรับตัวทางสังคม (interaction and communication)
6. ให้เด็กมีโอกาสเลือก คิด ตัดสินใจในการทำกิจกรรม โดยมีผู้ใหญ่ให้กำลังใจสนับสนุน (adult support)
7. สร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้เด็กมีความคิดอิสระ และสนับสนุนความคิดริเริ่ม (child-initiated atmosphere)
8. สร้างเสริมความรู้สึกภูมิใจในการทำกิจกรรม และความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง (self-esteem)
9. ติดตามสังเกตเด็ก สะท้อนข้อมูลจากการสังเกตและประเมินผลการเรียนรู้ตามสภาพจริง (authentic assessment)
10. ปรับเปลี่ยนบทบาทครูในฐานะผู้สอนมาเป็นผู้สังเกต (observer) ผู้เรียนรู้ (learner) และผู้ให้ความสะดวกในการเรียนรู้ (facilitator)
11. ส่งเสริมและให้ความสำคัญกับบทบาทของพ่อแม่และสถาบันครอบครัวในการอบรมเลี้ยงดูและให้การศึกษาแก่เด็ก (parents as teachers and partners)

3. การบริหารงานของโรงเรียนเอกชน

ชวน พิณรุพันธ์ (2529 : 7-10) ได้ให้ความหมายของการบริหารโรงเรียนไว้ว่าเป็นการดำเนินงานของกลุ่มบุคคลในโรงเรียนเพื่อบริการทางการศึกษาแก่สมาชิกในสังคม และการดำเนินงานของกลุ่มบุคคลในโรงเรียนเพื่อบริการทางการศึกษาแก่สมาชิกในสังคมเรียกว่าการบริหารโรงเรียน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การบริหารงานวิชาการ
2. การบริหารงานธุรการ
3. การบริหารบุคคล

4. การบริหารกิจการนักเรียน

5. การบริหารงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน

ปิ่นท้ย ฤชากร (2537 : 41-42) ได้กล่าวถึงการบริหารโรงเรียนไว้ว่า การบริหารโรงเรียนที่มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องสอดคล้องกับความต้องการของเด็ก ผู้ปกครองและบุคลากรอื่นๆ ในโรงเรียน เนื่องจากวิธีการบริหารโรงเรียนจะมีผลกระทบต่อการจัดกิจกรรมในโรงเรียนทุกเรื่อง การบริหารโรงเรียนที่มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดสถานที่เอื้อต่อการจัดการดูแลเด็กให้มีคุณภาพ การบริหารที่ดีรวมไปถึงการสื่อสารที่ดี มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน มีความมั่นคงทางการเงิน โดยคำนึงถึงความสนใจ ความต้องการ และสภาพการทำงานของบุคลากร ผู้บริหารซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย วางแผนการดำเนินงานการบริหารโรงเรียนจะต้องมีหน้าที่ครอบคลุมงานหลายด้าน เพื่อให้สามารถดำเนินงานการบริหารโรงเรียนให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งบทบาทของผู้บริหารโรงเรียนจะประกอบไปด้วยงานสำคัญที่จะต้องรับผิดชอบในการบริหารโรงเรียน 6 ด้านด้วยกัน คือ

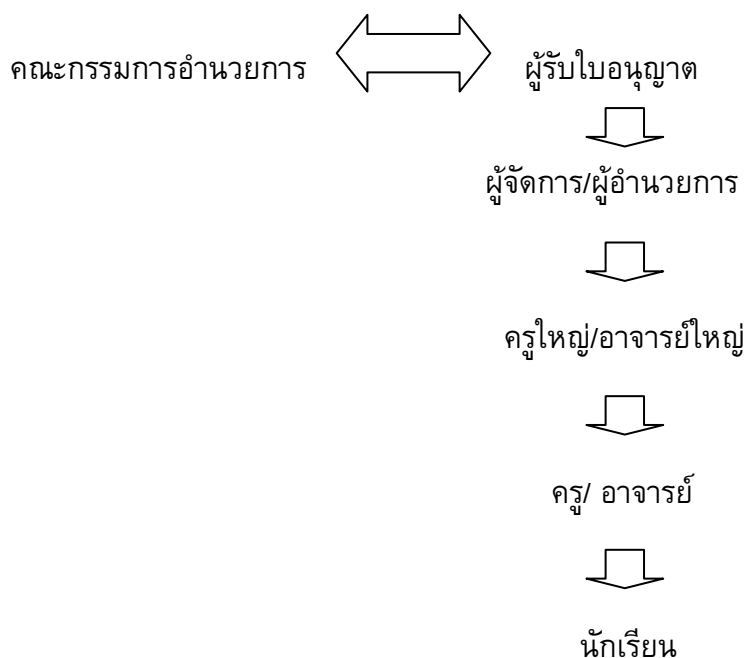
1. การบริหารงานวิชาการ
2. การบริหารงานบุคลากร
3. การบริหารงานกิจการนักเรียน
4. การบริหารงานอาคารสถานที่
5. การบริหารงานธุรการและการเงิน
6. การบริหารงานด้านความสัมพันธ์ชุมชน

ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนที่ได้กำหนดบทบาทของ
การบริหารงานโรงเรียนไว้ 6 งาน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. งานหลักเป็นงานที่เป็นไปเพื่อให้แก่นักเรียนบรรลุจุดมุ่งหมายของหลักสูตร โดยตรง ได้แก่ งานวิชาการ
2. งานสนับสนุน เป็นงานที่ช่วยเสริมให้การปฏิบัติงานหลักเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ งานกิจการนักเรียน งานบุคลากร งานธุรการการเงิน งานอาคารสถานที่ และงานความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2526 : 31) ได้กล่าวถึงโครงสร้างการบริหารงานของโรงเรียนเอกชนไว้ว่าเนื่องจากพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 ได้บัญญัติให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการมีอำนาจในการออกระเบียบเพื่อกำหนดให้โรงเรียนลักษณะใด ประเภทใด หรือระดับใดต้องมีคณะกรรมการอำนวยการเพื่อกำหนดให้ควบคุมดูแลการบริหารโรงเรียนได้ ฉะนั้นผู้รับใบอนุญาตซึ่งมีตำแหน่งเป็นประธานของ

คณะกรรมการอำนวยการจึงมีโอกาสดูแลงานต่างๆของโรงเรียนกับคณะกรรมการอำนวยการได้ ซึ่งนับว่าเป็นการบริหารโรงเรียนโดยคณะบุคคล ดังแผนภูมิต่างนี้



เยาเวา เดชะคุปต์ (2542 : 56) ได้กล่าวถึงการบริหารงานการศึกษาปฐมวัยไว้ หมายถึงกระบวนการดำเนินงานที่บุคคลต่างๆ ในสถานศึกษานั้นร่วมกันทำงานโดยมีเป้าหมายร่วมกันที่จะช่วยดำเนินงานด้านวิชาการ การเงิน พัสดุครุภัณฑ์ อาคารสถานที่กิจการนักเรียน ตลอดจนความสัมพันธ์กับชุมชนให้ให้ถูกต้องตามระเบียบ แบบแผนที่กำหนดให้และบังเกิดผลดี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2536 : 43-50) ได้กล่าวถึงการบริหารในสถานศึกษาปฐมวัยว่างานที่ผู้บริหารการศึกษาต้องรับผิดชอบประกอบด้วย

1. การบริหารงานด้านวิชาการ ซึ่งหมายถึง การบริหารกิจกรรมทุกชนิดในโรงเรียน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปรับปรุง พัฒนาการสอนให้ได้ผลดีมีประสิทธิภาพมากที่สุด ครูใหญ่หรือผู้บริหารการศึกษาต้องมีหน้าที่ หาครูที่ดีมาทำการสอน แบ่งหน้าที่ ปฐมนิเทศครูใหม่ นิเทศการสอนเกี่ยวกับหลักสูตรและการจัดสอน

2. การบริหารงานด้านบุคลากร ซึ่งหมายถึง การจัดและดำเนินการเพื่อให้สามารถสรรหาบุคคลที่เหมาะสมที่สุดเข้าทำงานในตำแหน่งหน้าที่ต่างๆ สามารถที่จะพัฒนาบุคคลที่สรรหาด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การฝึกอบรม จนกระทั่งบุคคลนั้นมีความสามารถมากขึ้น และสามารถที่จะทำให้บุคคลที่สรรหาได้รับการพัฒนาแล้วมีความรับผิดชอบและทำประโยชน์ให้แก่หน่วยงานที่ปฏิบัติอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์มากที่สุด

3. การบริหารงานด้านกิจการนักเรียน ซึ่งหมายถึง การบริหารกิจการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับนักเรียนในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนในห้องเรียน ประกอบด้วย การจัดทำสำมะโนนักเรียน การรับเด็กเข้าเรียน การแบ่งกลุ่มนักเรียน การรายงานเกี่ยวกับตัวนักเรียน การรักษาระเบียบวินัยและความประพฤติของนักเรียน การบริการแนะแนว การบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสวัสดิภาพของนักเรียน และการจัดกิจกรรมนักเรียน

4. การบริหารงานด้านอาคารสถานที่ ธุรการและการเงิน ซึ่งหมายถึง งานที่ช่วยบริการให้งานต่างๆในสถานศึกษาดำเนินไปด้วยดี เป็นงานที่เกี่ยวกับการติดต่อ การเงิน งบประมาณ ควบคุมวัสดุภัณฑ์ งานระเบียบ บัญชี การดูแลอาคารสถานที่ การประชาสัมพันธ์ การรักษาความปลอดภัยของนักเรียน และงานเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลที่ไม่ได้ทำหน้าที่ฝ่ายวิชาการ

5. การบริหารงานด้านความสัมพันธ์ชุมชน ซึ่งหมายถึง การเสนอรายงานให้ชุมชนทราบเกี่ยวกับกิจการและข่าวสารของโรงเรียน รับทราบความเคลื่อนไหวจากภายนอก ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้าใจในความสำคัญของการศึกษา และเข้ามามีส่วนร่วมดูแลการจัดการศึกษาของโรงเรียน รวมถึงเข้ามามีบทบาทในการวางแผนเป้าหมายของการศึกษาและพัฒนาการเรียนการสอน สร้างความสัมพันธ์เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างโรงเรียน บ้าน ชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่ และเสนอความรู้ทางด้านความก้าวหน้าและความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับสถาบันทางสังคม

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2535 : 160-162) ได้กล่าวถึงงานที่โรงเรียนควรจะดำเนินนั้นประกอบด้วยงานดังต่อไปนี้

1. งานวิชาการ เป็นงานหลักของโรงเรียนประถมศึกษา งานด้านนี้จะครอบคลุมการเรียนการสอน การจัดหา และใช้สื่อการสอน การจัดหาบุคลากรในการสอน การประเมินผลการเรียน การจัดตารางเรียนตารางสอน การนิเทศการศึกษา เป็นต้น

2. การจัดการด้านธุรการ เป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อสนับสนุนงานวิชาการหรือการเรียนการสอน การจัดการด้านนี้ประกอบด้วย งานสารบรรณ งานทะเบียนและรายงาน งานเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัย งานประชาสัมพันธ์ งานการเงิน และงบประมาณ เป็นต้น การจัดการด้านธุรการแม้ว่าไม่ใช่งานหลักหรือเป็นหน้าที่หลักของโรงเรียนประถมศึกษา แต่เป็นงานที่มีความสำคัญที่ทำให้งานวิชาการประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวได้

3. การจัดการด้านอาคารสถานที่ การจัดการด้านนี้จะครอบคลุมการจัดด้านอาคารสถานที่และบริเวณโรงเรียน โดยที่การจัดนั้นจะต้องมุ่งทั้งในด้านของประโยชน์ใช้สอย ความสวยงามและประหยัด การจัดการเรื่องอาคารสถานที่ ครอบคลุมทั้งในด้านการจัดห้องเรียน ห้องพิเศษ และสนามด้วย

4. การจัดการงานบุคคล การจัดการด้านนี้จะครอบคลุมเกี่ยวกับการกำหนดคุณสมบัติ การจัดหา การอบรม และการสร้างขวัญและกำลังใจของบุคลากร

5. การจัดการงานกิจการนักเรียน ได้แก่ การดำเนินการด้านต่างๆที่เป็นบริการนักเรียน เช่น บริการแนะแนว งานสวัสดิภาพนักเรียน งานสงเคราะห์นักเรียน เป็นต้น

ไพฑูริย์ เจริญพันธุ์วงศ์ (2529 : 104-120) ได้สรุปงานการบริหารการศึกษาออกไว้เป็นงานใหญ่ๆได้ 5 ประการคือ

1. งานบริการวิชาการ เป็นงานเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและการพัฒนาระบบการเรียนการสอนให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นประกอบด้วย งานเกี่ยวกับตัวครู และระบบการนิเทศการศึกษา งานเกี่ยวกับตัวนักเรียน งานเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตรและการจัดโปรแกรมการเรียนการสอน งานเกี่ยวกับการจัดโครงการสอนและจัดทำตารางสอน งานด้านการจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์การสอนและเทคโนโลยีการศึกษา งานการเลือกแบบเรียนและส่งเสริมการผลิตเอกสารต่างๆและงานด้านการสร้างบรรยากาศทางวิชาการ

2. งานบริหารบุคคล เป็นการดำเนินการต่างๆเกี่ยวกับการวางแผนนโยบายและโครงการเกี่ยวกับตัวบุคคล การคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรม การกำหนดสิ่งตอบแทนต่างๆ การควบคุมอัตราค่าจ้าง การเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน การสร้างภาวะผู้นำ ตลอดจนสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร

3. งานบริหารกิจการนักเรียน มีภารกิจที่ประกอบด้วย การรับและคัดเลือกนักเรียน การจัดกิจกรรมและการจัดรูปองค์กรของนักเรียน การปกครองและระเบียบวินัย การจัดบริการให้แก่นักเรียนซึ่งได้แก่ บริการแนะแนว บริการทุนการศึกษา บริการทดสอบเพื่อการแนะแนว บริการสุขอนามัยและการรักษาพยาบาล บริการอาหาร บริการจดหมายและไปรษณีย์ บริการรับ-ส่งนักเรียน บริการศิษย์เก่า บริการร้านค้าของสถานศึกษา บริการให้ความปลอดภัยแก่นักเรียน เป็นต้น

4. งานบริหารธุรการ การเงิน อาคารสถานที่และบริการ เป็นงานที่ช่วยสนับสนุนงานวิชาการ ซึ่งประกอบด้วยงาน

4.1 งานธุรการที่ผู้บริหารจะต้องทำ คือ การจัดโรงเรียนได้แก่การกำหนดเกี่ยวกับการเรียนการสอนและการทำงานของครู งานเกี่ยวกับกิจการนักเรียน ได้แก่ บริการข่าวสารเวลามาของนักเรียน การรายงานถึงผู้ปกครอง ระเบียบวินัยของโรงเรียนและสวัสดิการ งานเกี่ยวกับครู อาจารย์ คนงาน ภารโรงต่างๆ งานที่เกี่ยวกับหลักสูตร แบบเรียนและอุปกรณ์การสอน และการจัดกิจกรรมต่างๆ

4.2 งานสารบรรณ ได้แก่ งานที่เกี่ยวข้องกับหนังสือต่างๆ

4.3 งานการเงิน

4.4 การจัดสำนักงานธุรการโรงเรียน

4.5 การบริหารสถานที่และบริเวณโรงเรียน

4.6 บริการต่างๆของโรงเรียนซึ่งหมายถึงการจัดกิจกรรมแก่ชุมชน

5. งานบริหารความสัมพันธ์ชุมชน เป็นงานที่สถานศึกษาดำเนินการเพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและให้ความร่วมมือกับโรงเรียน และที่โรงเรียนทำเพื่อให้รู้จักเข้าใจและให้ความร่วมมือกับชุมชน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การบริหารการศึกษา การทำกิจกรรมเพื่อสังคม และการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการบริหารงานในสถานศึกษาเป็นการดำเนินงานของกลุ่มคนในสถานศึกษาเพื่อบริการทางการศึกษาแก่สมาชิกในสังคม ซึ่งประกอบด้วยงาน 6 ประเภท คือ

1. งานด้านวิชาการ เป็นงานหลักของสถานศึกษาประกอบด้วย การจัดการเรียนการสอน การจัดหาบุคลากรในการสอน และการประเมินผลการสอน
2. งานด้านบุคลากร เป็นการจัดหาบุคลากรที่ดีที่เหมาะสมและการพัฒนาบุคลากรนั้นๆให้มีประสิทธิภาพ
3. งานด้านกิจการนักเรียน เป็นงานที่เป็นการบริการนักเรียน ประกอบด้วยงานการจัดทำสำมะโนนักเรียน การรับเด็กเข้าเรียน การรายงานเกี่ยวกับตัวนักเรียนให้ผู้ปกครองทราบ และการดูแลความปลอดภัยและสุขภาพของนักเรียน
4. งานด้านอาคารสถานที่ เป็นงานที่ครอบคลุมการดูแลเรื่องอาคารสถานที่และบริเวณโรงเรียนเพื่อให้เกิดความสะอาด สวยงาม และประหยัด
5. งานด้านธุรการการเงิน เป็นงานที่ช่วยให้การบริหารสถานศึกษาเป็นไปด้วยดี ประกอบด้วยงานทะเบียน บัญชี-การเงิน งบประมาณ และงานสารบรรณ
6. งานด้านความสัมพันธ์ชุมชน เป็นงานที่สถานศึกษาดำเนินการเพื่อให้สังคมมีส่วนร่วม กับโรงเรียน โดยการประชาสัมพันธ์ ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และจัดกิจกรรมแก่สังคม

4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ

สุทธิ ปันมา (2535 : 20 อ้างถึง Gundlach and Nelson. N.d. .2535 : 20) ได้ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการ เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่าหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว สามารถที่จะตอบสนองความต้องการหรือแก้ไข

ปัญหาได้เพียงเพียงใด รวมถึงการลดปัญหาและทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจได้มากน้อยเพียงไร

วัลลภา ซายหาด (2532 : 35) ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะบริการที่ทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจไว้ว่า (1) การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันต่อเวลาที่กำหนด (2) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (3) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (4) การให้บริการอย่างเท่าเทียม

อานนท์ ใจศรีตระกูล (2545 : 9-10 อ้างถึง กมล ชูทรัพย์ และเสถียร เหลืองอร่าม 2516 : 522-523) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้คนพอใจในการบริการประกอบด้วย

1. ผู้ใช้บริการ ได้รับคำตอบแทนจากการให้บริการคุ้มกับมาใช้บริการ
2. ลักษณะการให้บริการ ผู้ใช้บริการบางคนเห็นว่าการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมสำคัญกว่าการบริการจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย
3. ผู้ใช้บริการได้รับการยกย่องนับถือ หรือความเคารพจากผู้ให้บริการ
4. ผู้ใช้บริการมีโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในธุรกิจที่ใช้บริการ เพราะผลตอบแทนจากการใช้บริการ
5. ประชาธิปไตยจากการให้บริการ คือ ผู้ใช้บริการมีโอกาสแสดงความคิดเห็น หรือมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการบริการ
6. ความมีระเบียบในการบริการ

อานนท์ ใจศรีตระกูล (2545 : 9-10 อ้างถึง Good.1973 : 13) ได้ให้ความหมายของคำว่าพึงพอใจต่อการให้บริการ หมายถึง คุณภาพ สภาพ หรือ ระดับความพอใจซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆและทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการให้บริการ

อานนท์ ใจศรีตระกูล (2545 : 9-10 อ้างถึง วรรณ จันทรวงษ์. 1996 : 24) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดถ้ามีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ ซึ่งความเครียดนั้นมีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ ถ้ามนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการได้

ภคดี ดนัยพงศกร (2539 : 23 อ้างถึง John D. Millet. n.d.) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่วัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน คือ การให้บริการที่มีความยุติธรรม
2. การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา คือ การให้บริการตามความจำเป็นรีบด่วน
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร

และวัสดุอุปกรณ์

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่องจนกว่าจะบรรลุผล

5. การให้บริการที่มีความเจริญก้าวหน้า คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

นันทพร พัชรพชรพรณ (2541 : 14) ความพึงพอใจต่อการบริการเป็นความพึงพอใจหลังจาก การให้บริการซึ่งย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลโดยวัดจากความรวดเร็วในการให้บริการ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างเท่าเทียม ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการได้รับหลังจากที่ได้รับบริการนั้น ซึ่งเกิดจากการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น โดยบริการนั้นมีความรวดเร็ว ต่อเนื่องและยุติธรรม

5. ความหมายของกลยุทธ์การตลาดบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ศุภกร เสรีรัตน์ และปริญญา ลักษิตานนท์ (2534 : 16-20) ได้ประมวลความหมายของกลยุทธ์การตลาดไว้ดังนี้

ก. กลยุทธ์การตลาด หมายถึง วิธีการใช้ส่วนผสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย จากความหมายนี้เป็นการใช้ส่วนผสม 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ตลาดเป้าหมายก็คือกลุ่มของลูกค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันซึ่งบริษัทเลือกเป็นตลาดเป้าหมาย ตลาดเป้าหมายอาจเป็นกลุ่มผู้บริโภค ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก หรือหน่วยงานรัฐบาลก็ได้

ข. กลยุทธ์การตลาด หมายถึง วิธีการพื้นฐานที่สร้างให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์จากลูกค้าโดยอาศัยโปรแกรมการตลาด จากความหมายนี้บอกให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการใช้กลยุทธ์การตลาด คือ กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อจากลูกค้าโดยอาศัยโปรแกรมการตลาด ซึ่งก็คือส่วนผสมการตลาด 4 ประการนั่นเอง

ค. กลยุทธ์การตลาด หมายถึง วิธีการพื้นฐานซึ่งหน่วยธุรกิจใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ประกอบด้วยการตัดสินใจในตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด และระดับค่าใช้จ่ายทางการตลาด จากความหมายนี้บอกให้ทราบถึงส่วนประสมของกลยุทธ์การตลาด

จากความหมายของกลยุทธ์การตลาด ดังที่กล่าวมาในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Analyzing Marketing Opportunities)

เป็นการศึกษาถึงข้อได้เปรียบต่างๆจากตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดและโอกาสต่างๆที่จะเกิดจากสิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการตลาดต่อไป ในการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดประกอบด้วย การวิเคราะห์สิ่งต่อไปนี้

1.1 การกำหนดระบบข้อมูลทางการตลาดและการวิจัยตลาด งานในขั้นนี้จะช่วยค้นหาถึงความต้องการของตลาดเป้าหมาย สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและกำหนดระบบข้อมูลซึ่งรวบรวมจากการวิจัยตลาด

1.2 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด เป็นการพิจารณาถึงสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร สิ่งแวดล้อมที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ สิ่งแวดล้อมที่เป็นส่วนย่อยและเป็นส่วนรวม

1.3 การวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค ในกรณีที่สินค้าของบริษัทเป็นสินค้าบริโภค การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อที่จะได้จัดตั้งกระตุ่นหรือเครื่องมือทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

1.4 การวิเคราะห์ตลาดองค์กรและพฤติกรรมองค์กร ในกรณีที่สินค้าของบริษัทเป็นสินค้าอุตสาหกรรมหรือเป็นสินค้าที่มีเป้าหมายที่ตลาดคนกลาง ทั้ง 2 กรณี ถือว่า จะต้องศึกษาถึงตลาดองค์กรที่เป็นเป้าหมาย สาเหตุที่มีการซื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อที่จะจัดส่วนผสมทางการตลาดเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

1.5 การกำหนดส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการพัฒนาตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด จะช่วยให้ทราบถึงลักษณะตลาดเป้าหมาย วิธีการแบ่งส่วนตลาด วิธีการเลือกตลาดเป้าหมาย วิธีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 2 การออกแบบกลยุทธ์การตลาด (Designing Marketing Strategies) คำว่ากลยุทธ์การตลาด หมายถึง หลักเกณฑ์ที่หน่วยธุรกิจใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาดจึงประกอบด้วย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด ค่าใช้จ่ายทางการตลาด และการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาดจะเห็นได้ว่าเครื่องมือที่สำคัญที่สุดที่ต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ก็คือส่วนผสมทางการตลาด

คำว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย กล่าวคือการสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ส่วนผสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเรียกว่า 4Ps

ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด หลังจากที่ได้ค้นหาถึงความต้องการของลูกค้าและจัดเตรียมค่าใช้จ่ายทางการตลาดแล้ว จะกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดโดยมีรายละเอียดดังนี้

ก. บริษัทจะเสนอผลิตภัณฑ์ซึ่งถือเป็นส่วนผสมการตลาดส่วนแรกที่เกิดขึ้นก่อน ผลิตภัณฑ์ที่เสนอแก่ตลาดต้องคาดคะเนว่าจะขายได้ กล่าวคือเป็นที่ต้องการของลูกค้าของบริษัท

ข. บริษัทจะกำหนดราคาสินค้านั้น

ค. ผลิตภัณฑ์จะสามารถเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคต้องอาศัยกิจกรรมการตลาด (Marketing Function or Marketing Activities) และต้องอาศัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) และการจัดจำหน่าย (Distribution) เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

ง. การใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสม จะต้องมีความสัมพันธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีราคาที่ถูกค่ายอมรับรวมทั้งมีวิธีการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม และมีการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพจะเห็นว่าจุดเริ่มต้นของความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดอยู่ที่ผลิตภัณฑ์ แต่อย่างไรก็ตามแม้ผลิตภัณฑ์จะดีเพียงใดถ้าการใช้ส่วนประสมทางการตลาดส่วนอื่นไม่เหมาะสมก็ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ แสดงว่าส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ส่วนมีความสำคัญมีความเกี่ยวข้องกัน และต้องใช้ร่วมกันในอันที่จะสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ

จ. ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นหรือจูงใจ หรือสร้างทัศนคติเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมเราเรียกว่าส่วนประสมในการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายทางไปรษณีย์ และการสื่อสารทางการตลาด ข้อมูลเหล่านี้บริษัทอาจเลือกใช้บางส่วนหรือทั้งหมดตามความเหมาะสมของแต่ละสถานการณ์

ฉ. ในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายยังต้องอาศัยคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) และการเคลื่อนย้ายตัวสินค้า (Physical Distribution) เช่น การขนส่งเข้าช่วย

Graeme Drummond และ John Ensor (2002:10-12) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์การตลาด มุ่งที่จะปรับเปลี่ยนวัตถุประสงค์ขององค์การและกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อที่จะแทรกเข้าไปอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสูง โดยมุ่งเน้นเกี่ยวกับการแบ่งแยกกิจกรรม, สินค้า ให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้มากกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์ทางการตลาดสามารถแบ่งออกได้โดย

- ก. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและพยายามหาความต้องการที่สำคัญของลูกค้า
- ข. จัดกลุ่ม จัดคู่กิจกรรมต่างๆ และตัดสินใจให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า
- ค. ส่งเสริมกิจกรรมต่างๆที่ทำให้บรรลุจุดแข็งทางการตลาดที่ดีกว่าคู่แข่ง

ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดจึงมุ่งเน้นใน 3 ปัจจัยได้แก่ กลุ่มลูกค้า กลุ่มคู่แข่ง และปัจจัยภายในองค์กร โดยเริ่มจากการตัดสินใจเลือกกลุ่มลูกค้า ลักษณะตลาดเป็นอย่างไร จะแบ่งกลุ่มอย่างไร ใครเป็นกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นดูว่าเราสามารถจัดวางตำแหน่ง จุดแข็งทางการตลาดได้ดีแค่ไหน และจะต้องพยายามนำเอาศักยภาพภายในขององค์กรไปใช้ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้ ถ้าหากสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายของปัจจัยทั้งหมดนี้แล้วก็จะสามารถช่วยให้องค์กรเกิดการพัฒนารักษาจุดแข็งทางการตลาดไว้ได้

ความมุ่งหมายของกลยุทธ์ทางการตลาด

1. การแบ่งกลุ่ม (Segmentation) เป็นขั้นตอนที่จะทำการแบ่งตลาดเป้าหมายออกเป็นกลุ่มๆ แสดงถึงลักษณะทั่วไป พฤติกรรมต่างๆ รวมถึงทัศนคติ ขั้นตอนนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการและทำนายผลตอบรับและสิ่งที่ต้องการ
2. ตัวเป้าหมาย (Targeting) เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และเลือกกลุ่มตลาด โดยมุ่งหวังที่จะมองหาโอกาสที่เหมาะสมที่จะสามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า
3. การวางตำแหน่ง (Positioning) หลังจากที่ได้จัดตั้ง วิเคราะห์ หาตำแหน่งที่เหมาะสมที่สุดต่อคู่แข่งแล้ว เราก็นำมาดัดแปลงให้เข้ากับตัวสินค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Donald Cowell (1986 : 57-75) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดและส่วนผสมทางการตลาดของการตลาดบริการไว้ว่านักการตลาดในองค์กรธุรกิจบริการผู้ซึ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างของแนวความคิดทางการตลาดต้องทำให้แนวความคิดนั้นๆ สามารถนำมาใช้ปฏิบัติงานได้จริง พวกเขาจำเป็นต้องนำแนวความคิดนั้นไปทดลองทำดู และมันจะเป็นเครื่องชี้บ่งว่าองค์กรเหล่านั้นที่ซึ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุดมักจะเป็นไปโดยตั้งใจ มิใช่เกิดจากเหตุบังเอิญ หรือสัญชาตญาณ มีผู้ให้คำจำกัดความของกระบวนการวางแผนการตลาด ว่าเป็น "ขั้นตอนการวางแผนการตลาดเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาด"

กระบวนการวางแผนการตลาดประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

รวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร

ชี้เฉพาะถึงจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร รวมถึงโอกาสและข้อจำกัดของตลาดภายนอกองค์กร (SWOT Analysis)

กำหนดรากฐานการบริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่บ่งชี้ถึงความสำเร็จขององค์กร

ละทิ้งวัตถุประสงค์การตลาดขององค์กร โดยขึ้นอยู่กับข้อมูลที่รวบรวมได้ รวมถึงการวิเคราะห์ SWOT, การบริโภคมโนทัศน์ที่เกิดขึ้น และกลยุทธ์ที่กำหนดไว้

บัญญัติรายละเอียดของแผนการและโปรแกรมการตลาดเพื่อบรรลุจุดประสงค์ขององค์กร

ประเมินผลกระบวนการโดยวัดจากการบรรลุวัตถุประสงค์, การทบทวน และการแก้ไขแผนการเมื่อมีความจำเป็น

แผนการตลาดจะมีการตัดสินใจที่หลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรายละเอียดและการชักจูงใจ ปัจจุบันผู้คนเริ่มหันมาสนใจในการวางแผนการตลาดมากขึ้น และความหลากหลายของอุปกรณ์ที่เหมาะสม ซึ่งสามารถทำให้นักการตลาดกำหนดขั้นตอนการวางแผนการตลาดได้หลากหลายขึ้น คำถามสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการตลาด ประกอบไปด้วย กลุ่มตลาดเป้าหมาย, แหล่งวัตถุดิบหลักในปัจจุบันและอนาคต, สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง แต่ไม่ว่าอะไรก็ตามซึ่งบรรจุอยู่ในแผนการตลาด องค์ประกอบเหล่านี้ก็เป็นปัจจัยหลักที่ช่วยให้กลยุทธ์การตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมิงงานที่เกี่ยวข้อง 2 งาน คือ

- (1) คัดเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมายซึ่งตรงกับความต้องการขององค์กร
- (2) พัฒนาส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่มตลาดเป้าหมาย

กลุ่มตลาดเป้าหมาย

ประกอบไปด้วยกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะบางอย่างที่เหมือนกันซึ่งองค์กรสามารถขายสินค้าหรือบริการได้โดยตรง ในขณะที่กลุ่มตลาดเป้าหมายได้ถูกเจาะจงลงไป กระบวนการทางการตลาดจะกำหนดจำนวนคนในกลุ่มตลาดเป้าหมายนั้นๆ มันอาจจะถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มหรือส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งขึ้นอยู่กับมิติและลักษณะพิเศษที่มีรายละเอียดมากพอเกี่ยวกับกลุ่มตลาดเป้าหมายนั้นๆ (เช่น รายได้, งานอดิเรก, ทำเลที่ตั้งบ้านเรือน)

ส่วนประสมการตลาด

คือ ระบบการควบคุมขององค์กรที่มีผลต่อการตอบสนองของกลุ่มลูกค้า งานหลักของการบริหารจัดการในองค์กรก็คือ การผสมส่วนประสมการตลาดทั้งหลายให้กลมกลืนกัน เพื่อนำทางไปสู่ความสามารถในการเติมเต็มความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมายกระบวนการผสมนี้มักจะประกอบไปด้วยต้นทุนที่ควบคุมไม่ได้มากกว่าปกติ ซึ่งรวมถึง การสรรหาแหล่งวัตถุดิบและวัตถุดิบขององค์กร, กฎหมาย, การเมือง, สังคม, วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และคู่แข่ง

กลยุทธ์การตลาดและการบริการ

กลยุทธ์การบริหารธุรกิจบริการมักจะแตกต่างจากธุรกิจที่ไม่ใช่การบริการ กลยุทธ์การตลาดมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว ขึ้นอยู่กับการกำหนดของแต่ละองค์กร ลักษณะพิเศษของการบริการซึ่งนำไปสู่กลยุทธ์การตลาดบริการ มีดังนี้

- (1) การจับต้องไม่ได้ของการบริการอาจทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคทำได้ยาก
- (2) ผู้ผลิตบริการไม่สามารถแยกออกจากการบริการได้ ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่จำกัดลง
- (3) ความไม่คงทนของการบริการ ทำให้ไม่สามารถเก็บตัวสินค้าไว้ได้ และอาจเพิ่มความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตลาดบริการให้เพิ่มมากขึ้น

ส่วนประสมการตลาดบริการที่แก้ไขแล้ว

องค์ประกอบ 7 ประการในส่วนประสมการตลาดบริการ คือ

- (1) สินค้า
- (2) ราคา
- (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย
- (4) การส่งเสริมการตลาด
- (5) บุคลากร
- (6) ลักษณะทางกายภาพ
- (7) กระบวนการ

ส่วนประสมการตลาดบริการที่เพิ่มเข้ามาใหม่ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ บุคลากร, ลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการ ส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ประการนี้ ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรธุรกิจบริการ

แนวความคิดทางการตลาดเป็นเครื่องบ่งชี้ว่าการตัดสินใจต่างๆ นั้นขึ้นอยู่กับความจำเป็นที่จะต้องให้บริการและความต้องการของลูกค้า ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของพวกเขา ด้วยเหตุนี้เมื่อผู้บริโภคทำการซื้อสินค้าหรือบริการแล้ว พวกเขาจะได้รับความพึงพอใจและผลประโยชน์จากสินค้าหรือบริการนั้นๆ อย่างไรก็ตามพวกเขาก็ไม่ได้แบ่งแยกการนำเสนอสินค้าหรือบริการออกเป็นส่วนย่อยๆ แต่ในมุมมองของผู้ผลิตจะแบ่งการนำเสนอออกเป็นองค์ประกอบย่อยๆ ส่วนประสมการตลาดจึงหมายความว่า การควบคุมที่หลากหลายของนักการตลาดซึ่งมีอิทธิพลต่อกระบวนการซื้อขายในตลาด นักการตลาดจึงพยายามที่จะจัดทำรายการและจัดระบบความหลากหลายเหล่านี้ให้อยู่ภายใต้การควบคุม

กระบวนการกำหนดส่วนประสมการตลาดในตลาดบริการส่วนมากจะเหมือนกับตลาดอื่น ๆ ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับ

- (1) การแยกแยะการนำเสนอสินค้าหรือบริการออกเป็นองค์ประกอบย่อยๆ

(2) จัดระเบียบองค์ประกอบย่อยเหล่านั้นให้อยู่ในส่วนประสมการตลาด

การนำส่วนประสมการตลาดมาใช้โดยองค์กรจะทำให้เกิดความหลากหลายขึ้นอยู่กับกรณีแวดล้อม (ระดับความต้องการในตลาด, อายุของการบริการนั้นๆ) การตัดสินใจต่างๆ ไม่สามารถตัดสินใจโดยดูที่องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง โดยปราศจากการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดกับองค์ประกอบอื่น

สินค้า

การบริการต้องการการพิจารณาเกี่ยวกับระดับความครอบคลุมของการให้บริการ, คุณภาพของการบริการ และระดับการให้บริการ ความตั้งใจเป็นสิ่งจำเป็นในการให้บริการ เหมือนกับการใช้ตราห้อย, การรับประกัน และการบริการหลังการขาย ส่วนประสมของการบริการอาจถูกพิจารณาได้หลากหลาย และอาจจะถูกเปรียบเทียบระหว่างองค์กรขนาดเล็กกับองค์กรขนาดใหญ่ หรือเปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารที่มีรายการอาหารเพียงน้อยนิดกับโรงแรม 4 ดาวที่น่าเสนอประเภทอาหารที่หลากหลาย

ราคา

ราคาถูกพิจารณาในแง่ของระดับราคาขาย, ส่วนลด, เงื่อนไขและค่านายหน้า และเงื่อนไขในการชำระเงิน ราคาอาจจะเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างของคุณภาพในแต่ละองค์กร การรับรู้ของลูกค้ามักจะมาจากการปฏิสัมพันธ์กับพนักงานและราคาขายมาตรฐาน

ช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่ตั้งของธุรกิจบริการและความสะดวกในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตลาดบริการ ความสะดวกในการเข้าถึงไม่ได้หมายความว่าแค่ทางกายภาพเท่านั้น แต่มันหมายความว่ารวมถึงการติดต่อสื่อสารในด้านอื่นๆ ด้วย ดังนั้นการเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม และสะดวกจะเป็นข้อได้เปรียบของการบริการ

การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการขายมักจะรวมถึง วิธีติดต่อสื่อสารที่หลากหลายที่องค์กรมีต่อตลาด อาจจะผ่านทางโฆษณา, การขายตรง, การส่งเสริมการขาย, และการติดต่อสื่อสารทั้งทางตรงและทางอ้อมกับองค์กรสาธารณะ เช่น การประชาสัมพันธ์

บุคลากร

Borden กำหนดทรัพยากรมนุษย์ไว้ในความคิดแรกเริ่มของส่วนประสมการตลาดของเขา นี่คือ 2 ลักษณะสำคัญของ "บุคลากร"

(1) มนุษย์ผู้ซึ่งอยู่ในกระบวนการผลิตหรือกระบวนการบริหารในองค์กรธุรกิจบริการ (เช่น เสมียนในธนาคาร และพ่อครัวในร้านอาหาร) มีบทบาทมากกว่าการเป็นส่วนหนึ่งของการบริการ พนักงานด้านการบริการทำหน้าที่ทั้งเป็นผู้แนะนำบริการและเป็นผู้ขายบริการพร้อมๆ กัน

(2) การติดต่อสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ามีผลกระทบต่อยอดขายของการบริการ นั่นคือการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพมักจะมีอิทธิพลมาจากลูกค้าคนอื่นๆ ปัญหาที่ผู้จัดการต้องเผชิญก็คือ การควบคุมคุณภาพการบริการ และการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าเอาไว้

ลักษณะทางกายภาพ

มีการบริการไม่ก็ประเภทเท่านั้นที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพไม่มีผลต่อยอดขายทางการตลาด ส่วนประกอบของสภาพแวดล้อมทางกายภาพจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคและความประทับใจที่มีต่อองค์กร สภาพแวดล้อมทางกายภาพประกอบไปด้วยสภาพแวดล้อมต่างๆ ไป (การตกแต่ง, การใช้สี, โครงสร้าง, ระดับของเสียง), สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้แก่ลูกค้า (พาหนะ) และสิ่งที่จับต้องได้อื่นๆ เช่น ตราสัญลักษณ์ของธุรกิจสายการบิน หรือ การบรรจุหีบห่อที่สะอาดและน่าดึงดูดใจของธุรกิจซักแห้ง

กระบวนการ

พฤติกรรมของมนุษย์ในองค์กรธุรกิจบริการเป็นสิ่งที่ถูกกล่าวขวัญถึงอย่างมาก พนักงานที่มีความตั้งใจสามารถที่จะแก้ปัญหาลูกค้าและสามารถลดการหยุดชะงักของขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตได้ ภาพรวมของระบบการปฏิบัติงาน (การปรับเปลี่ยนนโยบายและขั้นตอนการผลิต, ระดับการจัดหาวัตถุดิบในการบริการ, จำนวนพนักงานทั้งหมด, ความเกี่ยวพันของลูกค้าที่มีต่อกระบวนการให้บริการ, การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร, ระบบการนัดหมาย, ความสามารถในการจัดหาบริการ) เป็นระบบการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกัน ความสำคัญของสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในกระบวนการนำเสนอการบริการ มนุษย์และกระบวนการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ในระบบปฏิบัติงานของการบริการ การจัดการการตลาดต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการนำเสนอและส่งเสริมการบริการ

บทสรุป

1. การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวข้องกับลักษณะงาน 2 ชุด คือ การเลือกสรรกลุ่มตลาดเป้าหมาย และการรวบรวมส่วนประสมการตลาด
2. การตลาดบริการต้องการการปรับเปลี่ยนและการปรับปรุงตลอดเวลา
3. ในขั้นตอนการวิเคราะห์กลยุทธ์ การตั้งคำถามพื้นฐานเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการจะทำให้เกิดความแตกต่างในการบริการแต่ละประเภท
4. ส่วนประสมการตลาดพื้นฐาน (4Ps) จำเป็นต้องถูกปรับเปลี่ยนเมื่อนำมาใช้ในการตลาดบริการ โดยเพิ่มองค์ประกอบอีก 3Ps เข้าไป (People, Processes และ Physical Evidence)

Adrian Palmer and Catherine (1995 : 13-17) ได้กล่าวถึงส่วนผสมทางการตลาดของการบริการไว้ว่าส่วนประสมการตลาด คือ เครื่องมือที่ช่วยให้ Marketing Manager สามารถเสนอการบริการให้ลูกค้าได้เหมาะสมขึ้น เครื่องมือนี้สามารถใช้ได้ในการพัฒนากลยุทธ์ระยะยาว

และกลยุทธ์ระยะสั้น Marketing Manager เป็นบุคคลที่รวบรวมส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ มาใช้เพื่อให้บรรลุถึงความปรารถนาของลูกค้า เช่นเดียวกับ พ่อครัวทำขนมเค้ก พ่อครัว 2 คน อาจจะทำเค้กเสร็จเหมือนกันในที่สุด แต่แต่ละคนก็อาจจะใช้ส่วนผสมที่ไม่เหมือนกันในการทำเค้ก Marketing Manager เปรียบเสมือนกับส่วนผสมส่วนผสมที่แตกต่างกันหลายชนิดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกัน การผสมส่วนผสมเหล่านี้ก็คือการรวมตัวกันของศาสตร์ (การศึกษาจากกระบวนการในอดีต) และศิลป์ ทั้งพ่อครัวและ Marketing Manager มักประสบกับสถานการณ์ที่พวกเขาไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน จึงต้องอาศัยกลยุทธ์การตัดสินใจเข้าช่วย Borden เป็นผู้ริเริ่มความคิดเรื่องส่วนประสมการตลาดขึ้น ซึ่ง Borden ได้อธิบายความหมายของนักบริหารการตลาดว่า "บุคคลผู้ซึ่งเป็นผู้ผสมส่วนประสมการตลาดและสร้างสรรค์กระบวนการและนโยบายทางการตลาดเพื่อนำมาซึ่งความสำเร็จและกำไรสูงสุด"

ในการพิสูจน์ความหมายของส่วนประสมการตลาดมักจะนำไปสู่การถกเถียงกัน Borden จึงกำหนดองค์ประกอบ 12 ข้อของส่วนประสมการตลาดขึ้นมา ต่อมานักเขียนท่านอื่นๆ ก็นำไปปรับเปลี่ยนและลดส่วนประสมการตลาดเหลือเพียง 4 องค์ประกอบ คือ 4Ps : Product, Price, Place, Promotion และแต่ละองค์ประกอบก็จะประกอบขึ้นด้วยหลายๆ สิ่ง เช่น Promotion : องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง คือ การโฆษณา, การส่งเสริมการขาย, การขายตรง และการประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์เริ่มแรกของ Borden ซึ่งเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดอ้างอิงมาจากกรณีศึกษาในโรงงานการผลิตสินค้า ในสมัยที่แนวคิดด้านการบริการยังไม่แพร่หลายและไม่สำคัญ ต่อมา 4Ps ถูกพบว่าเป็นสาเหตุทำให้เกิดข้อจำกัดด้านการบริการ ปัญหาหลายอย่างเกิดขึ้นจาก

- การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น สินค้าสามารถจับต้องได้จึงสามารถที่จะออกแบบให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ง่าย ซึ่งแตกต่างจากการบริการโดยสิ้นเชิง
- การบริการหลายประเภทเป็นการบริการที่ไม่หวังผลกำไร และลูกค้าไม่ต้องเสียค่าบริการเพิ่มเติม
- ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย

เพื่อชดเชยจุดอ่อนเหล่านี้ นักวิเคราะห์การตลาดจึงกำหนดส่วนประสมการตลาดขึ้นมาใหม่เพื่อประยุกต์ให้ใช้ได้กับธุรกิจการบริการ ในขณะที่หลายๆ คนพยายามที่จะแก้ไขส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสมกับการใช้กับสินค้าทั่วไป คำอธิบายของ Booms and Bitner and Christopher และ Payne และ Ballantyne ครอบคลุมโครงร่างที่มีประโยชน์ในการวิเคราะห์ ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ทฤษฎีที่สังเกตเห็นได้แน่ชัด สืบเนื่องมาจากองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการของส่วนประสมการตลาด ได้เพิ่มองค์ประกอบเข้าไปอีก 2 ชนิด คือ People, Process แต่

Booms and Bitner ได้เพิ่ม Physical Evidence เข้าไปเป็น P ตัวที่ 7 ในขณะที่ Christopher ได้เพิ่ม Customer Service เข้าไปแทน

หลักของส่วนประสมการตลาดที่เพิ่มเข้ามา คือ การเปลี่ยนแปลงการนำเสนอรูปแบบ การบริการและการจัดการให้เป็นองค์ประกอบหลักที่นำไปสู่กลยุทธ์การตัดสินใจ การตัดสินใจใดๆ ขององค์ประกอบต่างๆ สามารถอ้างอิงได้จากองค์ประกอบอื่นๆ เพื่อที่จะทำสินค้าให้อยู่ในตำแหน่งที่ต้องการได้อย่างยาวนาน ความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดมักจะแตกต่างกัน ในการบริการประเภทอัตโนมัติ เช่น ตู้ขายสินค้า องค์ประกอบด้านบุคคลมีความสำคัญน้อยกว่าการบริการประเภทที่ต้องใช้พนักงาน เช่น ร้านอาหาร

ภาพรวมโดยย่อของส่วนประสมการตลาดที่กำหนดขึ้นมาใหม่มีดังนี้

สินค้า : มีความหมายถึงสิ่งใดก็ตามที่องค์กรจัดหามาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

กลยุทธ์การตัดสินใจของการตลาดบริการนั้นแตกต่างไปจากการตลาดสินค้า โดยความเป็นจริงแล้ว การบริการที่แท้จริงสามารถจำกัตัวอยู่ที่กระบวนการมากกว่าผลลัพธ์ที่ปรากฏ คุณภาพการบริการกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ส่วนองค์ประกอบส่วนอื่นของ Product เช่น การออกแบบ, ความน่าเชื่อถือ, ภาพลักษณ์ขององค์กร และ ส่วนครองตลาด มักจะฟังดูคุ้นหูสำหรับนักการตลาดสินค้า แต่สำหรับตลาดบริการนั้นใช้กฎที่แตกต่างกันออกไป ความแตกต่างอีกด้านหนึ่งก็คือ การบริการรูปแบบใหม่ที่ออกสู่ตลาดนั้นไม่สามารถจดทะเบียนลิขสิทธิ์ได้ ดังนั้นจึงเป็นการง่ายที่องค์กรอื่นๆ จะมีการผลิตบริการนั้นๆ ขึ้นมาบ้าง

ราคา : การตัดสินใจในด้านราคานั้น หมายความว่ารวมถึงกลยุทธ์และยุทธวิธีในการตัดสินใจเกี่ยวกับการตั้งราคาขายพื้นฐาน, โครงสร้างของส่วนลด, เงื่อนไขการชำระเงิน และขอบเขตความแตกต่างของราคาขายระหว่างลูกค้าแต่ละกลุ่ม การตั้งราคาการบริการเป็นเครื่องบ่งชี้ในตัวเองถึงคุณภาพการบริการที่มีให้ การตั้งราคาในตลาดบริการนั้นมีความซับซ้อนเนื่องจากบางองค์กรที่จัดตั้งขึ้นโดยรัฐบาลนั้นตั้งราคาบริการไว้ถูก หรือให้เป็นอภิสิทธิ์ทางการทำให้เป็นการยากในการตั้งราคาที่จะดึงดูดลูกค้า

การส่งเสริมการตลาด : มีความหมายรวมถึงวิธีการหลากหลายวิธีการ ติดต่อสื่อสารผลประโยชน์ของการบริการนั้นๆ สู่ลูกค้าที่มีศักยภาพ โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) การโฆษณา 2) การส่งเสริมการขาย 3) การประชาสัมพันธ์ 4) การขายตรง ในขณะเดียวกัน Promotion ของการตลาดสินค้านั้นมีความเหมือนกับตลาดบริการทุกประการ เพียงแต่การตลาดสินค้านั้นต้องการสถานที่เพื่อนำเสนอสินค้านั้นๆ อย่างไรก็ตาม ในกรณีของการตลาดบริการพนักงานฝ่ายผลิตจะกลายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในส่วนประสมนี้

ช่องทางการจัดจำหน่าย : การตัดสินใจเลือกช่องทางจัดจำหน่ายนั้นขึ้นอยู่กับความสะดวกในการเข้าถึงลูกค้าที่มีศักยภาพ และหมายความว่ารวมถึงสถานที่จัดจำหน่ายทางกายภาพ

(เช่น การตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม) และการตัดสินใจเลือกปัจจัยพื้นฐานขั้นต้นที่จะสามารถส่งมอบการบริการสู่ลูกค้าได้สะดวก (เช่น การที่บริษัททัวร์จัดหาตัวแทนจำหน่ายหรือพนักงานขาย เพื่อ

สามารถเข้าถึงลูกค้าได้สะดวกขึ้น) และการตัดสินใจในการใช้การติดต่อสื่อสารที่ไม่มีสถานที่ตั้งที่แน่นอน (เช่น การใช้โทรศัพท์ในการติดต่อและบริการลูกค้า) สำหรับบริการที่แท้จริง การตัดสินใจในการใช้สิ่งของทางกายภาพในการส่งมอบบริการนั้นมีความเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดน้อยมาก อย่างไรก็ตาม การบริการส่วนใหญ่ก็ต้องเกี่ยวข้องกับสินค้าบางตัวด้วย เช่นกัน ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการผลิตบริการ (เช่น แผ่นพับของบริษัทท่องเที่ยว และการบรรจุหีบห่อของอาหารกล่อง) หรือการบริการอาจจะเป็นจุดประสงค์หลักของการเคลื่อนย้ายสินค้า (เช่น บริการขนส่งสินค้า, การบริการให้เช่าเครื่องจักร)

บุคลากร : ทรัพยากรมนุษย์เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญมากที่สุดของธุรกิจบริการ ในสถานที่ซึ่งการผลิตสามารถแยกออกจากการบริโภคได้อย่างเด็ดขาด การบริหารจัดการสามารถลดผลกระทบโดยตรงที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบสนองของลูกค้าได้ง่าย ดังเช่นกระบวนการผลิตรถนั้นไม่สามารถทำให้ลูกค้าสนใจได้มากกว่าผลลัพธ์ที่ออกมา (ตัวรถที่ประกอบเสร็จแล้ว) ลูกค้าเหล่านั้นจะไม่สนใจว่าเครื่องแบบของพนักงานในระหว่างผลิตนั้นเป็นอย่างไร, ใช้ภาษาที่หยาดคายหรือไม่, หรือประกอบด้วยความเชื่อซ้าหรือเปล่า ตราบใดที่ผลลัพธ์ที่ออกมาสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ารายนั้นๆ ได้ ในธุรกิจบริการ ทุกคนที่เกี่ยวข้องสามารถเรียกได้ว่า "นักการตลาดชั่วคราว" เนื่องจากการกระทำของพวกเขาสามารถส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลลัพธ์ของคุณภาพการบริการที่มีให้แก่ลูกค้า

ในขณะที่ความสำคัญของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแง่ของการแก้ไขคุณภาพการบริการได้เพิ่มมากขึ้น เช่น ในวงจรการพัฒนาคุณภาพ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ถูกถือว่ามี ความสำคัญมากในธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่พนักงานขององค์กรมีแนวโน้มสูงที่จะติดต่อกับลูกค้า ด้วยเหตุผลนี้เอง จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรธุรกิจบริการจะมีความคาดหวัง เกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และเพื่อที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายมาตรฐานเหล่านั้น วิธีการในการ คัดสรรพนักงาน, การฝึกอบรม, การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และการเสนอรางวัลพิเศษ ไม่สามารถจัดเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์อย่างแท้จริง แต่กลายเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดมากกว่า

การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ในส่วนประสมการตลาดมักจะขึ้นอยู่กับรูปแบบการพัฒนาการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับลูกค้า ซึ่งสามารถอนุมานได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ ในกรณี ที่การบริโภคเกิดขึ้นในที่สาธารณะ เช่น ผู้รับประทานอาหารจะตัดสินใจเลือกของ ร้าอาหารนั้นจากลักษณะของลูกค้าที่มาใช้บริการ เครื่องแบบของพนักงานที่ดูสบายๆ มักจะท ำให้ การเลื่อนระดับของร้านอาหารนั้นๆ เป็นไปได้ยาก เช่นเดียวกับการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ให้

เป็นปัจจัยการผลิต, การบริหารจัดการการตลาด จะสามารถพัฒนาการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

ลักษณะทางกายภาพ : ลักษณะที่จับต้องไม่ได้ของการบริการนั้น หมายถึง ลูกค้าที่มีศักยภาพจะไม่สามารถตัดสินคุณภาพการบริการนั้นๆ ได้ก่อนที่จะบริโภคมัน ซึ่งทำให้เพิ่มอัตราความเสี่ยงในการตัดสินใจซื้อของลูกค้ามากขึ้น ส่วนที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาด คือ การลดระดับลักษณะที่จับต้องไม่ได้ลง โดยการเสนอการบริการที่จับต้องได้มากขึ้น ซึ่งการบริการที่จับต้องได้นี้มีหลากหลายรูปแบบ เช่น แผ่นพับโฆษณาสามารถอธิบายและลงรูปภาพประกอบของการบริการนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี, แผ่นพับการท่องเที่ยวก็จะเสนอรูปภาพที่เกี่ยวกับโรงแรมที่พัก พนักงานองค์กรก็สามารถสื่อถึงการบริการที่จับต้องได้เช่นกัน เช่น ในธุรกิจสายการบินนั้น การแต่งกายและมารยาทของพนักงานจอร์ตัวจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกถึงความตั้งใจและใส่ใจในลูกค้า นอกจากนี้ ตัวอาคารก็สื่อได้เช่นกัน คือ ความสะอาด, สภาพแวดล้อมที่สดใส ก็มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของลูกค้าเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ ร้านอาหารเร่งด่วน และ ร้านล้าง-อัดรูป จึงมักจะใช้สีแดงและสีเหลืองเพื่อสื่อถึงความรวดเร็วของการบริการ

กระบวนการ : ธุรกิจบริการมักจะถูกจำกัดอยู่ในกระบวนการผลิตมากกว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ในขณะที่ทางด้านธุรกิจผลิตสินค้านั้น กระบวนการผลิตมีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคน้อยมาก ในธุรกิจบริการ ลูกค้าถูกจัดให้เป็นผู้ช่วยผู้ผลิตคนหนึ่ง ในธุรกิจร้านอาหารลูกค้าจะได้รับผลกระทบอย่างมากในด้านระยะเวลาการอาหารที่พวกเขาสั่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตอย่างมาก

ลูกค้าสัมพันธ์ : ความหมายของการบริการลูกค้ามีความแตกต่างกันในแต่ละองค์กร ในธุรกิจบริการ สามารถอธิบายได้ว่าธุรกิจบริการ คือ กระบวนการการบริการที่ถูกรับรู้ได้โดยลูกค้า การบริหารจัดการระดับคุณภาพการบริการกลายมาเป็นสิ่งสำคัญของส่วนประสมการตลาด และความรับผิดชอบในการส่งมอบบริการ ระดับคุณภาพการบริการไม่สามารถแยกออกจากการบริการลูกค้าได้ มันเกี่ยวพันไปถึงพนักงานการผลิต ทั้งพนักงานที่ถูกจ้างงานโดยตรงจากองค์กร และพนักงานที่ถูกจ้างงานจากตัวแทนจำหน่าย คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในด้านการออกแบบการบริการ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์

Christopher Lovelock, Jochen Wirtz and Hean Tat Keh (2002 : 5,14-16) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าองค์ประกอบทั้งภายในและภายนอกของการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ จึงเป็นการยากที่จะจำกัดความหมายของการบริการได้ อย่างไรก็ตามมีคำจำกัดความสองความหมายที่ตรงกับลักษณะพิเศษนั้น

การบริการ คือ การกระทำหรือการแสดงที่ถูกเสนอโดยบุคคลหนึ่งสู่อีกบุคคลหนึ่ง และการแสดงนั้นไม่สามารถจับต้องได้และไม่มีผลต่อการเป็นเจ้าของของบริการนั้นๆ

การบริการ คือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งสร้างคุณค่าและผลประโยชน์ให้แก่ลูกค้า ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง และในสถานที่หนึ่งๆ เวลาใดเวลาหนึ่ง และในสถานที่หนึ่งๆ

ความหมายของการบริการจึงสามารถอธิบายได้ดังนี้คือ “สิ่งที่สามารถซื้อและขายได้แต่ไม่สามารถจับต้องได้”

องค์ประกอบหลัก 8 ประการของการบริหารการบริการ

เมื่อพูดถึงกลยุทธ์การตลาดของการผลิตสินค้า นักการตลาดกำหนดกลยุทธ์พื้นฐาน 4 ประการ คือ สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมักจะเรียกสั้นๆ ว่า 4P's ของส่วนผสมการตลาด ในการที่จะอธิบายถึงลักษณะของการบริการเราจำเป็นต้องใช้ 8P's แนวคิดในเรื่อง 8P's นั้นเริ่มมาจากการแข่งขันเรือประจำปีที่มีมามากกว่า 150 ปี ของมหาวิทยาลัย Oxford และมหาวิทยาลัย Cambridge ในแม่น้ำ Thames ใกล้กรุง London ที่มีผู้พาย 8 คน ความเร็วของเรือไม่ได้มาจากความแข็งแกร่งทางกายภาพของผู้พาย แต่มาจากปฏิกิริยาตอบสนองของจังหวะการพายและความสามัคคีของผู้พาย ในการที่จะทำให้การพายเรือมีประสิทธิภาพมากที่สุด ผู้พายแต่ละคนต้องจับจังหวะการพายของกันและกันและพายไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีผู้นำคือคนที่พายอยู่ในตำแหน่งหัวเรือ และผู้นำคนนี้เป็นผู้กำหนดจังหวะการพาย, ชักจูงลูกเรือ และจับตาดูคู่ต่อสู้คนอื่น ๆ เป็นสิ่งที่อยู่นานถึงการจัดการ

ด้านสินค้าหรือบริการ ผู้จัดการควรเลือกลักษณะของสินค้าทั้งสินค้าหลัก (สินค้าหรือบริการ) และการบริการโดยทั่วไป ซึ่งมีพื้นฐานการคัดเลือกจากความต้องการของลูกค้าและการบริการของคู่แข่ง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการส่งมอบสินค้าสู่ลูกค้าจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่และเวลาในการจัดส่งและวิธีการและช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้อง การส่งมอบอาจจะเป็นการส่งมอบทางตรงหรือทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (หรือใช้ร่วมกัน) ซึ่งขึ้นอยู่กับธรรมชาติของการบริการที่ต้องการการส่งข้อความและการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต เป็นฐานข้อมูลของการบริการระบบ Cyberspace และสามารถเรียกกลับมาดูว่าเมื่อไหร่และที่ไหนก็ได้ องค์กรควรจะส่งมอบการบริการสู่ลูกค้าโดยตรงหรือผ่านตัวแทนขององค์กร เช่น ร้านค้าปลีกซื้อได้รับค่านายหน้าและเปอร์เซ็นต์ในการขายสินค้า ความรวดเร็วและความสะดวกสบายเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในกลยุทธ์การส่งมอบการบริการ

ด้านกระบวนการ การสร้างและการส่งมอบสินค้านั้นต้องการกระบวนการในการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ กระบวนการ คือ วิธีการและลำดับการของการกระทำในการบริการ กระบวนการบริการที่ไม่มีประสิทธิภาพ, ช้า และใช้ระบบราชการทำให้ลูกค้าหนีไปเหมือนกับกระบวนการที่ไม่มีระบบทำให้พนักงานส่วนหน้าทำงานได้ยากขึ้น ทำให้สินค้าผลิตได้ต่ำลงและทำให้องค์กรธุรกิจบริการเกิดความล้มเหลว

ด้านผลิตผล และ คุณภาพ 2 ลักษณะนี้ สามารถเปรียบเทียบได้กับด้านหัวและก้อยในเหรียญเดียวกัน ไม่มีองค์กรธุรกิจบริการใดสามารถแยกลักษณะ 2 ลักษณะนี้ออกจากกันได้ ผลิตผล เกี่ยวข้องกับวิธีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตสู่ผลลัพธ์ที่สร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค ในขณะที่คุณภาพ คือมาตรการวัดความพึงพอใจและความคาดหวังของลูกค้า การพัฒนาผลิตผลจะต้องพยายามควบคุมต้นทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ในขณะที่คุณภาพการบริการเป็นการสร้างความแตกต่างระหว่างตัวสินค้าและสร้างความซื่อสัตย์ต่อองค์กรของลูกค้า

ด้านบุคลากร การบริการหลายประเภทขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและพนักงานขององค์กร ธรรมชาติของการปฏิสัมพันธ์นี้มีผลต่ออัตราการรับรู้ในคุณภาพการบริการ การประเมินคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานต้อนรับส่วนหน้าและองค์กรธุรกิจบริการที่ประสบความสำเร็จต้องมีการจัดการในด้าน การคัดสรร พนักงาน, การฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานให้ทำงานต่อที่มีประสิทธิภาพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีโปรแกรมการตลาดอันใดที่จะสามารถประสบความสำเร็จได้โดยปราศจากการติดต่อสื่อสาร ซึ่งประกอบไปด้วยกฎ 3 ข้อ คือ 1) จัดหาข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและคำแนะนำให้แก่ลูกค้า 2) ชักจูงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มีความสนใจในสินค้าหรือบริการ 3) สนับสนุนให้ลูกค้าใช้บริการนั้นๆ อย่างเร่งด่วน ในการตลาดบริการ การติดต่อสื่อสารและให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการมีประโยชน์แก่ลูกค้าอย่างมาก องค์กรอาจจำเป็นต้องให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้รับในการใช้บริการนั้น รวมถึงสถานที่และเวลาที่จะขายบริการนั้นๆ การติดต่อสื่อสารสามารถทำได้ในลักษณะเฉพาะตัวบุคคล เช่น การขายโดยใช้พนักงานขาย และพนักงานต้อนรับส่วนหน้า หรือการติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, แผ่นโฆษณา, แผ่นพับ และเว็บไซต์ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการเลือกตราห้อยและรางวัลล่อใจอาจใช้ในการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ลักษณะภายนอกของตัวอาคาร, ทำเลที่ตั้ง, ยานพาหนะ, การตกแต่งภายใน, อุปกรณ์อำนวยความสะดวก, พนักงานขององค์กร, สัญลักษณ์ขององค์กร และสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปที่สามารถมองเห็นได้ เป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพการบริการขององค์กรนั้นๆ องค์กรธุรกิจบริการจำเป็นต้องจัดการบริหารทางสภาพแวดล้อมทางกายภาพอย่างระมัดระวัง เนื่องจากมันเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ การโฆษณาเป็นทางเลือกที่สามารถสร้างสัญลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่จำได้ของลูกค้ามากขึ้น เช่น ร่ม แทนความหมายว่าการปกป้องและความปลอดภัย

ราคา และต้นทุนอื่นๆของการบริการ เป็นการบริหารจัดการต้นทุนที่ปรากฏขึ้นในลักษณะที่ลูกค้าได้รับผลประโยชน์จากบริการนั้นๆ นักการตลาดบริการต้องไม่ทำแค่

กำหนดราคาขายและเงื่อนไขในการขายเชื่อ แต่จะต้องหาราคาที่ต่ำที่สุดที่เป็นไปได้ ต้นทุนอื่นๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในขณะที่กำลังให้บริการ เช่น ต้นทุนต่างๆที่เกี่ยวข้อง(ค่ายานพาหนะ), เวลา, ความพยายามและความเหน็ดเหนื่อยทางร่างกายและจิตใจ, ประสิทธิภาพที่ไม่พึงประสงค์ เช่น เสียงที่หนวกหู หรือ กลิ่นที่ไม่พึงประสงค์

Roland T. Rust, Anthony J. Zahorik and Timothy L. Keiningham (1996 : 7-13) ได้กล่าวถึงการบริการไว้ว่า การบริการ คือ การกระทำใดๆหรือการแสดงใดๆก็ตามที่องค์กรหนึ่งๆสามารถเสนอการกระทำนั้นสู่บุคคลใดๆซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่มีผลต่อการเป็นเจ้าของของบุคคลนั้นๆ ตัวบริการนั้นอาจจะหรืออาจจะไม่รวมอยู่ในตัวสินค้านั้นก็ว่าได้ ถึงแม้ว่าเราจะแยกแยะความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการได้ แต่ความสำเร็จขององค์กรประกอบสินค้ามักขึ้นอยู่กับบริการที่มีให้

ลักษณะเฉพาะที่ทำให้บริการแตกต่างจากสินค้ามี 4 ลักษณะคือ

1. สัมผัสและจับต้องไม่ได้ (Intangibility)
2. ตัวบริการแยกออกจากผู้บริการไม่ได้ (Inseparability)
3. มีความหลากหลายในตัวเอง (Variability)
4. ไม่คงทน (Perishability)

การจัดการการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ นักธุรกิจบริการพบว่าส่วนผสมทางการตลาดพื้นฐาน (4P's) นั้นไม่เพียงพอที่จะนำมาอธิบายความคาดหวังของงานในอุตสาหกรรมบริการได้ดีพอ 4P's นั้นพูดถึงเพียงองค์ประกอบทั้งหมดที่เสนอให้แก่ผู้บริโภค คือ 1) สินค้า (สินค้าหรือบริการหลัก รวมถึงการบรรจุหีบห่อ, พนักงานบริการ, ฯลฯ) 2) ราคา 3) สถานที่ซึ่งสินค้าหรือบริการสามารถหาซื้อได้ (หรือช่องทางการจัดจำหน่าย) 4) การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา, การประชาสัมพันธ์, และการขายตรง นักการตลาดบางคนแนะนำว่าธุรกิจบริการต้องการส่วนผสมการตลาดเพิ่มขึ้นอีก 3 P's คือ People(บุคลากร), Physical evidence (สภาพแวดล้อมทางกายภาพ) และ Process (กระบวนการ)

1. ด้านบุคลากร การบริการทุกประเภทต้องการปฏิสัมพันธ์ของบุคคลระหว่างผู้บริโภคและพนักงานขององค์กร และการปฏิสัมพันธ์นี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น บุคคลผู้ซึ่งพักอยู่ในโรงแรมจะได้รับความเป็นกันเอง, ความรู้, ความช่วยเหลือจากพนักงานโรงแรมโดยเฉพาะจากพนักงานที่ได้รับเงินเดือนขั้นต่ำในองค์กร ความประทับใจของคนๆหนึ่งเกี่ยวกับโรงแรมและความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการอีกถูกตัดสินโดยการบริการจากพนักงานต้อนรับ, พนักงานยกกระเป๋า, พนักงานแม่บ้าน, พนักงานเสิร์ฟอาหารในร้านอาหาร ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้มักจะเกิดขึ้นนอกกระบวนการบริหารงานหลักของโรงแรม ในความเป็นจริงโรงแรมในระดับมาตรฐานมักจะมีการติดต่อสื่อสารกับพนักงานโรงแรม

และผู้จัดการน้อยมาก นอกจากนั้นผู้บริหารต้องประสบกับปัญหาในการคัดสรรและฝึกอบรมพนักงานเพื่อจะได้ทำหน้าที่ของตนได้อย่างเหมาะสม และที่สำคัญต้องมีสิ่งจูงใจพนักงานในการทำงานเพื่อให้บริการลูกค้าอย่างดีที่สุด แล้วพนักงานก็จะทำงานด้วยความสุขและความเต็มใจ ผลก็คือการบริการที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า

เนื่องจากเหตุผลนี้ นโยบายการบริหารของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จึงต้องวางไว้อย่างระมัดระวัง อาจจะมีการจัดตั้งกลุ่มแนะนำทางวัฒนธรรมให้แก่ลูกค้าและมอบอำนาจให้แก่พนักงานมากขึ้นเพื่อสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว โดยการมอบอำนาจให้พนักงานคนใดนั้น ต้องดูที่ ความเป็นผู้นำในการบริหาร, การออกแบบลักษณะงาน และระบบการให้รางวัลตอบแทน ต้องมีการสร้างการตลาดภายในขึ้นเพื่อจูงใจกรรมให้แก่พนักงานและทำให้พนักงานมีความพอใจและรักในองค์กรซึ่งจะทำให้การบริการออกมาอย่างดียเยี่ยม

บุคลากร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนผสมประสมทางการตลาด เนื่องจากการบริการมักต้องพึงปัจจัยนี้ในการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความพึงพอใจของลูกค้าคนหนึ่งอาจจะมีอิทธิพลจากลูกค้าคนอื่นๆซึ่งเคยมาใช้บริการแล้ว

2. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ องค์ประกอบส่วนนี้มักเป็นสิ่งที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปขององค์กรสามารถมีผลต่อความประทับใจครั้งแรกของลูกค้ามากกว่าคุณภาพของการบริการที่พวกเขาได้รับ Servicespace (ซึ่งหมายถึงสภาพแวดล้อมรอบๆ, เพลงที่เปิดคลอไปด้วย, ความสบายของที่นั่ง, และการจัดวางโดยรวมของสิ่งอำนวยความสะดวก) สามารถเพิ่มความประทับใจในองค์กรให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี การปรากฏกายของพนักงาน รวมถึงการเสิร์ฟและการแต่งตัว อาจเป็นสิ่งที่สำคัญด้วยเช่นกัน สิ่งเหล่านี้เป็นการติดต่อสื่อสารทางการตลาดที่องค์กรมีต่อลูกค้าและสามารถลดความไม่มั่นใจของลูกค้าในการที่จะเลือกใช้บริการหรือไม่ องค์กรธุรกิจบริการควรที่จะออกแบบสิ่งเหล่านี้ด้วยความระมัดระวังเป็นพิเศษ เพราะมันเป็นส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความประทับใจของลูกค้า สภาพแวดล้อมทางกายภาพนี้ควรออกแบบมาให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละองค์กร

3. ด้านกระบวนการของการผลิตบริการ เนื่องจากลูกค้ามักจะเข้ามาเกี่ยวข้องในขั้นตอนการผลิตของการบริการ การไหลเวียนและการดำเนินงานของกระบวนการผลิตการบริการนั้นสำคัญกว่าของสินค้า ลูกค้าที่ซื้อโทรทัศน์นั้นไม่จำเป็นต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิตเลย แต่สำหรับลูกค้าในภัตตาคารนั้นหวังที่จะได้รับบริการที่ดี เริ่มตั้งแต่การหาที่นั่ง, สภาพแวดล้อมที่สบาย, การสั่งอาหาร, การได้รับอาหาร และการรับประทานอาหาร กระบวนการและทักษะที่ผู้ให้บริการมีอยู่เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยในการตัดสินใจของลูกค้า

ดังนั้น ในการออกแบบกระบวนการผลิตของการบริการจะต้องพยายามทำให้ลูกค้านั้นได้รับรู้สิ่งเหล่านั้น และพยายามทำให้เขาและเธอพอใจและประทับใจมากที่สุด

ความสำคัญของคุณภาพการบริการและการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภค

องค์กรธุรกิจบริการในระดับต้นๆ มักจะใช้เวลาในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการมากกว่าองค์กรธุรกิจผลิตสินค้า วิธีการควบคุมคุณภาพส่วนใหญ่ขององค์กรธุรกิจผลิตสินค้ามักจะถูกพัฒนาโดยการทำให้ลูกค้าพอใจและพึงพอใจผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องจากสินค้านั้นสามารถชั่งน้ำหนัก, วัด ฯลฯ ได้ก่อนที่จะพวกมันจะถูกขาย ในอีกด้านหนึ่ง การบริการจะถูกผลิตขึ้นในขณะที่เกิดความต้องการ และนี่ทำให้การควบคุมมาตรฐานของคุณภาพการบริการยากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าการวัดคุณภาพจะสามารถทำได้ทันที เช่น ระยะเวลาในการรอคอย, จำนวนความผิดพลาดในการส่งงาน นักธุรกิจผลิตสินค้ามักจะได้รับผลตอบรับของลูกค้าในรูปแบบของความคิดเห็น ส่วนนักธุรกิจบริการจะได้รับผลตอบกลับที่รวดเร็วกว่าโดยดูจากกิริยาท่าทางการแสดงออกของลูกค้าในขณะนั้น

การจัดการบริหารคุณภาพการบริการนั้นเป็นส่วนหลักของการตลาดบริการ การจัดการบริการที่สามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าคือสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาในการบริการ ยกตัวอย่างเช่น ความน่าเชื่อถือของการบริการเป็นคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพจึงหมายถึงการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการบริการนั้นๆ การมีชื่อเสียงในแง่ของคุณภาพที่สูงของการบริการช่วยลดภาวะความเสี่ยงในการหาลูกค้าใหม่ ในขณะที่ ชื่อเสียงที่ไม่ดีจะทำให้การขายบริการเป็นไปอย่างยากลำบาก คุณภาพในการบริการที่ดีเยี่ยมจะช่วยให้ลูกค้าบอกปากต่อปากในทางที่ดี ซึ่งเป็นตัวสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร นอกเหนือจากนั้น ความสำเร็จของการผลิตบริการที่มีคุณภาพจะช่วยสร้างความกระตือรือร้นและศีลธรรมอันดีแก่พนักงานขององค์กร

6. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

โกลาสซา (Kolasa. 1969 : 886) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริง อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการประเมิน (Evaluation) สิ่งใดสิ่งหนึ่งจากสถานการณ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ หรือความคิดเห็นเป็นการตอบสนองสิ่งเร้าที่ถูกจำกัด แต่เป็นสิ่งที่เร้าที่ได้รับอิทธิพลจากความโน้มเอียง

เบสท์ (Best. 1977 : 169) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นคือ การแสดงออกทางด้านความเชื่อ และความรู้สึกของแต่ละคนโดยการพูด

ดันแคน (Duncan. 1971 : 135) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นความเชื่อหรือการพิจารณาตัดสินใจ (judgement) หรือ ความเชื่อที่นำไปสู่การคาดคะเนหรือการแปรผลในพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น

โคลนิก (Kolenik. 1970 : 296) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแปลความหมาย (Interpretation) หรือการลงความเห็นที่เกิดจากข้อเท็จจริง ซึ่ง

แต่ละบุคคลคิดว่าถูกต้องแต่คนอื่นอาจจะไม่เห็นด้วยก็ได้ ความเห็นที่ไม่ลึกซึ้งและเป็นความคิดเห็นเฉพาะอย่างและมีอยู่เป็นเวลานานสั้น เรียกว่า Opinion เป็นความคิดเห็นประเภทหนึ่งที่ไม่ตั้งอยู่บนรากฐานของพยานหลักฐานที่เพียงพอแก่การพิสูจน์ มีความรู้แห่งอารมณ์น้อยและเกิดขึ้นได้ง่ายและสลายตัวได้เร็ว

ประสาธน์ หลักศิลา (2511 : 398-399) ได้สรุปเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า มติหรือความคิดเห็นต่างๆของคนเรานั้นเกิดได้จากการปะทะสังสรรค์ประจำวันของคนเรา แต่คนเรามีภูมิหลังทางสังคมจำกัดอยู่ ภูมิหลังทางสังคมคนเราแต่ละคนย่อมเป็นผลถึงการที่คนเรากระทำตอบสนองต่อเหตุการณ์และเกิดความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ความคิดเห็นหมายถึงความเชื่อหรือความรู้สึกของบุคคลต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยอาศัยประสบการณ์และการเรียนรู้ และเปลี่ยนแปลงได้

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยในประเทศ

ภัทรา วงศ์พรเพ็ญภาพ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของอาคาร ประเภทโรงเรียนอนุบาลเอกชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบอาคารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ที่เกิดจากความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้อาคาร และเป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสมของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดแนวประสบการณ์ และยังช่วยส่งเสริมพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ สังคม ให้กับเด็ก เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาขั้นต่อไป ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่า สถานที่ตั้งของโรงเรียนอนุบาลส่วนใหญ่จะอยู่ติดกับถนนใหญ่หรือซอยที่เล็กคับแคบ จึงมีปัญหาในเรื่องของการจราจร และเสียงรบกวนจากรถยนต์ภายนอกโรงเรียน ดังนั้นโรงเรียนอนุบาลควรตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการคมนาคมสะดวกในการเดินทางรับส่งนักเรียนทั้งไปและกลับ อยู่ในซอยที่กว้างขวาง มีทางเข้าออกสะดวก ใกล้แหล่งชุมชน อาคารเรียนโรงเรียนอนุบาลควรเป็นอาคารชั้นเดียวหรือสองชั้น แต่ไม่ควรสูงเกินไป มีพื้นที่เพียงพอสำหรับเด็กที่จะสามารถเล่นได้ภายในบริเวณอาคาร และการจัดวางตำแหน่งของอาคารควรสัมพันธ์กับการจัดสนามเด็กเล่นกลางแจ้งและในร่ม ซึ่งควรมีพื้นที่กว้างขวาง โลงโปร่งสบาย มีร่มเงาและแสงแดดที่พอเหมาะกับเด็ก การจัดตำแหน่งอุปกรณ์การเล่นในสนามควรจัดให้สอดคล้องกับกิจกรรมของเด็ก และมีสัดส่วนที่พอเหมาะกับเด็ก มีสีสดใสดูดี ทำด้วยวัสดุที่แข็งแรง ทนทานปลอดภัย สามารถพัฒนาร่างกายช่วยให้เด็กได้ออกกำลังได้อย่างเต็มที่ และตำแหน่งของสนามเด็กเล่นควรสัมพันธ์กับห้องเรียน คืออยู่ใกล้ห้องเรียน เพื่อสะดวกในการทำกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน ห้องเรียนของเด็กอนุบาลควรมี

ลักษณะที่ยืดหยุ่นได้ และสามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องกิจกรรมต่างๆได้ หากไม่มีการจัดแยกต่างหาก ภายในห้องเรียนควรมีการจัดมุมกิจกรรมต่างๆ มีการระบายอากาศที่ดี มีแสงสว่างเพียงพอ วัสดุที่ใช้กับห้องเรียน พื้นควรเป็นวัสดุที่ไม่ลื่น ทำความสะอาดง่าย ทนทาน ผนังทาสีอ่อนๆและใช้วัสดุที่สามารถดูดซับเสียงได้ สามารถป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอกห้องเรียน การจัดห้องน้ำ-ห้องส้วม สำหรับเด็กอนุบาลควรอยู่ภายในอาคารเรียน ไม่ควรจัดแยกออกจากอาคารเรียน ควรอยู่ติดกับห้องเรียนและสนามเด็กเล่น เพราะสามารถป้องกันอันตรายและครูสามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง ความปลอดภัยมีความสำคัญมากสำหรับเด็กอนุบาล ควรออกแบบจุดต่างๆที่จำเป็น เพื่อป้องกันอันตรายแก่เด็ก โรงเรียนอนุบาลควรติดตั้งอุปกรณ์ดับเพลิง มีทางหนีไฟและควรมีการซ้อมการหนีไฟด้วย

สุมาลี มีพงษ์ (2538 : 62-63) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนที่มีชั้นประถมศึกษา เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่จะเลือกโรงเรียนที่อยู่ใกล้บ้าน ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถทางด้านอนุบาลเป็นอย่างดี และมีสัดส่วนจำนวนครูในการดูแลนักเรียนที่เหมาะสม ในด้านการจัดการเรียนการสอนมุ่งเตรียมความพร้อมทางร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา เพื่อเตรียมความพร้อมในการศึกษาต่อชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีการสอนโดยใช้สื่อประกอบการเรียนการสอน อาคารสถานที่ภายในโรงเรียนมีความสะอาดเรียบร้อย ปลอดภัย มีบรรยากาศที่ดีต่อการจัดการเรียนการสอน ครูและบุคลากรในโรงเรียนมีการประสานสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ปกครองตลอดเวลา มีการส่งข่าวสารการเรียนอย่างสม่ำเสมอ และมีการดูแลนักเรียนอย่างใกล้ชิด

สายจิต ลิลิต (2537 : 77-79) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาให้ความสำคัญในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ด้านการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจ ให้ความสำคัญในหลักสูตรเนื้อหาวิชาการมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดอาคารสถานที่ และเอกสารประกอบการเรียนการสอน

ด้านราคาค่าเล่าเรียน ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญในการตั้งราคาโดยการคำนึงถึงบริการ และคุณภาพ รองลงไป คือต้นทุนในการดำเนินงาน และการจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน

ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญกับการตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนมากที่สุดที่นักเรียนไปมาสะดวก รองลงมาคือ การจราจรไม่ติดขัด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำมากที่สุด รองลงมาคือการใช้โฆษณาโดยแจกใบปลิว แผ่นพับ

ด้านการตลาดภายใน การเลือกสรรบุคลากร ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญต่อการมีทักษะ และประสบการณ์มากที่สุด รองลงมาคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ และมีบุคลิกภาพ

ด้านการสร้างคุณภาพและบริการ ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญต่อบุคลากรที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการสอน รองลงมาคือ มีน้ำใจเป็นกันเองและ การสร้างการบริการให้น่าเชื่อถือทางวิชาการ

ด้านการทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญต่อการให้ข้อมูลในการสมัครสอบในสถาบันต่าง ๆ มากที่สุด รองลงมาคือการแนะแนวทางการศึกษา และรับรองผลการเรียน สอบไม่ได้ยินดีคืนเงิน

จากการศึกษาข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญกับเรื่องหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ รองลงมาคือการให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบราคาค่าเล่าเรียน ทำเลที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน และการแนะนำโรงเรียนกวดวิชาจากเพื่อนรุ่นพี่

มนต์ชิตา บุปผาคำ (2544 : 114-121) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน ถึงระดับการปฏิบัติจริง และระดับที่ควรปฏิบัติ เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากทั้งสองด้านแต่เมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก คือการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการจำหน่าย เพราะว่าผู้บริหารโรงเรียนเป็นผู้ที่มีบทบาทในการบริหารงานของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารรับนโยบายและแผนการศึกษาของรัฐ ตามที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนส่งเสริมให้โรงเรียนเอกชนจัดการศึกษาให้มีคุณภาพและมีการรับรองมาตรฐานคุณภาพ

2. ความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน ถึงระดับการปฏิบัติจริง และระดับที่ควรปฏิบัติ เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกัน โดยระดับที่ควรปฏิบัติสูงกว่าระดับการปฏิบัติจริง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนโยบายของรัฐ ตามที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนได้ตระหนักถึงความสำคัญเรื่องมาตรฐานคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนเอกชน จึงได้กำหนดนโยบายและมาตรการให้ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนทุกโรงเรียนดำเนินการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของแต่ละโรงเรียนให้สูงขึ้น แต่ในปัจจุบันโรงเรียนอนุบาลเอกชนประสบปัญหาหลายประการทั้งทางด้านเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐ จึงทำให้โรงเรียนไม่สามารถจัดการศึกษาได้ตามเป้าหมายอย่างเต็มที่

3. ความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียน ถึงระดับการปฏิบัติจริง และระดับที่ควรปฏิบัติ เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ปกครองนักเรียนมีความเห็นว่าโรงเรียนที่นำบุตรหลานมาเข้าเรียนนั้นสามารถจัดการศึกษาที่ดี ผู้บริหารและครูมี

ความรักและเอาใจใส่เด็กเป็นอย่างดี จัดกิจกรรมให้เด็กมีพัฒนาการครบทุกด้าน รวมทั้งบริการต่าง ๆ อย่างมีคุณภาพ จึงสามารถไว้วางใจในการส่งบุตรหลานมาอยู่ในความดูแลของโรงเรียนได้

4. ความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและผู้ปกครองนักเรียน ถึงระดับการปฏิบัติจริง และระดับที่ควรปฏิบัติ เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ทั้ง 4 ด้าน โดยระดับความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนสูงกว่าระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารโรงเรียนมีหน้าที่ในการทำงานและบริหารโรงเรียนโดยตรง ทำให้สามารถเข้าใจหลักการบริหารโรงเรียนได้ครอบคลุมทุกงาน

5. ความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนถึงกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครกลยุทธ์การตลาดไม่ว่าจะเป็นด้านใด มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน โรงเรียนจะต้องจัดการศึกษาและบริการต่าง ๆ อย่างมีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของเด็กและผู้ปกครอง ครูผู้สอนต้องมีความรู้ความสามารถ มีความรัก ความเอาใจใส่ต่อเด็กเป็นอย่างดี มีบุคลิกภาพที่ดี สามารถจัดประสบการณ์การเรียนรู้และการสอนและกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัย เพื่อให้เด็กมีพัฒนาการครบทุกด้าน

ฐิติพร ณะมาน (2539 : 37-61) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองที่ส่งเด็กเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดสระบุรี พบว่า ความคิดเห็นของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกด้าน อันดับที่สูงที่สุดได้แก่ ด้านการเรียนการสอน ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่ ด้านกิจการนักเรียน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง ตามลำดับ

ผู้ปกครองที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และวุฒิการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และผู้ปกครองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกันมีความคิดเห็นในด้านการจัดการเรียนการสอนไม่ต่างกัน ส่วนด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่ ด้านกิจการนักเรียน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองมีความแตกต่างกัน โดยผู้ปกครองที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน แต่แตกต่างจากผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำ

วศิน ปาลเดชพงศ์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อโรงเรียนอนุบาลเอกชน : กรณีศึกษาโรงเรียนอนุบาลก้องหล้า กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาทเข้าเรียนโรงเรียนใกล้บ้าน โดยผู้ปกครองมีความพึงพอใจดังนี้

1. จัดการเรียนการสอนโดยเน้นวิชาการให้นักเรียนอ่านออกเขียนได้
2. จัดมุมการเรียนรู้ต่าง ๆ ขึ้นในห้องเรียน
3. จัดหาครูที่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี และควรผ่านการอบรมหรือศึกษาด้านการอนุบาลมาโดยเฉพาะ และจัดพี่เลี้ยงให้แก่เด็กแต่ละชั้นเรียน
4. รายงานผลการพัฒนาการของนักเรียนทุกครั้ง ติดต่อกับผู้ปกครองทั้งทางจดหมายและโทรศัพท์

ผู้ปกครองต้องการให้โรงเรียนจัดให้มีอุปกรณ์และสื่อต่างๆ เพียงพอกับความต้องการของเด็กนักเรียน มีสิ่งแวดล้อมที่ร่มรื่น มีห้องเฉพาะสำหรับวิชาต่างๆ ติดตั้งเครื่องปรับอากาศในห้องเรียน มีสถานที่ตั้งอยู่ในชุมชน การคมนาคมสะดวก และมีการพบปะสังสรรค์ระหว่างผู้ปกครองกับทางโรงเรียนปีละ 1 ครั้ง

วาม ดุลยกร (2540 : 201-207) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนระดับอนุบาลต่อการจัดการเรียนการสอนที่พึงประสงค์:กรณีศึกษาโรงเรียนบรรจงรัตน์ จังหวัดลพบุรี พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการดำเนินการจัดการเรียนการสอนควรเน้นการเตรียมความพร้อมเพื่อพัฒนาเด็กทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์-จิตใจ สังคม และสติปัญญา โดยต้องการให้เน้นวิชาการในระดับชั้นอนุบาล 3 เพื่อเตรียมขึ้นชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 และควรมีการสอนคอมพิวเตอร์ระดับชั้นอนุบาล คุณลักษณะของโรงเรียนเน้นครูอนุบาลต้องจบเอกอนุบาลโดยเฉพาะ ครูควรมีเมตตา กรุณาและรักเด็ก ด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง ควรมีการพบปะผู้ปกครองให้มากขึ้น และสภาพห้องเรียนควรมีแสงสว่างเพียงพอ การถ่ายเทอากาศที่ดี มีลดพัดผ่าน สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนเน้นความปลอดภัย สะอาด และมีบรรยากาศแห่งการเรียนรู้

สุวิมล เพ็ชรสุข (2538 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับบุตรหลานเข้าเรียน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ปัจจัยเกี่ยวกับตัวครู ได้แก่ ครูให้การบ้านสม่ำเสมอและสามารถฝึกให้เด็กช่วยเหลือตนเองได้ รองลงมาคือ ปัจจัยเกี่ยวกับที่ตั้ง ได้แก่ การรับส่งสะดวกและอยู่ใกล้บ้าน ปัจจัยเกี่ยวกับการวัดและการประเมินพัฒนาการของผู้เรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างสม่ำเสมอ ปัจจัยเกี่ยวกับการจัดประสบการณ์การเรียนการสอน ได้แก่ การเน้นการเตรียมความพร้อมและส่งเสริมให้เด็ก อ่าน เขียน คิดคำนวณได้ ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการความปลอดภัย ได้แก่ การมีรถรับส่งอย่างปลอดภัยและมีครูดูแลระหว่างเดินทาง และปัจจัยเกี่ยวกับการบริการอื่นๆ ได้แก่ การจัดห้องนอนปรับอากาศและสระว่ายน้ำตามลำดับ

ประเสริฐ วิเศษกิจ (2542 : 13-16) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายมัธยม) พบว่าความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนด้านวิชาการ ด้านปกครองนักเรียน ด้านการบริหารงานทั่วไปและ ด้านกิจกรรม แตกต่างกัน ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และผู้ปกครองที่มีนักเรียนอยู่ในระดับชั้นต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนด้านวิชาการ ด้านปกครองนักเรียน ด้านบริหารงานทั่วไปและ ด้านกิจกรรมแตกต่างกัน

ชาญศักดิ์ เสงี่ยมบูรณ์ (2533 : 73-75) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก พบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษา เพศ ตำแหน่งในชุมชน อาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และ ผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

วาสนา เขิตชู (2545 : 96-97) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ดส์ ของบริษัท พิซซา ทุเดย์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่ซื้อต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออาหารฟาสต์ฟู้ดของบริษัtpิซซา ทุเดย์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และ ผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ จำนวนเงินที่จ่ายต่อครั้งต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออาหารฟาสต์ฟู้ดของบริษัtpิซซา ทุเดย์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ทิวากร เหล่าลือชา (2456 : 248-249) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. นักศึกษาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านวุฒิการศึกษา และพื้นที่การให้บริการ ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01
2. นักศึกษาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ และ ขนาดของสถาบัน ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
3. นักศึกษาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ รายได้ส่วนบุคคล อาชีพ สถานภาพสมรส และสาขาการเรียน ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

อิสริยา พจนนารี (2544 : 78-85) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองและผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่มีต่อการจัดการศึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเลย ด้านการบริหารงานทั่วไป ด้านธุรการ ด้านวิชาการ ด้านการปกครองนักเรียน ด้านบริการและ ด้านโรงเรียนกับชุมชน ด้านบริหารอาคารสถานที่ พบว่า

ผู้ปกครองและผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีความพึงพอใจต่อการจัดการศึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเลย โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน

นิภารัตน์ รื่นสุข (2546 : 74-75) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและการจัดสวัสดิภาพของนักเรียน โรงเรียนอนุบาลประทีป พบว่า

1. ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน สื่ออุปกรณ์ การจัดสวัสดิภาพอาคารและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และการบริการรถรับส่งนักเรียนอยู่ในระดับมาก

2. ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและการจัดสวัสดิภาพของนักเรียนไม่แตกต่างกัน

3. ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและการจัดสวัสดิภาพของนักเรียนไม่แตกต่างกัน

4. ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและการจัดสวัสดิภาพของนักเรียนไม่แตกต่างกัน

มนัส พลายุ้ม (2540 : 71-72) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อการบริหารงานโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอ่างทอง พบว่า

ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอ่างทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านปกครองนักเรียน ด้านบริการ และด้านความสัมพันธ์กับโรงเรียน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจปานกลาง ยกเว้นด้านวิชาการผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริการ และด้านความสัมพันธ์กับโรงเรียน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านวิชาการ และด้านปกครองนักเรียน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ผู้ปกครองนักเรียนที่มีนักเรียนในระดับชั้นต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริหารงาน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บุญประครอง ไม่เขียว (2543 : 44-72) ได้ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับข้อมูลพื้นฐานของผู้ปกครองกับเกณฑ์การเลือกโรงเรียนอนุบาล พบว่า

อาชีพ ระดับการศึกษา ของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์การเลือกโรงเรียนอนุบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์การเลือกโรงเรียนอนุบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

Valerie E.Lee และ Susanna Loeb (2000 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องขนาดของโรงเรียนเด็กเล็กในเมืองชิคาโกว่ามีผลต่อทัศนคติการบรรลุความสำเร็จของครูผู้สอนและนักเรียน โดยผลการวิจัยพบว่า ในโรงเรียนขนาดเล็ก เด็กนักเรียนและครูผู้สอนจะมีทัศนคติด้านบวกเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อตัวเด็กรวมถึงทัศนคติที่ดีของตัวเด็กนักเรียน มากกว่าโรงเรียนขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งสรุปได้ว่า ขนาดของโรงเรียนมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการบรรลุความสำเร็จทั้งครูผู้สอนและเด็กนักเรียน

Debey, Mary Annette (1993 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานเลี้ยงดูเด็ก พบว่า

1. อายุของเด็กที่เป็นตัวบ่งชี้อย่างมีนัยสำคัญถึงอัตราส่วนระหว่างผู้ใหญ่กับเด็ก, การจัดการฝึกฝน และความเต็มใจของผู้ปกครองในการจ่ายเงิน เด็กเล็กต้องการผู้ใหญ่ดูแล อัตราส่วนต่อเด็กทุกคนมากกว่าโดยที่ใช่บุคลากรที่ผ่านการฝึกฝนน้อยกว่าได้ หรืออีกนัยหนึ่ง ผู้ปกครองเด็กต้องจ่ายมากกว่าในส่วนของการดูแลเด็กเล็กมากกว่าเด็กโต ดังนั้นรายได้ของครอบครัวไม่ได้เป็นตัวชี้ชัดในการประเมิน
2. หลังจากควบคุมอายุของเด็กและรายได้ของครอบครัว ก็มาถึงกลุ่มของครอบครัวที่มุ่งเน้นความสำคัญที่แตกต่างกัน พวกเขากล่าวว่าการตัดสินใจถึงคุณภาพของสถานเลี้ยงเด็ก ไม่ได้แตกต่างไปจากลำดับความสำคัญของการจัดการของสถานเลี้ยงเด็กของพวกเขาหรือความเต็มใจจ่ายเงินของพวกเขา
3. หลังจากควบคุมอายุของเด็ก รายได้ของครอบครัว และกลุ่มของครอบครัวที่แตกต่างกันทางการตัดสินใจในด้านคุณภาพต่อความพึงพอใจในการจัดการหาสถานเลี้ยงเด็ก กลุ่มผู้ปกครองที่จะเลือกสถานเลี้ยงเด็กที่ขึ้นอยู่กับคุณภาพที่สามารถให้ความพอใจสูงสุด
4. ปัจจัยสุดท้ายกลุ่มผู้ปกครองจะเลือกสถานเลี้ยงเด็กที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี อบอุ่น ดูแลทั่วถึง โดยที่สภาพแวดล้อมจัดว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของความต้องการในการเลือก

Losher, John Jay (1982 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดที่ถูกนำมาใช้ในสังคมวิทยาลัยรัฐบาล, สาธารณะและวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัยในเท็กซัสสำหรับนักเรียนต่างถิ่น โดยปัญหาในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับประโยชน์ของกลยุทธ์การตลาด พบว่าหลักของวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในเท็กซัสเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดได้แก่ (1.) มีฝ่ายบุคคลสายอาชีพภายนอก เช่น ระดับท้องถิ่น ระดับรัฐ และระดับชาติ และ/หรือผู้นำที่เป็นมืออาชีพเพื่อที่จะตัดสินใจว่าโปรแกรมการเรียนใดที่มีความจำเป็น และประเมินผลโปรแกรมการเรียน (2.) มีผู้สอนที่ถูกประเมินผลโดยนักเรียน (3.) ให้เครดิตโดยโปรแกรมการสอบเข้า (4.) มีระบบเพื่อสะสมและวิเคราะห์เหตุผลต่างๆของผู้เรียนเกี่ยวกับความสนใจในสถาบัน (5.) จัดหาชั้นเรียนนอกสถานศึกษา (6.) มีการเรียนในภาคบ่าย (7.) มีการบริการให้คำปรึกษาโดยเฉพาะสำหรับนักเรียนต่างถิ่น (8.) มีทุนการศึกษาและรางวัลแก่นักเรียนต่างถิ่น (9.) มีระบบสำหรับการสื่อสารภายในท้องถิ่น (10.) จัดหางานให้โดยสามารถใช้ห้องเรียนในการประชุมได้ (11.) ใช้วิทยุ, หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์สำหรับแนะนำระเบียบการของโรงเรียน และ(12.) ติดต่อกับกับนักเรียนทั้งภายในและภายนอกอย่างน้อยปีละครั้ง โดยการสำรวจความคิดเห็น, จดหมาย และประกาศ

แบบแผนการตลาดถูกนำมาใช้เพียงแค่พื้นฐานที่จำกัดเท่านั้น สังคมวิทยาลัยและกลุ่มต่างๆที่คล้ายกันนั้นโดยมากจะจ้างผู้ที่มีความเข้าใจในการวางการตลาดมาและใช้แบบอย่างของสินค้า, การจัดจำหน่าย, การตั้งราคา และการติดต่อสื่อสารและการโฆษณาตามกลยุทธ์ทางการตลาด มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยที่เป็นต่อกว่าจะแสวงหาเพื่อที่จะดึงดูดและบริการนักเรียนต่างถิ่นสำหรับนักเรียนภาคปกติมากกว่านักเรียนภาคพิเศษ

Halverson, John Alvin (1999 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาการตลาดในโรงเรียนท้องถิ่นขนาดเล็กในภาคกลางและภาคเหนือของแคลิฟอร์เนียในความคิดเห็นของผู้บริหาร ปัญหาและจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้านี้: ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพต้องการเข้าใจถึงกลยุทธ์การตลาดต่างๆ รวมถึงการทำให้ลูกค้ายังคงอยู่ในความสนใจ ผู้บริหารโรงเรียนรัฐบาลต้องการรู้และเข้าใจในตัวคู่แข่งพอกๆกับกลยุทธ์การตลาดต่างๆในการที่จะปรับปรุงคุณภาพการศึกษานี้จะระบุให้เห็นถึงระดับต่างๆของการนำเอากลยุทธ์การตลาดที่ทางโรงเรียนท้องถิ่นขนาดเล็กนำไปใช้ วิธีการศึกษาโดยการสำรวจความคิดเห็นจากแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบวัดประมาณค่าของ Likert's scale จำนวน 147 ฉบับกับผู้บริหารใน 20 รัฐ ในภาคกลางและภาคเหนือของแคลิฟอร์เนีย โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 124 ฉบับ จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การตลาดได้ถูกนำไปใช้อย่างได้ผลเป็นส่วนน้อย จากตัวอย่างโรงเรียนทั้งหมด ในขณะที่โรงเรียนส่วนใหญ่พยายามจะสร้างชื่อเสียง มีเพียงส่วนน้อยที่พัฒนาหลักสูตรใหม่ หรือเสนอทางเลือกต่างๆให้แก่ครูในการที่จะตอบสนองถึงความต้องการของลูกค้า ในโรงเรียนที่ใหญ่กว่าและมีการเติบโตมีแนวโน้มมากที่จะใช้กิจกรรมส่งเสริมการตลาดมากกว่าโรงเรียนเล็กๆ

โดยเฉพาะโรงเรียนที่ตกต่ำแล้ว การส่งเสริมการขายมาในรูปแบบของการเขียนข้อมูล เช่น โบปลิว, แผ่นพับ, เว็บไซต์, ข่าวแจกและจดหมายข่าว มีการใช้โฆษณาที่เป็นทางการในส่วนน้อย

ผลกระทบที่สำคัญที่มีต่อการสมัครเรียนก็คือ สภาพเศรษฐกิจต่างๆในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งตรงข้ามกับโรงเรียนเอกชนหรือโรงเรียนที่บ้าน สิ่งสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาก็คือการขาดแคลนบุคลากรและเวลาในการทำให้สำเร็จ อย่างไรก็ตามผู้อำนวยการบางส่วนรู้สึกว่าการขาดแคลนบุคลากรเป็นเรื่องที่ไม่น่าสนใจ

ส่วนท้องถิ่นต้องการความร่วมมือระหว่างโรงเรียนท้องถิ่นขนาดเล็กด้วยกัน รวมถึงกลุ่มชุมชนในการร่วมมือและสนับสนุนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพและกลุ่มลูกค้าภายในที่เข้าใจ มุ่งเน้นการพัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวทั้งภายในและภายนอก ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับโรงเรียนรัฐบาลขนาดเล็กตอบสนองต่อการแข่งขันในตลาดและคู่แข่งต่างๆ

Rockholz, Daria Marie (2002 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงเรียนรัฐบาล:การศึกษาเกี่ยวกับการทำให้สมบูรณ์โดยผู้อำนวยการและผู้ช่วยผู้อำนวยการไว้ว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาโรงเรียนรัฐบาลหลายๆแห่งต้องประสบถึงความต้องการในการเพิ่มวิชาเรียน การผันผวนของค่าใช้จ่าย การขาดแคลนวัตถุดิบ และการรับรู้ของคนส่วนใหญ่ที่รู้สึกไม่แน่นอนในด้านคุณภาพของการให้บริการ รวมถึงการแข่งขันจากโรงเรียนเอกชนและการเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเลือกโรงเรียน

ผู้บริหารต่างๆต้องเผชิญกับความต้องการที่จะพัฒนาทักษะทุกอย่างด้านให้มีประโยชน์สูงสุดเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม องค์กรที่ไม่หวังผลกำไร มหาวิทยาลัยต่างๆและโรงเรียนเอกชนหลายแห่งล้วนประสบความสำเร็จจากการซึมซับเอากลยุทธ์การตลาดมาจากภาคธุรกิจเอกชนในการส่งเสริมการขายเพื่อที่จะปรับปรุงและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

ถึงแม้ว่าในบางโรงเรียนจะได้มีการเริ่มเอาวิธีการทางการตลาดมาใช้ แต่ก็นำมาใช้อย่างไม่เต็มที่ ในขณะที่โรงเรียนต้องขึ้นอยู่กับการประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในชุมชน ผู้นำของโรงเรียนจึงต้องมีการนำเอากลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อดึงดูดและรักษาผู้สนับสนุนเอาไว้

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่ากลยุทธ์การตลาดที่ถูกนำมาใช้โดยผู้อำนวยการของโรงเรียนรัฐบาลและวิธีการต่างๆที่กลยุทธ์เหล่านี้ก่อให้เกิดผลกำไรต่อทั้งโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน

Larocco, Michael V (1991 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดที่ถูกใช้โดยวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในรัฐอิลลินอยส์ที่มีการเรียนหลักสูตรปริญญาโท ด้านการบริหารธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อต้องการจำแนกกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกใช้โดยวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในรัฐอิลลินอยส์ที่มีการเรียนหลักสูตรปริญญาโท ด้านการบริหารธุรกิจ

จากการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การตลาด 20 แบบได้ถูกทดสอบ 17 แบบได้ถูกใช้อยู่มากกว่าครึ่งในสถาบันที่ได้ถูกเลือก กลยุทธ์ที่ถูกใช้มากที่สุด (มากกว่า 90%) ได้แก่กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด, การส่งเสริมการขาย, การโฆษณา, การคัดเลือกบุคคล(นักเรียน), การพัฒนาหลักสูตร กลยุทธ์การตลาดจึงเป็นที่ยอมรับว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย การคัดเลือกบุคลากร, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การวางแผนการตลาดและการวิจัยโฆษณา การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างสถาบันของรัฐบาลและเอกชน สถาบันในเมือง นอกเมืองและชนบท ซึ่งรวมถึงการเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามไม่มีความแตกต่างให้เห็นระหว่างลักษณะที่เชื่อเรื่องศาสนาและลักษณะที่ไม่เน้นศาสนา การคัดเลือกบุคลากรถูกจัดว่ามีส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการช่วยให้สถาบันบรรลุเป้าหมายในการรับนักศึกษา สถาบันการศึกษาที่มีการลงทุนเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรจะมีอัตราการขยายการลงทะเบียนอย่างรวดเร็ว

ตัวสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายได้ถูกหยิบนำมาใช้บ่อยครั้ง และแนวคิดทางการตลาดได้ถูกนำมาใช้มากกว่า 80% ซึ่งหากสถาบันการศึกษาได้นำเอาแนวคิดทางการไปใช้ก็จะทำให้ประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โรงเรียนเอกชนมีการใช้กลยุทธ์การตลาดที่เข้มข้นมากกว่าโรงเรียนรัฐบาล ทั้งนี้กลยุทธ์การจัดจำหน่ายเป็นกุญแจที่สำคัญในการศึกษาชั้นสูง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ปกครองของนักเรียนอนุบาลโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขตการปกครอง มีจำนวน 665 โรงเรียน
ที่มา : กองทะเบียน สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 405 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) โดยมีขั้นตอนการสุ่มดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มเขตการปกครองมาร้อยละ 10 จากประชากรทั้งหมด 50 เขต ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ได้เขตการปกครองจำนวน 5 เขต ซึ่งประกอบด้วยเขตทวีวัฒนา เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตคันนายาว และเขตพระนคร มีจำนวน 27 โรงเรียน จำนวนผู้ปกครองทั้งสิ้น 4,934 คน

ขั้นที่ 2 สุ่มจำนวนผู้ปกครองนักเรียน ตามตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (Krejcie and Morgan. 1970 : 608) ได้จำนวน 357 คน และได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็นจำนวน 405 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 สุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) โรงเรียนละ 15 คน เพื่อให้มีจำนวนผู้ให้ข้อมูลเท่ากัน ตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 ตารางสุ่มตัวอย่างผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน

รายชื่อโรงเรียน	จำนวนทั้งหมด	จำนวนที่สุ่มมา
เขตทวีวัฒนา		
1. โรงเรียนอนุบาลพลอยแก้ว	48	15
2. โรงเรียนอนุบาลโชติกาญจน์	48	15
3. โรงเรียนอนุบาลสร้างสรรค์	93	15

ตาราง 2 (ต่อ)

รายชื่อโรงเรียน	จำนวนทั้งหมด	จำนวนที่ส่งมา
4. โรงเรียนอนุบาลอรุณรัตน์	57	15
5. โรงเรียนอนุบาลจารุเวช	104	15
6. โรงเรียนอนุบาลบ้านพลอยภูมิ	44	15
เขตคลองสามวา		
1. โรงเรียนอนุบาลสมศกุลนา	323	15
2. โรงเรียนนรีราชาศึกษา	349	15
3. โรงเรียนอนุบาลวรรณฤดี	131	15
4. โรงเรียนชุมทองวิทยา	362	15
เขตหนองจอก		
1. โรงเรียนเซนต์เทเรซา	756	15
2. โรงเรียนหนองจอกกมลปิยะเคียว	136	15
3. โรงเรียนสุเหร่าคูวิทยา	72	15
4. โรงเรียนอนุบาลธนาภาศ	76	15
เขตคันนายาว		
1. โรงเรียนทรงวิทยศึกษา	441	15
2. โรงเรียนอนุบาลสวนสยาม	142	15
3. โรงเรียนอนุบาลราชเดช	120	15
4. โรงเรียนฉัตรวิทยา	117	15
5. โรงเรียนอนุบาลนิรมล	227	15
6. โรงเรียนอนุบาลทัศนวิรรณ	25	15
เขตพระนคร		
1. โรงเรียนพิมานวิทย์	54	15
2. โรงเรียนการตวิทยาลัย	210	15
3. โรงเรียนราชินี	396	15
4. โรงเรียนวัดยา	207	15
5. โรงเรียนสวนเด็ก	57	15
6. โรงเรียนแสนยานุกรวิทยา	154	15
7. โรงเรียนสตรีวรนาถ	185	15
รวมทั้งหมด	4,934	405

ขั้นที่ 4 สุ่มตัวอย่างผู้ปกครองของนักเรียนโดยใช้การเลือกแบบตามสะดวก (Convenience sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (close ended) ประเภทกำหนดคำตอบให้เลือก (check list)

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกิจกรรมการตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีรายละเอียด 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก (rating scale) ของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีรายละเอียด 6 ด้าน คือ ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านอาคารสถานที่ ด้านธุรการการเงิน และด้านความสัมพันธ์ชุมชน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก (rating scale) ของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

วิธีการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การตลาด หลักเกณฑ์ในการจัดการศึกษาก่อนประถมศึกษา ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ตามที่ได้กล่าวมาแล้วในเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอประธานและกรรมการผู้ควบคุมปริญญานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน ได้แก่

4.1 รศ.ดร. สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ

4.2 ผศ.ดร. หฤทัย อติชาติพงศ์ ผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลทองผด้อย

4.3 ดร. กรรณิการ์ ภิญญาคง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมมาตรฐานการศึกษา

4.4 ดร. กมลวรรณ ชัยวานิชศิริ ผู้อำนวยการโรงเรียนอุดมศึกษา

ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากนั้นนำผลการประเมินมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency : IOC) ด้วยการถือเกณฑ์ว่าข้อความที่ใช้ได้ต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ .50 ขึ้นไป

5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนอประธานและคณะกรรมการผู้ควบคุมปริญญาบัตรตรวจสอบอีกครั้ง แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อโดยการหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

7. นำข้อคำถามที่ผ่านการคัดเลือกจากข้อ 6 ไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach) และได้ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.9610

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อบัณฑิตวิทยาลัยให้ออกหนังสือถึงโรงเรียนที่ผู้วิจัยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล

2. ผู้วิจัยติดต่อไปทางผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปกครองของนักเรียน โดยฝากแบบสอบถามให้ทางโรงเรียนแจก และกลับมาเก็บรวบรวมอีกครั้ง

3. รวบรวมแบบสอบถามที่ตอบแล้วโดยผู้ปกครอง ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์รวมจำนวนทั้งสิ้น 389 ฉบับ คิดเป็น 96 % โดยใช้เวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 สัปดาห์

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่และร้อยละ (%)
2. วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) และแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาด

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการ

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ตามตัวแปร เพศ และจำนวนบุตร วิเคราะห์โดยใช้สถิติ t-test for independent และเปรียบเทียบตามตัวแปร อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และ สถานภาพการสมรส วิเคราะห์โดยใช้สถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับทางสถิติจะทดสอบรายคู่โดยวิธี (LSD Least Significant Difference)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS /PC for window เพื่อหาค่าสถิติดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน (Descriptive Statistic) ได้แก่

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน. 2544 : 36)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน. 2544 : 65)

$$S = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือ

2.1 หาค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation coefficient)
(ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 165)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด X
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด Y
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X กับ Y
	N	แทน	จำนวนคน

2.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา
(ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538 : 200)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[\frac{1 - \sum s_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งสองฉบับ
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

2.3 หาค่าความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) โดยใช้สูตร IOC
(บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2545 : 95)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	$\sum R$	แทน	ผลรวมของการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

3. สถิติทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้
สูตร t – test Independent (ชูศรี วงรัตน์ะ. 2544 : 165)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	x_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	x_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ย ของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวน 1 ตัวประกอบ (One-Way Analysis of Variance)
(ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 236)

$$F = \frac{MS_b}{MS_W}$$

เมื่อ F แทน ค่าที่พิจารณาใน f-distribution

MS_b แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสองระหว่างกลุ่ม

MS_W แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสองภายในกลุ่ม

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้สูตรตามวิธีของ LSD (Least Significant Difference)
(ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2544 : 201)

$$LSD(\alpha) = t_{\alpha, r} * s_d \text{ โดยที่ } s_d = \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]} \quad n_i \neq n_j$$

$$\text{และ } r = n - k$$

เมื่อ LSD (α) แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบประชากรกลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error ที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน

K แทน ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ

N แทน ค่าจำนวนตัวอย่างทั้งหมด = $n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_k$

$t_{\alpha, r}$ แทน ค่าสถิติจากตารางมาตรฐาน t โดยใช้ค่าของ df = n - k

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาด และความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 4 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

N	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F-distribution
SS	แทน	ผลรวมของค่าเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of Squares)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อบริการ
- ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรทั่วไป

วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่ และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 3 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากร

ลักษณะประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	389	100
ชาย	144	37.0
หญิง	245	63.0
อายุ	389	100
ไม่เกิน 35 ปี	175	45
36-45 ปี	178	45.8
46 ปีขึ้นไป	36	9.3
วุฒิการศึกษา	389	100
ต่ำกว่าปริญญาตรี	101	25.9
ปริญญาตรี	241	62.0
สูงกว่าปริญญาตรี	47	12.1
อาชีพ	389	100
รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	85	21.9
พนักงานบริษัท	104	26.7
กิจการส่วนตัว	127	32.6
อื่น ๆ	73	18.8
รายได้	389	100
ต่ำกว่า 20000 บาท	176	45.2
20001-40000 บาท	104	26.7
40001-60000 บาท	59	15.2
60000 บาทขึ้นไป	50	12.9
สถานภาพ	389	100.0
โสด	20	5.1
สมรส	358	92.0
หม้าย	11	2.8
จำนวนบุตร	389	100.0
ไม่เกิน 1 คน	186	47.8
มากกว่า 1 คน	203	52.2

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 389 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 63.0 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.0 ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 32.6 มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.2 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 92.0 และมีจำนวนบุตรไม่เกิน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 47.8

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาด จำแนกเป็นรายด้าน

กลยุทธ์การตลาด	$\bar{X}$	S	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.79	.56	มาก
2. ด้านราคา	3.20	.75	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.66	.91	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.51	.85	น้อย
5. ด้านบุคลากร	3.83	.65	มาก
6. ด้านลักษณะกายภาพ	3.66	.59	มาก
7. ด้านกระบวนการ	3.80	.64	มาก
รวม	3.35	.51	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ปกครองเห็นด้วยปานกลาง คือ ด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านที่ผู้ปกครองเห็นด้วยมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองเห็นด้วยน้อย

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S	ระดับความคิดเห็น
1. โรงเรียนมีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ	3.45	.77	มาก
2. โรงเรียนมีปรัชญาที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน	3.50	.76	มาก
3. โรงเรียนมีปรัชญาที่เหมาะสม	3.54	.79	มาก
4. โรงเรียนมีเป้าหมายมุ่งเน้นผลถาวรที่แท้จริง	3.83	.84	มาก
5. โรงเรียนมีมีแผนจัดประสบการณ์เหมาะสม	3.77	.81	มาก
6. ผู้เรียนมีความกระตือรือร้น	3.71	.77	มาก
7. ผู้เรียนมีความภูมิใจในผลงานของตน	3.89	.79	มาก
8. ผู้เรียนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.86	.73	มาก
9. ผู้เรียนมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ตามวัย	4.06	.75	มาก
10. ผู้เรียนมีความร่าเริง มีความสุข	4.08	.74	มาก
11. ผู้เรียนมีความรู้จักช่วยเหลือตนเอง	3.99	.78	มาก
12. ผู้เรียนมีใช้ภาษาได้ตอบการสนทนาได้เหมาะสม	3.94	.77	มาก
13. ผู้เรียนแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม	3.62	.83	มาก
รวม	3.79	.56	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายข้อ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อ
กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านราคา	$\bar{X}$	S	ระดับความคิดเห็น
1. ค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมกับคุณภาพและ บริการ	3.28	.89	ปานกลาง
2. ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ เหมาะสมกับคุณภาพและบริการ	3.25	.89	ปานกลาง
3. มีทุนการศึกษาให้ผู้เรียนดี	2.95	1.23	ปานกลาง
4. ให้ความช่วยเหลือผู้มีปัญหาทางการเงิน	3.34	1.10	ปานกลาง
รวม	3.20	.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดด้านราคา
โดยรวมและรายข้อ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อ
กลยุทธ์การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S	ระดับความคิดเห็น
1. ติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางไปรษณีย์อย่าง สม่ำเสมอ	3.09	1.21	ปานกลาง
2. ติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางโทรศัพท์อย่าง สม่ำเสมอ	2.79	1.10	ปานกลาง
3. ติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทาง Website	2.11	1.08	น้อย
รวม	2.66	.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองเห็นด้วย
ปานกลาง คือ ติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางไปรษณีย์อย่างสม่ำเสมอ และ ติดต่อสื่อสารกับ
ผู้ปกครองทางโทรศัพท์อย่างสม่ำเสมอ ส่วนข้อติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทาง Website
ผู้ปกครองเห็นด้วยน้อย

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อ
กลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S	ระดับความคิดเห็น
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์	1.99	1.13	น้อย
2. มีการโฆษณาผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์	1.96	1.08	น้อย
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อ internet	2.19	1.17	น้อย
4. มีการโฆษณาผ่านสื่อ ไปปปลิว	2.31	1.14	น้อย
5. มีการโฆษณาผ่านบุคคล	2.73	1.10	ปานกลาง
6. รายงานให้ชุมชนทราบเกี่ยวกับกิจกรรมข่าวสาร	3.08	1.04	ปานกลาง
7. มีกิจกรรมให้ชุมชนร่วมพัฒนาผู้เรียน	3.30	1.00	ปานกลาง
รวม	2.51	.85	น้อย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยน้อยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองเห็นด้วยปานกลาง คือ มีการโฆษณาผ่านบุคคล, รายงานให้ชุมชนทราบเกี่ยวกับกิจกรรมข่าวสาร และ มีกิจกรรมให้ชุมชนร่วมพัฒนาผู้เรียน ส่วนข้ออื่นๆผู้ปกครองเห็นด้วยน้อย

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อ
กลยุทธ์การตลาด ด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S	ระดับความคิดเห็น
1. ผู้บริหารมีความสามารถและมีวิสัยทัศน์	3.89	.80	มาก
2. ผู้บริหารมีภาวะผู้นำ และมีความสามารถ	3.95	.88	มาก
3. ครูผู้สอนปฏิบัติสอดคล้องกับจรรยาบรรณ	3.95	.85	มาก
4. โรงเรียนมีกิจกรรมเพิ่มพูนความรู้ของครูสม่ำเสมอ	3.73	.88	มาก
5. ครูผู้สอนพัฒนาทักษะการสอนตามเกณฑ์มาตรฐาน	3.78	.84	มาก
6. คัดเลือกครูผู้สอนที่มีความสามารถ	3.83	.83	มาก
7. บุคลากรด้านอื่น ๆ มุ่งมั่นในการทำงาน	3.76	.89	มาก
8. บุคลากรด้านอื่น ๆ มีความรู้ความสามารถสอดคล้อง กับงานที่ได้รับ	3.76	.74	มาก
รวม	3.83	.65	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดด้านบุคลากร
โดยรวมและรายชื่อ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อ
กลยุทธ์การตลาด ด้านลักษณะกายภาพ จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านลักษณะกายภาพ	$\bar{X}$	S	ระดับความคิดเห็น
1. โรงเรียนมีความปลอดภัย โปร่ง โล่งสบาย	4.04	.80	มาก
2. บรรยากาศเอื้อต่อการเรียน	3.93	.83	มาก
3. อาคารเรียนมั่นคงแข็งแรง	4.06	.80	มาก
4. อาคารเรียนได้รับการดูแลดี	3.93	.81	มาก
5. สัญลักษณ์ของโรงเรียนมีความหมาย และจดจำง่าย	3.78	.95	มาก
6. อุปกรณ์การเรียนทันสมัย	3.60	.80	มาก
7. มีห้องพักรับรองสำหรับผู้มาติดต่อ	3.22	.93	ปานกลาง
8. ตกแต่งให้อบอุ่นสบาย เหมือนอยู่บ้าน	3.80	.87	มาก
9. เครื่องแบบนักเรียนสวยงาม ใส่สบาย	3.99	.78	มาก
10. เพลงประจำโรงเรียนไพเราะ	3.42	.93	มาก
11. เครื่องแบบครูเหมาะสม	3.63	.83	มาก
12. โต๊ะนั่งสบาย เหมาะสม	3.57	.87	มาก
13. ห้องนอนเพียงพอ อากาศถ่ายเทได้สะดวก	3.48	.93	มาก
14. ห้องน้ำสะอาด	3.49	.93	มาก
15. มีตู้หรือชั้นสำหรับเก็บอุปกรณ์	3.49	.89	มาก
16. มีเครื่องเล่นเสริมพัฒนาการ	3.43	.95	มาก
17. มีเครื่องใช้ประจำห้องเพียงพอ	3.43	.88	มาก
รวม	3.66	.59	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านลักษณะ
กายภาพ โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองเห็นด้วยปานกลาง คือ
มีห้องพักรับรองสำหรับผู้มาติดต่อ ส่วนข้ออื่นๆผู้ปกครองเห็นด้วยมาก

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อ
กลยุทธ์การตลาด ด้านกระบวนการจำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S	ระดับความคิดเห็น
1. การเรียนการสอนเน้นผู้เรียน	3.93	.81	มาก
2. วิเคราะห์พัฒนาการของเด็ก	3.75	.87	มาก
3. มีกิจกรรมการเรียนการสอนหลากหลาย	3.85	.79	มาก
4. ติดตาม ประเมินผลผู้เรียนสม่ำเสมอ	3.94	.76	มาก
5. ส่งเสริมให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการพัฒนาเด็ก	3.95	.79	มาก
6. มีโครงการบริหารเป็นระบบ	3.76	.76	มาก
7. มีแผนการปรับปรุงโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ	3.65	.82	มาก
8. ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม	3.54	.81	มาก
รวม	3.80	.64	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด
ด้านกระบวนการ โดยรวมและรายชื่อ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อบริการ

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการบริการ จำแนกเป็นรายด้าน

การบริการ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านวิชาการ	3.77	.57	มาก
2. ด้านบุคลากร	3.92	.63	มาก
3. ด้านกิจการนักเรียน	3.74	.65	มาก
4. ด้านธุรการ การเงิน	3.74	.61	มาก
5. อาคารสถานที่	3.66	.99	มาก
6. ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	3.39	.76	ปานกลาง
รวม	3.70	.56	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ปกครองพึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ปกครองพึงพอใจปานกลาง คือ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ส่วนด้านอื่นๆผู้ปกครองพึงพอใจมาก

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการ
บริการด้านวิชาการ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านวิชาการ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปแบบกิจกรรม	3.65	.80	มาก
2. สื่อการสอน	3.61	.69	มาก
3. วิธีการสอน	3.79	.80	มาก
4. การประเมินผลการเรียน	3.78	.71	มาก
5. พัฒนาการของผู้เรียน	3.86	.71	มาก
6. แบบเรียน และเอกสารการสอน	3.80	.64	มาก
7. บรรยายภาคการเรียนการสอน	3.88	.65	มาก
รวม	3.77	.57	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ปกครองพึงพอใจมากต่อการบริการ ด้านวิชาการ โดยรวมและ
รายข้อ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการ
บริการด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านบุคลากร	X	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ครูผู้สอนดูแลเอาใจใส่นักเรียน	4.09	.73	มาก
2. ครูผู้สอนรับผิดชอบ	4.01	.71	มาก
3. ปริมาณครูผู้สอนต่อนักเรียน	3.77	.90	มาก
4. คุณลักษณะครูผู้สอน	3.93	.71	มาก
5. คุณวุฒิครูผู้สอน	3.90	.70	มาก
6. ประสิทธิภาพของบุคลากรด้านอื่น ๆ	3.80	.83	มาก
รวม	3.92	.63	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ปกครองพึงพอใจมากต่อการบริการ ด้านบุคลากร โดยรวมและ
รายข้อ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการบริการด้านกิจการนักเรียน จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านกิจการนักเรียน	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. การปฐมนิเทศน์ผู้ปกครอง	3.60	.74	มาก
2. สุขอนามัย และพยาบาล	3.54	.86	มาก
3. รายงานความก้าวหน้ากับนักเรียน	3.89	.80	มาก
4. กฎระเบียบของโรงเรียน	3.74	.71	มาก
5. การแบ่งกลุ่มนักเรียน	3.58	.83	มาก
6. สวัสดิภาพ ความปลอดภัย	3.83	.85	มาก
7. อาหารกลางวัน	3.75	.93	มาก
8. กิจกรรมต่าง ๆ	3.98	.85	มาก
รวม	3.74	.65	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ปกครองพึงพอใจมากต่อการบริการ ด้านกิจการนักเรียน โดยรวมและรายชื่อ

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการบริการ ด้านธุรการการเงิน จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านธุรการ การเงิน	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเร็วในการให้บริการ	3.56	.71	มาก
2. การรับโทรศัพท์	3.51	.88	มาก
3. การแจ้งค่าเล่าเรียน เอกสารประชาสัมพันธ์	3.79	.71	มาก
4. มารยาทในการต้อนรับ	3.94	.74	มาก
5. การชำระค่าเล่าเรียน	3.89	.74	มาก
รวม	3.74	.61	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ปกครองพึงพอใจมากต่อการบริการ ด้านธุรการ การเงิน โดยรวมและรายชื่อ

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อด้าน
อาคารสถานที่ จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านอาคารสถานที่	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. สถานที่ตั้งของโรงเรียน	3.72	.88	มาก
2. การจัดตำแหน่งอาคาร	4.61	.73	มาก
3. ความสะอาดภายในบริเวณ	3.87	.77	มาก
4. สนามเด็กเล่น	3.61	.85	มาก
5. ปริมาณ คุณภาพของเครื่องเล่น	3.49	.82	มาก
6. ห้องเรียน	3.67	.75	มาก
7. ห้องสมุด และปริมาณหนังสือ	3.46	.93	มาก
8. ห้องพยาบาล	3.35	.84	ปานกลาง
9. ห้องรับประทานอาหาร	3.46	.75	มาก
10. เพอร์นิเจอร์ และการตกแต่ง	3.37	.86	ปานกลาง
รวม	3.66	.99	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ปกครองพึงพอใจมากต่อการบริการ ด้านอาคารสถานที่
โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองพึงพอใจปานกลาง คือ ห้องพยาบาล
และ เพอร์นิเจอร์และการตกแต่ง ส่วนข้ออื่นๆผู้ปกครองพึงพอใจมาก

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อด้าน
ความสัมพันธ์ชุมชน จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. รายงานข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้แก่ชุมชน	3.46	.88	มาก
2. กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนให้แก่ชุมชน	3.40	.92	ปานกลาง
3. บริการวิชาการแก่ชุมชน	3.17	.93	ปานกลาง
4. ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา	3.22	.89	ปานกลาง
5. ความร่วมมือระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียน	3.69	.85	มาก
รวม	3.39	.76	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ปกครองพึงพอใจปานกลางต่อการบริการ ด้านความสัมพันธ์ชุมชนโดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองพึงพอใจปานกลาง คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนให้แก่ชุมชน, บริการวิชาการแก่ชุมชน และ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ส่วนข้ออื่นๆผู้ปกครองพึงพอใจมาก

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

1. ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามเพศ

กลยุทธ์การตลาด	ชาย			หญิง			t	p
	X	S	ระดับความคิดเห็น	X	S	ระดับความคิดเห็น		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.85	.54	มาก	3.75	.58	มาก	1.737	.083
2. ด้านราคา	3.28	.71	ปานกลาง	3.16	.77	ปานกลาง	1.582	.114
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.60	1.03	ปานกลาง	2.70	.82	ปานกลาง	-.971	.332
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.55	.93	ปานกลาง	2.49	.80	น้อย	.682	.496
5. ด้านบุคลากร	3.79	.56	มาก	3.85	.69	มาก	-.901	.368
6. ด้านลักษณะกายภาพ	3.70	.61	มาก	3.64	.57	มาก	.885	.377
7. ด้านกระบวนการ	3.79	.62	มาก	3.80	.65	มาก	-.127	.899
รวม	3.37	.51	ปานกลาง	3.34	.51	ปานกลาง	.483	.629

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มอายุ เห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้ปกครองทุกกลุ่มอายุ เห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ปกครองทุกกลุ่มอายุ เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้ปกครองอายุ 26-35 ปี และกลุ่มผู้ปกครองอายุ 36-45 ปี เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองอายุ 46 ปีขึ้นไป เห็นด้วยน้อยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามอายุ

กลยุทธ์การตลาด	แหล่งของ		SS	df	MS	F	p
	ความแปร	ปรวน					
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม		4.88	2	2.44	7.968**	.000
	ภายในกลุ่ม		118.30	386	.31		
	รวม		123.18	388			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม		1.07	2	.54	.948	.389
	ภายในกลุ่ม		218.80	386	.57		
	รวม		219.88	388			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม		1.02	2	.51	.617	.540
	ภายในกลุ่ม		317.75	386	.82		
	รวม		318.77	388			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม		3.38	2	1.69	2.367	.095
	ภายในกลุ่ม		275.43	386	.71		
	รวม		278.81	388			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม		.07	2	.04	.099	.906
	ภายในกลุ่ม		140.36	386	.36		
	รวม		140.43	388			
6. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม		1.32	2	.66	1.628	.198
	ภายในกลุ่ม		156.49	386	.41		
	รวม		157.81	388			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม		.02	2	.01	.029	.971
	ภายในกลุ่ม		100.49	386	.26		
	รวม		100.51	388			
รวม	ระหว่างกลุ่ม		.07	2	.04	.099	.906
	ภายในกลุ่ม		140.36	386	.36		
	รวม		140.43	388			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 21 ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้

ตาราง 22 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ปกครองจำแนกตามอายุ

อายุ		ไม่เกิน 35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
		3.70	3.82	4.09
ไม่เกิน 35 ปี	3.70	-	-.12*	-.39**
36-45 ปี	3.82	-	-	-.27**
46 ปีขึ้นไป	4.09	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ ไม่เกิน 35 ปี และกลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ 36-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ กลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ 36-45 ปี เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ ไม่เกิน 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มวุฒิการศึกษา เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้ปกครองทุกกลุ่มวุฒิการศึกษา เห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ปกครองทุกกลุ่มวุฒิการศึกษา เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้ปกครองวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มผู้ปกครองวุฒิการศึกษาปริญญาตรี เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เห็นด้วยน้อยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามวุฒิการศึกษา

กลยุทธ์การตลาด	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.41	2	.71	2.242	.108
	ภายในกลุ่ม	121.77	386	.32		
	รวม	123.18	388			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.70	2	1.35	2.398	.092
	ภายในกลุ่ม	217.18	386	.56		
	รวม	219.88	388			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	5.32	2	2.66	3.274*	.039
	ภายในกลุ่ม	313.45	386	.81		
	รวม	318.77	388			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	9.45	2	4.73	6.774**	.001
	ภายในกลุ่ม	269.35	386	.70		
	รวม	278.81	388			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.41	2	.71	1.704	.183
	ภายในกลุ่ม	160.13	386	.41		
	รวม	161.54	388			
6. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.37	2	.19	.536	.585
	ภายในกลุ่ม	133.70	386	.35		
	รวม	134.07	388			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5.95	2	2.97	7.560**	.001
	ภายในกลุ่ม	151.86	386	.39		
	รวม	157.81	388			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.49	2	.24	.939	.392
	ภายในกลุ่ม	99.74	386	.26		
	รวม	100.23	388			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 24 ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้

ตาราง 25 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ปกครองจำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		2.50	2.53	2.75
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.50	-	-.03	-.25*
สูงกว่าปริญญาตรี	2.53	-	-	-
ปริญญาตรี	2.75	-	.22	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 26 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
การส่งเสริมการตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา		สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		2.10	2.51	2.59
สูงกว่าปริญญาตรี	2.10	-	-	-
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.51	.42**	-	-.08
ปริญญาตรี	2.59	.49**	-	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 27 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
กระบวนการของผู้ปกครองจำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.66	3.86	3.87
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.66	-	-.27*	-.28**
สูงกว่าปริญญาตรี	3.86	-	-	-
ปริญญาตรี	3.87	-	.01	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านกระบวนการมากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มอาชีพ เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้ปกครองทุกกลุ่มอาชีพ เห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ปกครองทุกกลุ่มอาชีพ เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว และกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพอื่นๆ เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท เห็นด้วยน้อยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 29 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

กลยุทธ์การตลาด	แหล่งของ ความแปร ปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.31	3	.44	1.375	.250
	ภายในกลุ่ม	121.88	385	.32		
	รวม	123.18	388			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.09	3	1.70	3.040*	.029
	ภายในกลุ่ม	214.79	385	.56		
	รวม	219.88	388			
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.52	3	1.51	1.844	.139
	ภายในกลุ่ม	314.26	385	.82		
	รวม	318.77	388			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.77	3	2.26	3.192*	.024
	ภายในกลุ่ม	272.04	385	.71		
	รวม	278.81	388			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	6.01	3	2.00	4.960**	.002
	ภายในกลุ่ม	155.53	385	.40		
	รวม	161.54	388			
6. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.83	3	.94	2.766*	.042
	ภายในกลุ่ม	131.24	385	.34		
	รวม	134.07	388			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	6.07	3	2.02	5.136**	.002
	ภายในกลุ่ม	151.74	385	.39		
	รวม	157.81	388			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.67	3	.56	2.175	.091
	ภายในกลุ่ม	98.56	385	.26		
	รวม	100.23	388			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 29 ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้

ตาราง 30 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้านราคาของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัท	กิจการส่วนตัว	อื่นๆ	รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ
	3.07	3.18	3.23	3.39
พนักงานบริษัท	3.07	-	-.11	-.16
กิจการส่วนตัว	3.18	-	-	-.05
อื่น ๆ	3.23	-	-	-
รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	3.39	.32**	.22*	.17

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และ กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ

ตาราง 31 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
การส่งเสริมการตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัท	รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	อื่น ๆ	กิจการ ส่วนตัว
	2.32	2.47	2.62	2.63
พนักงานบริษัท	2.32	-	-.30*	-.31**
รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	2.47	.15	-.15	-.16
อื่น ๆ	2.62	-	-	-
กิจการส่วนตัว	2.63	-	.01	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 31 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว และกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพอื่นๆ เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และ.05 ตามลำดับ

ตาราง 32 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
บุคลากรของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	อื่น ๆ	กิจการ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท	รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ
	3.71	3.74	3.86	4.04
อื่น ๆ	3.71	-		
กิจการส่วนตัว	3.74	.03	-	
พนักงานบริษัท	3.86	.14	.12	-
รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	4.04	.33**	.31**	.19*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 32 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับ
ราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านบุคลากร มากกว่า กลุ่ม
ผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว และ กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ และกลุ่ม
ผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05
ตามลำดับ

ตาราง 33 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
ลักษณะกายภาพของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ					
	พนักงานบริษัท	กิจการ ส่วนตัว	อื่น ๆ	รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	
	3.55	3.66	3.69	3.79	
พนักงานบริษัท	3.55	-	-.11	-.14	-
กิจการส่วนตัว	3.66	-	-	-.03	-
อื่น ๆ	3.69	-	-	-	-
รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	3.79	.24**	.14	.11	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 33 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพ
รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านกระบวนการ มากกว่า
กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 34 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
กระบวนการของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	อื่น ๆ	กิจการ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท	รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ
	3.59	3.78	3.81	3.98
อื่น ๆ	3.59	-	-	-
กิจการส่วนตัว	3.78	.20*	-	-
พนักงานบริษัท	3.81	.22*	.03	-
รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	3.98	.39**	.19*	.17

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 34 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ และ กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว และกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านกระบวนการ มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และ .05 ตามลำดับ และกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านกระบวนการ มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มรายได้ เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้ปกครองทุกกลุ่มรายได้ เห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ด้านราคา ผู้ปกครองทุกกลุ่มรายได้ เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท , กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท เห็นด้วยน้อยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป เห็นด้วยน้อยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 36 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามรายได้

กลยุทธ์การตลาด	แหล่งของ		SS	df	MS	F	p
	ความแปร	ปรวน					
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.87	3	.96	3.056*	.028	
	ภายในกลุ่ม	120.32	385	.31			
	รวม	123.18	388				
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	25.89	3	8.63	17.125**	.000	
	ภายในกลุ่ม	193.99	385	.50			
	รวม	219.88	388				
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	27.86	3	9.29	12.290**	.000	
	ภายในกลุ่ม	290.91	385	.76			
	รวม	318.77	388				
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	10.02	3	3.34	4.783**	.003	
	ภายในกลุ่ม	268.79	385	.70			
	รวม	278.81	388				
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.63	3	.88	2.120	.097	
	ภายในกลุ่ม	158.92	385	.41			
	รวม	161.54	388				
6. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.18	3	.73	2.120	.097	
	ภายในกลุ่ม	131.89	385	.34			
	รวม	134.07	388				
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.08	3	.36	.882	.450	
	ภายในกลุ่ม	156.73	385	.41			
	รวม	157.81	388				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4.60	3	1.53	6.178**	.000	
	ภายในกลุ่ม	95.63	385	.25			
	รวม	100.23	388				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 36 ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้

ตาราง 37 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ปกครองจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน		40,001- 60,000 บาท	20,001- 40,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท	60,000 บาท ขึ้นไป
		3.71	3.73	3.79	4.00
40,001-60,000 บาท	3.71	-	-	-	-.29**
20,001-40,000 บาท	3.73	.02	-	-	-.27**
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.79	.08	.06	-	-.21*
60,000 บาทขึ้นไป	4.00	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 37 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท และ กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท และ กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ

ตาราง 38 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้านราคาของผู้ปกครองจำแนกตามรายได้

		40,001- 60,000 บาท	60,000 บาท ขึ้นไป	20,001 - 40,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท
		2.80	2.97	3.10	3.47
40,001-60,000 บาท	2.80	-	.16	-	-
60,000 บาทขึ้นไป	2.97	-	-	-	-
20,001-40,000 บาท	3.10	.30**	.14	-	-
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.47	.67**	.50**	.37**	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 38 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 39 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ปกครองจำแนกตามรายได้

		40,001- 60,000 บาท	60,000 บาท ขึ้นไป	20,001- 40,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท
		2.10	2.57	2.65	2.89
40,001-60,000 บาท	2.10	-	-.46**	-	-
60,000 บาทขึ้นไป	2.57	-	-	-	-
20,001-40,000 บาท	2.65	.55**	.08	-	-
ต่ำกว่า 20,000 บาท	2.89	.78**	.32*	.24*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 39 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ.05 ตามลำดับ และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 40 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
การส่งเสริมการตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามรายได้

		60,000 บาท ขึ้นไป	40,001- 60,000 บาท	20,001- 40,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท
		2.16	2.39	2.52	2.64
60,000 บาทขึ้นไป	2.16	-	-	-	-
40,001-60,000 บาท	2.39	.24	-	-	-
20,001-40,000 บาท	2.52	.36*	.13	-	-
ต่ำกว่า 20,000 บาท	2.64	.48**	.25	.12	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 40 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท และ กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20001-40000 บาท เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01และ .05 ตามลำดับ

ตาราง 41 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด
โดยรวมของผู้ปกครองจำแนกตามรายได้

		40,001- 60,000 บาท	60,000 บาท ขึ้นไป	20,001- 40,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท
		3.15	3.24	3.33	3.45
40,001-60,000 บาท	3.15	-	-.09	-	-
60,000 บาทขึ้นไป	3.24	-	-	-	-
20,001-40,000 บาท	3.33	.18*	.09	-	-
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.45	.30**	.21*	.12	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 41 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดโดยรวม มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท และ กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดโดยรวม มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 42 พบว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด เห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส และกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้ปกครองทุกกลุ่มสถานภาพ เห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ปกครองทุกกลุ่มสถานภาพ เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ด้านราคา กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด และกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย เห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับ กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด และกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย เห็นด้วยน้อยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และด้านบุคลากร กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด และกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส เห็นด้วยมากต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย เห็นด้วยปานกลางต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ปกครองจำแนกตาม
สถานภาพ

กลยุทธ์การตลาด	แหล่งของ		df	MS	F	p
	ความแปร	SS				
	ปรวน					
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.77	2	1.38	4.439*	.012
	ภายในกลุ่ม	120.41	386	.31		
	รวม	123.18	388			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	9.23	2	4.62	8.461**	.000
	ภายในกลุ่ม	210.64	386	.55		
	รวม	219.88	388			
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	14.16	2	7.08	8.974**	.000
	ภายในกลุ่ม	304.61	386	.79		
	รวม	318.77	388			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.36	2	2.18	3.067*	.048
	ภายในกลุ่ม	274.45	386	.71		
	รวม	278.81	388			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.34	2	1.67	4.077*	.018
	ภายในกลุ่ม	158.20	386	.41		
	รวม	161.54	388			
6. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.81	2	1.90	5.645**	.004
	ภายในกลุ่ม	130.26	386	.34		
	รวม	134.07	388			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.02	2	1.01	2.497	.084
	ภายในกลุ่ม	155.80	386	.40		
	รวม	157.81	388			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.90	2	1.95	7.818**	.000
	ภายในกลุ่ม	96.33	386	.25		
	รวม	100.23	388			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 43 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้

ตาราง 44 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		สมรส	หม้าย	โสด
		3.76	3.93	4.13
สมรส	3.76	-	.17	-
หม้าย	3.93	-	-	-
โสด	4.13	.37**	.20	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 44 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 45 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้านราคาของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		สมรส	หม้าย	โสด
		3.16	3.66	3.76
สมรส	3.16	-	-.50*	-
หม้าย	3.66	-	-	-
โสด	3.76	.60**	.10	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 45 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่าผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

ตาราง 46 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อยุทธการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		สมรส	หม้าย	โสด
		2.61	3.00	3.43
สมรส	2.61	-	-.39	-
หม้าย	3.00	-	-	-
โสด	3.43	.82**	.43	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 46 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 47 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
การส่งเสริมการตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		หม้าย	สมรส	โสด
		2.09	2.50	2.86
หม้าย	2.09	-	-	-
สมรส	2.50	.41	-	-
โสด	2.86	.77*	.35	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 47 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 48 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
บุคลากรของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		หม้าย	สมรส	โสด
		3.43	3.83	4.11
หม้าย	3.43	-	-	-
สมรส	3.83	.40*	-	-
โสด	4.11	.68**	.28	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 48 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด และกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านบุคลากร มากกว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ

ตาราง 49 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ด้าน
ลักษณะกายภาพของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

		สมรส	หม้าย	โสด
		3.64	3.83	4.06
สมรส	3.64	-	-.20	-
หม้าย	3.83	-	-	-
โสด	4.06	.43**	.23	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 49 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด เห็น
ด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ด้านลักษณะกายภาพ มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพ
สมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 50 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด
โดยรวมของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

		สมรส	หม้าย	โสด
		3.32	3.42	3.78
สมรส	3.32	-	-.10	-
หม้าย	3.42	-	-	-
โสด	3.78	.45**	.36	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 50 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด เห็น
ด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาด โดยรวม มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7

7. ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 51 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ปกครองจำแนกตามจำนวนบุตร

กลยุทธ์การตลาด	1 คน			2-3 คน			t	p
	X	S	ระดับ	X	S	ระดับ		
			ความคิดเห็น			ความคิดเห็น		
1.ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	.55	มาก	3.78	.57	มาก	.340	.734
2.ด้านราคา	3.22	.78	ปานกลาง	3.19	.73	ปานกลาง	.436	.663
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.74	.97	ปานกลาง	2.59	.84	ปานกลาง	1.698	.090
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.61	.90	ปานกลาง	2.42	.79	น้อย	2.162*	.031
5.ด้านบุคลากร	3.86	.54	มาก	3.80	.73	มาก	.926	.355
6.ด้านลักษณะกายภาพ	3.64	.63	มาก	3.72	.57	มาก	-1.189	.235
7.ด้านกระบวนการ	3.84	.58	มาก	3.76	.69	มาก	1.235	.218
รวม	3.39	.50	ปานกลาง	3.32	.51	ปานกลาง	1.277	.203

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 51 ผลการเปรียบเทียบพบว่าผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน เห็นด้วยต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8

8. ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 52 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ปกครองจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการบริการ	ชาย			หญิง			t	p
	X	S	ระดับความพึงพอใจ	X	S	ระดับความพึงพอใจ		
1.ด้านวิชาการ	3.83	.54	มาก	3.73	.58	มาก	1.624	.105
2.ด้านบุคลากร	3.93	.59	มาก	3.91	.66	มาก	.364	.716
3.ด้านกิจการนักเรียน	3.80	.59	มาก	3.70	.68	มาก	1.411	.159
4.ด้านธุรการ การเงิน	3.74	.62	มาก	3.74	.60	มาก	.058	.954
5.ด้านอาคารสถานที่	3.58	.69	มาก	3.71	1.12	มาก	-1.268	.205
6.ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	3.45	.69	ปานกลาง	3.35	.79	ปานกลาง	1.216	.225
รวม	3.72	.49	มาก	3.69	.59	มาก	.528	.598

จากตารางที่ 52 ผลการเปรียบเทียบพบว่าผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน พึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 9

9. ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 53 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการบริการ ในด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านธุรการการเงิน ด้านอาคารสถานที่ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน และโดยรวม จำแนกตามอายุ

การบริการ	น้อยกว่า 35 ปี			36-45 ปี			46 ปีขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านวิชาการ	3.79	.58	มาก	3.75	.58	มาก	3.74	.46	มาก
2. ด้านบุคลากร	3.88	.63	มาก	3.94	.63	มาก	3.98	.68	มาก
3. ด้านกิจการนักเรียน	3.72	.72	มาก	3.73	.60	มาก	3.86	.46	มาก
4. ด้านธุรการ การเงิน	3.81	.61	มาก	3.66	.65	มาก	3.81	.33	มาก
5. ด้านอาคารสถานที่	3.57	.73	มาก	3.74	1.25	มาก	3.69	.43	มาก
6. ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	3.47	.80	ปานกลาง	3.28	.73	ปานกลาง	3.55	.55	มาก
รวม	3.71	.58	มาก	3.68	.57	มาก	3.77	.33	มาก

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มอายุ พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านธุรการการเงิน และด้านอาคารสถานที่ ผู้ปกครองทุกกลุ่มอายุ พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และด้านความสัมพันธ์ชุมชน กลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี และกลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ 36-45 ปี พึงพอใจปานกลางต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 54 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบริการของผู้ปกครองจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	แหล่งของ		SS	df	MS	F	p
	ความแปร	ปรวน					
1. ด้านวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม		.22	2	.11	.332	.718
	ภายในกลุ่ม		125.81	386	.33		
	รวม		126.03	388			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม		.57	2	.28	.705	.495
	ภายในกลุ่ม		155.74	386	.40		
	รวม		156.31	388			
3. ด้านกิจการนักเรียน	ระหว่างกลุ่ม		.63	2	.32	.757	.470
	ภายในกลุ่ม		161.16	386	.42		
	รวม		161.79	388			
4. ด้านธุรการ การเงิน	ระหว่างกลุ่ม		2.33	2	1.17	3.163*	.043
	ภายในกลุ่ม		142.24	386	.37		
	รวม		144.57	388			
5. ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม		2.48	2	1.24	1.277	.280
	ภายในกลุ่ม		374.75	386	.97		
	รวม		377.23	388			
6. ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม		3.98	2	1.99	3.526*	.030
	ภายในกลุ่ม		218.09	386	.56		
	รวม		222.07	388			
รวม	ระหว่างกลุ่ม		.25	2	.13	.404	.668
	ภายในกลุ่ม		119.62	386	.31		
	รวม		119.87	388			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 54 ผลการเปรียบเทียบพบว่าผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านธุรการการเงิน และด้านความสัมพันธ์ชุมชน ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้
 ตาราง 55 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อบริการด้านการ
 การเงินของผู้ปกครองจำแนกตามอายุ

อายุ		36-45 ปี	ไม่เกิน 35 ปี	46 ปีขึ้นไป
		3.66	3.81	3.81
36-45 ปี	3.66	-	-	-.16
ไม่เกิน 35 ปี	3.81	.16*	-	.00
46 ปีขึ้นไป	3.81	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 55 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ ไม่เกิน 35 ปี
 พึงพอใจต่อบริการ ด้านธุรการการเงิน มากกว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ 36-45 ปี อย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 56 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อบริการด้าน
 ความสัมพันธ์ชุมชนของผู้ปกครองจำแนกตามอายุ

อายุ		36-45 ปี	ไม่เกิน 35 ปี	46 ปีขึ้นไป
		3.28	3.46	3.55
36-45 ปี	3.28	-	-	-.27*
ไม่เกิน 35 ปี	3.46	.18	-	-.09
46 ปีขึ้นไป	3.55	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 56 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป พึง
 พอใจต่อบริการ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีอายุ 36-45 ปี อย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 10

10. ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 57 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการบริการ ในด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน

ด้านธุรการการเงิน ด้านอาคารสถานที่ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน และโดยรวม จำแนกตามวุฒิการศึกษา

การบริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านวิชาการ	3.73	.45	มาก	3.77	.63	มาก	3.84	.48	มาก
2. ด้านบุคลากร	3.85	.55	มาก	3.96	.67	มาก	3.85	.59	มาก
3. ด้านกิจการนักเรียน	3.61	.64	มาก	3.80	.67	มาก	3.72	.45	มาก
4. ด้านธุรการการเงิน	3.69	.51	มาก	3.74	.66	มาก	3.86	.55	มาก
5. ด้านอาคารสถานที่	3.43	.64	ปานกลาง	3.78	1.14	มาก	3.52	.52	มาก
6. ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	3.45	.63	ปานกลาง	3.43	.82	ปานกลาง	3.06	.59	ปานกลาง
รวม	3.63	.45	มาก	3.75	.62	มาก	3.64	.33	มาก

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ปกครองทุกระดับวุฒิการศึกษา พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน และด้านธุรการการเงิน ผู้ปกครองทุกระดับวุฒิการศึกษา พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ผู้ปกครองทุกระดับวุฒิการศึกษา พึงพอใจปานกลางต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และด้านอาคารสถานที่ กลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี พึงพอใจปานกลางต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 58 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบริการของผู้ปกครองจำแนกตามวุฒิการศึกษา

ความพึงพอใจ	แหล่งของ		SS	df	MS	F	p
	ความแปร	ปรวน					
1. ด้านวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม		.37	2	.18	.562	.571
	ภายในกลุ่ม		125.66	386	.33		
	รวม		126.03	388			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม		1.03	2	.51	1.276	.280
	ภายในกลุ่ม		155.29	386	.40		
	รวม		156.31	388			
3. ด้านกิจการนักเรียน	ระหว่างกลุ่ม		2.44	2	1.22	2.953	.053
	ภายในกลุ่ม		159.35	386	.41		
	รวม		161.79	388			
4. ด้านธุรการ การเงิน	ระหว่างกลุ่ม		.85	2	.43	1.143	.320
	ภายในกลุ่ม		143.72	386	.37		
	รวม		144.57	388			
5. ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม		9.95	2	4.97	5.226**	.006
	ภายในกลุ่ม		367.29	386	.95		
	รวม		377.23	388			
6. ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม		5.69	2	2.84	5.072**	.007
	ภายในกลุ่ม		216.39	386	.56		
	รวม		222.07	388			
รวม	ระหว่างกลุ่ม		1.19	2	.60	1.941	.145
	ภายในกลุ่ม		118.67	386	.31		
	รวม		119.87	388			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 58 ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านอาคารสถานที่ และด้านความสัมพันธ์ชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้
 ตาราง 59 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อการบริการ ด้านอาคาร
 สถานที่ของผู้ปกครองจำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.43	3.52	3.78
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.43	-	-.09	-.35**
สูงกว่าปริญญาตรี	3.52	-	-	-
ปริญญาตรี	3.78	-	.27	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 59 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี พึงพอใจต่อการบริการ ด้านอาคารสถานที่ มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 60 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อการบริการ ด้าน
 ความสัมพันธ์ชุมชน ของผู้ปกครองจำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา		สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี
		3.06	3.43	3.45
สูงกว่าปริญญาตรี	3.06	-	-	-
ปริญญาตรี	3.43	.36**	-	-
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.45	.38**	.02	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 60 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี พึงพอใจต่อการบริการ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มอาชีพ พึงพอใจมากต่อการบริการของ โรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านธุรการการเงิน และด้านอาคารสถานที่ ผู้ปกครองทุกกลุ่มอาชีพ พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และด้านความสัมพันธ์ชุมชน กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล เอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ,กลุ่มผู้ปกครองที่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพอื่นๆ พึงพอใจปานกลางต่อ การบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 62 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบริการของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ	แหล่งของ		SS	df	MS	F	p
	ความแปร	ปรวน					
1. ด้านวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	1.67	3	.56	1.726	.161	
	ภายในกลุ่ม	124.36	385	.32			
	รวม	126.03	388				
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	5.61	3	1.87	4.775**	.003	
	ภายในกลุ่ม	150.71	385	.39			
	รวม	156.31	388				
3. ด้านกิจการนักเรียน	ระหว่างกลุ่ม	1.65	3	.55	1.323	.266	
	ภายในกลุ่ม	160.14	385	.42			
	รวม	161.79	388				
4. ด้านธุรการ การเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5.76	3	1.92	5.325**	.001	
	ภายในกลุ่ม	138.81	385	.36			
	รวม	144.57	388				
5. ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	22.25	3	7.42	8.043**	.000	
	ภายในกลุ่ม	354.98	385	.92			
	รวม	377.23	388				
6. ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	2.94	3	.98	1.723	.162	
	ภายในกลุ่ม	219.13	385	.57			
	รวม	222.07	388				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.67	3	.89	2.924*	.034	
	ภายในกลุ่ม	117.20	385	.30			
	รวม	119.87	388				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 62 ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านบุคลากร ด้านธุรการ การเงิน และอาคารสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้

ตาราง 63 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อการบริการ ด้านบุคลากรของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

		พนักงานบริษัท	กิจการส่วนตัว	อื่น ๆ	รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ
		3.77	3.87	4.00	4.09
พนักงานบริษัท	3.77	-	-.11	-.24*	-
กิจการส่วนตัว	3.87	-	-	-.13	-
อื่น ๆ	4.00	-	-	-	-
รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	4.09	.32**	.21*	.09	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 63 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ พึงพอใจต่อการบริการ ด้านบุคลากร มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ และ กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพอื่นๆ พึงพอใจต่อการบริการ ด้านบุคลากร มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 64 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อบริการ ด้านธุรการ
การเงินของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

		กิจการส่วนตัว	พนักงาน บริษัท	รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	อื่น ๆ
		3.59	3.72	3.86	3.88
กิจการส่วนตัว	3.59	-	-	-	-.29**
พนักงานบริษัท	3.72	.14	-	-	-.16
รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	3.86	.28**	.14	-	-.02
อื่น ๆ	3.88	-	-	-	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 64 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพอื่นๆ
พึงพอใจต่อการบริการ ด้านธุรการการเงิน มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการ
ส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับราชการ
หรือรัฐวิสาหกิจ พึงพอใจต่อการบริการ ด้านธุรการการเงิน มากกว่ากลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบ
อาชีพกิจการส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 65 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อบริการ อาคารสถานที่
ของผู้ปกครองจำแนกตามอาชีพ

		พนักงานบริษัท	กิจการ ส่วนตัว	อื่น ๆ	รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ
		3.50	3.54	3.57	4.11
พนักงานบริษัท	3.50	-	-.04	-.07	
กิจการส่วนตัว	3.54	-	-	-.03	
อื่น ๆ	3.57	-	-	-	
รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	4.11	.61**	.57**	.54**	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 65 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับ
ราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ พึงพอใจต่อการบริการ ด้านอาคารสถานที่ มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่
ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และกลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว และกลุ่ม
ผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 66 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อบริการโดยรวม ของ
ผู้ประกอบการจำแนกตามอาชีพ

		พนักงานบริษัท	กิจการ ส่วนตัว	อื่น ๆ	รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ
		3.63	3.66	3.70	3.85
พนักงานบริษัท	3.63	-	-.03	-.07	-
กิจการส่วนตัว	3.66	-	-	-.04	-
อื่น ๆ	3.70	-	-	-	-
รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	3.85	.22**	.20*	.15	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 66 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพรับ
ราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ พึงพอใจต่อการบริการโดยรวม มากกว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่ประกอบ
อาชีพพนักงานบริษัท และกลุ่มผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มรายได้พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน และด้านธุรการการเงิน ผู้ปกครองทุกกลุ่มรายได้พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ด้านอาคารสถานที่ กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ,กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป พึงพอใจปานกลางต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน และด้านความสัมพันธ์ชุมชน กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท ,กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป พึงพอใจปานกลางต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 68 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบริการของผู้ปกครองจำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจ	แหล่งของ ความแปร ปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	.06	3	.02	.071	.976
	ภายในกลุ่ม	125.96	385	.33		
	รวม	126.03	388			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.86	3	.62	1.543	.203
	ภายในกลุ่ม	154.46	385	.40		
	รวม	156.31	388			
3. ด้านกิจการนักเรียน เจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	3.20	3	1.07	2.593	.052
	ภายในกลุ่ม	158.59	385	.41		
	รวม	161.79	388			
4. ด้านธุรการ การเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2.16	3	.72	1.944	.122
	ภายในกลุ่ม	142.41	385	.37		
	รวม	144.57	388			
5. ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	7.59	3	2.53	2.634*	.050
	ภายในกลุ่ม	369.64	385	.96		
	รวม	377.23	388			
6. ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	7.11	3	2.37	4.246**	.006
	ภายในกลุ่ม	214.96	385	.56		
	รวม	222.07	388			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.44	3	.81	2.664*	.048
	ภายในกลุ่ม	117.43	385	.31		
	รวม	119.87	388			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 68 ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านความสัมพันธ์ชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านอาคารสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้

ตาราง 69 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อการบริการ อาคารสถานที่ของผู้ปกครองจำแนกตามรายได้

รายได้		60,000 บาท	20,001-	40,001-	ต่ำกว่า
		ขึ้นไป	40,000 บาท	60,000 บาท	20,000 บาท
		3.43	3.52	3.73	3.78
60,000 บาทขึ้นไป	3.43	-	-	-	-
20,001-40,000 บาท	3.52	.09	-	-.21	-
40,001-60,000 บาท	3.73	.30	-	-	-
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.78	.35*	.26*	.05	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 69 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท พึงพอใจต่อการบริการ ด้านอาคารสถานที่ มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท และกลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 70 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อบริการ ด้าน
ความสัมพันธ์ชุมชนของผู้ปกครองจำแนกตามรายได้

รายได้		60,000 บาท	20,001-	40,001-	ต่ำกว่า
		ขึ้นไป	40,000 บาท	60,000 บาท	20,000 บาท
		3.14	3.31	3.34	3.53
60,000 บาทขึ้นไป	3.14	-	-	-	-
20,001-40,000 บาท	3.31	.16	-	-.03	-
40,001-60,000 บาท	3.34	.19	-	-	-
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.53	.38**	.22*	.19	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 70 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการบริการ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป และ กลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ

ตาราง 71 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อบริการ โดยรวมของ
ผู้ประกอบการจำแนกตามรายได้

รายได้		60,000 บาท ขึ้นไป	20,001- 40,000 บาท	40,001- 60,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท
		3.60	3.61	3.72	3.78
60,000 บาทขึ้นไป	3.60	-	-	-	-
20,001-40,000 บาท	3.61	.01	-	-.10	-
40,001-60,000 บาท	3.72	.12	-	-	-
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.78	.18*	.17*	.06	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 71 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท พึงพอใจต่อการบริการ โดยรวม มากกว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มสถานภาพ พึงพอใจมากต่อการบริการของ โรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านอาคารสถานที่ ผู้ปกครองทุกกลุ่มสถานภาพ พึงพอใจมากต่อการ บริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ด้านธุรการการเงิน กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส และ กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด พึงพอใจปานกลางต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล เอกชน และด้านความสัมพันธ์ชุมชน กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด และกลุ่มผู้ปกครองที่มี สถานภาพสมรส พึงพอใจปานกลางต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับกลุ่ม ผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย พึงพอใจมากต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ตาราง 73 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบริการของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

ความพึงพอใจ	แหล่งของ ความแปร ปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	1.53	2	.77	2.374	.094
	ภายในกลุ่ม	124.50	386	.32		
	รวม	126.03	388			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.26	2	1.63	4.108*	.017
	ภายในกลุ่ม	153.05	386	.40		
	รวม	156.31	388			
3. ด้านกิจการนักเรียน	ระหว่างกลุ่ม	4.54	2	2.27	5.571**	.004
	ภายในกลุ่ม	157.25	386	.41		
	รวม	161.79	388			
4. ด้านธุรการ การเงิน	ระหว่างกลุ่ม	1.55	2	.78	2.096	.124
	ภายในกลุ่ม	143.01	386	.37		
	รวม	144.57	388			
5. ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	.60	2	.30	.308	.735
	ภายในกลุ่ม	376.63	386	.98		
	รวม	377.23	388			
6. ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	3.74	2	1.87	3.305*	.038
	ภายในกลุ่ม	218.34	386	.57		
	รวม	222.07	388			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.18	2	.59	1.920	.148
	ภายในกลุ่ม	118.69	386	.31		
	รวม	119.87	388			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 73 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านกิจการนักเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านบุคลากร และด้านความสัมพันธ์ชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ดังนี้

ตาราง 74 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อการบริการด้านบุคลากรของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		สมรส	หม้าย	โสด
		3.89	4.09	4.28
สมรส	3.89	-	.20	-
หม้าย	4.09	-	-	-
โสด	4.28	.39**	.19	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 74 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด พึงพอใจต่อการบริการ ด้านบุคลากร มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 75 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อบริการด้านกิจการ
นักเรียนของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		สมรส	โสด	หม้าย
		3.71	3.89	4.33
สมรส	3.71	-	-	-.62**
โสด	3.89	.18	-	-.44
หม้าย	4.33	-	-	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 75 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย
พึงพอใจต่อการบริการ ด้านกิจการนักเรียน มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 76 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของความพึงพอใจต่อบริการด้านความ
สัมพันธ์ชุมชนของผู้ปกครองจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		โสด	สมรส	หม้าย
		3.36	3.37	3.96
โสด	3.36	-	-.01	-.60*
สมรส	3.37	-	-	-.59*
หม้าย	3.96	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 76 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย
พึงพอใจต่อการบริการ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน มากกว่า กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด และ
กลุ่มผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 14

14. ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 77 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ปกครองจำแนกตามจำนวนบุตร

ความพึงพอใจต่อการบริการ	1 คน			2-3 คน			t	p
	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ		
1.ด้านวิชาการ	3.78	.60	มาก	3.75	.54	มาก	.526	.599
2.ด้านบุคลากร	3.88	.68	มาก	3.95	.59	มาก	-1.119	.264
3.ด้านกิจการนักเรียน	3.77	.71	มาก	3.71	.58	มาก	1.055	.292
4.ด้านธุรการ การเงิน	3.81	.60	มาก	3.68	.62	มาก	2.085*	.038
5.ด้านอาคารสถานที่	3.62	.67	มาก	3.70	1.20	มาก	-.867	.386
6.ด้านความสัมพันธ์ชุมชน	3.44	.79	ปานกลาง	3.34	.73	ปานกลาง	1.344	.180
รวม	3.72	.58	มาก	3.69	.54	มาก	.515	.607

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน พึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านธุรการการเงิน ผู้ปกครองพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ต้องการทราบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเปรียบเทียบจากเพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และ จำนวนบุตร เพื่อนำข้อมูลไปสู่การพัฒนากลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลและ ระบบการบริหารงานโรงเรียนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครอง รวมทั้งเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในด้านการตลาดและการบริหารงานของการดำเนินงานโรงเรียนอนุบาล

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และ จำนวนบุตร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และ จำนวนบุตร

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางระบบการบริหารงานของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะพัฒนาและปรับปรุงระบบกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง เพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ปกครองของนักเรียนอนุบาลในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขตการปกครอง มีจำนวน 665 โรงเรียน
ที่มา : กองทะเบียน สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ปกครองของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 405 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) โดยสุ่มเขตการปกครองมาร้อยละ 10 จากประชากรทั้งหมด 50 เขตการปกครอง ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ได้เขตการปกครองจำนวน 5 เขต มีจำนวน 27 โรงเรียน จำนวนผู้ปกครองทั้งสิ้น 4,934 คน และสุ่มจำนวนผู้ปกครองนักเรียน ตามตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (Krejcie and Morgan. 1970 : 608) ได้จำนวน 357 คน และได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็นจำนวน 405 ตัวอย่าง จากนั้นสุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลคือผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) โรงเรียนละ 15 คน เพื่อให้มีจำนวนผู้ให้ข้อมูลเท่ากัน แล้วจึงสุ่มตัวอย่างผู้ปกครองของนักเรียนโดยใช้การเลือกแบบตามสะดวก (Convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (close ended) ประเภทกำหนดคำตอบให้เลือก (check list)

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีรายละเอียด 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก (rating scale) ของลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีรายละเอียด 6 ด้าน คือ ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านอาคารสถานที่ ด้านธุรการการเงิน และด้านความสัมพันธ์

ชุมชน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก (rating scale) ของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อบัณฑิตวิทยาลัยให้ออกหนังสือถึงโรงเรียนที่ผู้วิจัยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล
2. ผู้วิจัยติดต่อไปทางผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปกครองของนักเรียน โดยฝากแบบสอบถามให้ทางโรงเรียนแจก และกลับมาเก็บรวบรวมอีกครั้ง
3. รวบรวมแบบสอบถามที่ตอบแล้วโดยผู้ปกครอง ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์รวมจำนวนทั้งสิ้น 389 ฉบับ คิดเป็น 96 % โดยใช้เวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 สัปดาห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่และร้อยละ (%)
2. วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจที่มีต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) และแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาด

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการ

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจที่มีต่อบริการของผู้ประกอบการที่มีต่อโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ตามตัวแปร เพศ และจำนวนบุตร วิเคราะห์โดยใช้สถิติ t-test for independent และเปรียบเทียบตามตัวแปร อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และ สถานภาพการสมรส วิเคราะห์โดยใช้สถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับทางสถิติจะทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD Least Significant Difference)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ปรากฏผลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 389 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว มีรายได้ครอบครัว ต่ำกว่า 20,000 บาท/เดือน สถานภาพสมรส และมีบุตรจำนวน 1 คน
2. ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อย
 - 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นของโดยรวมและรายข้อพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
 - 2.2 ด้านราคา ความคิดเห็นของผู้ประกอบการโดยรวมและรายข้อพบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
 - 2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความคิดเห็นของผู้ประกอบการโดยรวมพบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางไปรษณีย์ อย่างสม่ำเสมอ และ ติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางโทรศัพท์อย่างสม่ำเสมอ ส่วนข้ออื่นๆอยู่ในระดับน้อย

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นของผู้ปกครองโดยรวมพบว่า ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการโฆษณาผ่านบุคคล, รายงานให้ชุมชนทราบเกี่ยวกับ กิจกรรมข่าวสาร และ มีกิจกรรมให้ชุมชนร่วมพัฒนาผู้เรียน ส่วนข้ออื่นๆอยู่ในระดับน้อย

2.5 ด้านบุคลากร ความคิดเห็นของผู้ปกครองโดยรวมและรายข้อพบว่า ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ความคิดเห็นของผู้ปกครองโดยรวมพบว่า ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีห้องพักรับรองสำหรับผู้มาติดต่อ ส่วนข้ออื่นๆอยู่ในระดับมาก

2.7 ด้านกระบวนการความคิดเห็นของผู้ปกครองโดยรวมและรายข้อพบว่า ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3. ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ส่วนด้านอื่นๆอยู่ในระดับมาก

3.1 ด้านวิชาการ ความพึงพอใจของผู้ปกครองโดยรวมและรายข้อพบว่า ผู้ปกครองมีพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3.2 ด้านบุคลากร ความพึงพอใจของผู้ปกครองโดยรวมและรายข้อพบว่า ผู้ปกครองมีพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3.3 ด้านกิจการนักเรียน ความพึงพอใจของผู้ปกครองโดยรวมและรายข้อพบว่าผู้ปกครองมีพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3.4 ด้านธุรการการเงิน ความพึงพอใจของผู้ปกครองโดยรวมและรายข้อพบว่า ผู้ปกครองมีพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3.5 ด้านอาคารสถานที่ ความพึงพอใจของผู้ปกครองโดยรวมพบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ห้องพยาบาล และ เฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง ส่วนข้ออื่นๆอยู่ในระดับมาก

3.6 ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ความพึงพอใจของผู้ปกครองโดยรวมพบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ กิจกรรมต่างๆที่โรงเรียนให้แก่ชุมชน, บริการวิชาการแก่ชุมชน และ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ส่วนข้ออื่นๆอยู่ในระดับมาก

4. จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียน อนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และจำนวนบุตร ปรากฏผลดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 5 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆไม่พบความแตกต่าง

4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ผู้ประกอบการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันพบว่า

ผู้ประกอบการที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 6 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ประกอบการที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆไม่พบความแตกต่าง

4.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันพบว่า

ผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆไม่พบความแตกต่าง

5. จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และจำนวนบุตร ปรากฏผลดังนี้

5.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

5.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 13 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันพบว่า

ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านกิจการนักเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านบุคลากร และด้านความสัมพันธ์ชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆไม่พบความแตกต่าง

5.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 14 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันพบว่า

ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านธุรการการเงิน ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาค้นคว้า ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ปกครองมีความคิดเห็นว่าโรงเรียนที่บุตรหลานมาเข้าเรียนนั้น มีชื่อเสียง สามารถจัดการศึกษาที่ดี มีการจัดกิจกรรมให้เด็กมีพัฒนาการครบทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายจิต ลิลิต (2537 : 77-79) ที่พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ให้ความสำคัญในด้านการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ ในเรื่องหลักสูตรเนื้อหาวิชาการมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี มีพงษ์ (2538 : 62-63) ที่พบว่าผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนที่มีชั้นประถมศึกษา เขตตลาดพร้าว มีความคิดเห็นว่า โรงเรียนมีการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นเตรียมความพร้อมทางร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา และผู้บริหารโรงเรียนมีการจัดการศึกษาสอดคล้องกับ หลักสูตรและตัวชี้คุณภาพของโรงเรียนเอกชน ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2541 : 34-46) ในเรื่องปรัชญาและเป้าหมายของโรงเรียน การจัดประสบการณ์ และการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้เด็กมีพัฒนาการทุกด้านอย่างสมดุลกับหลักสูตร

1.2 ด้านราคา ผู้ปกครองมีความคิดเห็นโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับปานกลาง

เป็นเพราะผู้ปกครองมองเห็นว่าโรงเรียนมีการกำหนดค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าธรรมเนียมอื่นๆ ได้อย่างเหมาะสมกับบริการที่โรงเรียนจัดให้ อีกทั้งยังมีการให้ทุนการศึกษาแก่ผู้เรียนที่เรียนดี และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เรียนที่มีปัญหาทางการเงิน โดยมีการแบ่งชำระค่าธรรมเนียม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายจิต ลิลิต (2537 : 77-79) ที่พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ให้ความสำคัญในการตั้งราคาโดยการคำนึงถึงบริการ และคุณภาพ รองลงไป คือต้นทุนในการดำเนินงาน และการจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ปกครองมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ยกเว้นรายข้อที่ว่า โรงเรียนมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางเว็บไซต์ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย การที่ผู้ปกครองมีความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะว่าโรงเรียนอนุบาลส่วนมากมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางไปรษณีย์เพื่อแจ้งข่าวสารต่างๆ และทางโทรศัพท์ เพื่อติดต่อกับผู้ปกครองในกรณีฉุกเฉินที่ต้องการความรวดเร็ว เมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับผู้เรียน ส่วนด้านโรงเรียนมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางเว็บไซต์ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ส่วนมากโรงเรียนอนุบาลมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองโดยผ่านตัวบุคคลมากกว่าเพราะสะดวกในการเข้าถึงผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุมาลี มีพงษ์ (2538 : 62-63) ที่พบว่า ผู้ปกครองจะเลือกโรงเรียนที่มีการประสานสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ปกครองตลอดเวลา มีการส่งข่าวสารการเรียนอย่างสม่ำเสมอและมีการดูแลอย่างใกล้ชิด

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ ยกเว้นรายข้อที่ว่า โรงเรียนมีการโฆษณาโดยใช้ตัวบุคคล, โรงเรียนมีการเสนอรายงานให้ผู้ปกครองได้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมและข่าวสารในโรงเรียน ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ปกครองมีความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ต มีต้นทุนสูง และการโฆษณาของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยมากใช้การโฆษณาผ่านตัวบุคคล ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับผู้ปกครองเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับโรงเรียน เนื่องจากมีบุคคลรับรอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายจิต ลิลิต (2537 : 77-79) ที่พบว่า กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำมากที่สุด

1.5 ด้านบุคลากร ผู้ปกครองมีความคิดเห็นโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยมากเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการบริหารงาน และบริหารบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนต์ชิตา บุญผาคำ (2544 :

114-121) ที่พบว่าผู้บริหารโรงเรียนรับรู้นโยบายและแผนการศึกษาของรัฐ และเป็นผู้มีหน้าที่ในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ ส่วนครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถในการจัดการเรียนการสอน มีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ และปฏิบัติตนสอดคล้องกับจรรยาบรรณวิชาชีพครู ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาม ดุลยากร (2542 : 201-207) ที่พบว่า ผู้ปกครองมีความคิดเห็นว่า คุณลักษณะของครูอนุบาลต้องจบการศึกษาเอกอนุบาล มีความเมตตา กรุณา และรักเด็ก

1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ยกเว้นรายข้อที่ว่า โรงเรียนมีห้องพักรับรองที่สะดวกสบายสำหรับผู้ปกครองหรือผู้มาติดต่อ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ปกครองมีความคิดเห็นด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก เนื่องจากว่าโรงเรียนอนุบาลโดยมากได้ออกแบบตามมาตรฐานของกองโรงเรียนสามัญศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2538 : 19-29) ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้อาคาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธาวงศ์พรเพ็ญภาพ (2540 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของอาคาร ประเภทโรงเรียนอนุบาลเอกชนนั้น อาคารเรียนโรงเรียนอนุบาลควรเป็นอาคารชั้นเดียวหรือสองชั้น แต่ไม่ควรสูงเกินไป มีพื้นที่เพียงพอสำหรับเด็กที่จะสามารถเล่นได้ภายในบริเวณอาคาร และการจัดวางตำแหน่งของอาคารควรสัมพันธ์กับการจัดสนามเด็กเล่นกลางแจ้งและในร่ม ซึ่งควรมีพื้นที่กว้างขวาง โลงโปร่งสบาย มีร่มเงาและแสงแดดที่พอเหมาะกับเด็ก การจัดตำแหน่งอุปกรณ์เครื่องเล่นในสนามควรจัดให้สอดคล้องกับกิจกรรมของเด็ก และมีสัดส่วนที่พอเหมาะกับเด็ก มีสีสนับดูดี ทำด้วยวัสดุที่แข็งแรง ทนทาน ปลอดภัย ห้องเรียนของเด็กอนุบาลควรมีลักษณะที่ยืดหยุ่นได้ และสามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องกิจกรรมต่างๆได้ หากไม่มีการจัดแยกต่างหาก ภายในห้องเรียนควรมีการจัดมุมกิจกรรมต่างๆ มีการระบายอากาศที่ดี มีแสงสว่างเพียงพอ วัสดุที่ใช้กับห้องเรียน พื้นควรเป็นวัสดุที่ไม่ลื่น ทำความสะอาดง่าย ทนทาน ผืนทาสีอ่อนๆและใช้วัสดุที่สามารถดูดซับเสียงได้ สามารถป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอกห้องเรียน การจัดห้องน้ำ-ห้องส้วม สำหรับเด็กอนุบาลควรอยู่ภายในอาคารเรียน ไม่ควรจัดแยกออกจากอาคารเรียน ควรอยู่ติดกับห้องเรียนและสนามเด็กเล่น

1.7 ด้านกระบวนการ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ปกครองเห็นว่าโรงเรียนมีการจัดกระบวนการเรียนการสอน และ มีการติดตามผลการเรียนและพัฒนาการของผู้เรียน รวมถึงส่งเสริมให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้เรียนเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ หลักสูตรการจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา (2540: 1) ที่กล่าวว่าเด็กต้องได้รับพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา อย่างสมดุลต่อเนื่องไปพร้อมกันทุกด้าน มีการจัดประสบการณ์ต่างๆที่จัดให้เป็นประสบการณ์ตรงที่หลากหลายเหมาะสมกับวัยและวัฒนธรรมที่แวดล้อมตัวเด็ก ด้วยความร่วมมือกันระหว่างครอบครัว ชุมชน และสถานศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้เด็กทุกคนเรียนรู้และพัฒนา

เต็มตามศักยภาพ อีกทั้ง โรงเรียนมีการบริหารงานที่เป็นระบบและมีแผนการปรับปรุงโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์และตัวชี้คุณภาพของโรงเรียนเอกชน (2541 : 34-36) ซึ่งกล่าวถึงการบริหารโรงเรียนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องมีระบบการบริหารงานที่ทันสมัย มีโครงสร้างการบริหารงาน แผนการปรับปรุงโรงเรียน และ ธรรมนูญโรงเรียนที่เหมาะสม รวมถึงมีการทำงานเป็นทีม และ ติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ

2. ผลจากการศึกษาค้นคว้า ความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 ด้านวิชาการ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ เนื่องจากผู้ปกครองเห็นว่าโรงเรียนมีรูปแบบการจัดประสบการณ์และกิจกรรมการเรียนการสอนอย่างดี รวมถึงมีการใช้สื่ออุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีคุณภาพ แบบเรียนและเอกสารการสอนที่น่าสนใจ และมีบรรยากาศการเรียนการสอนที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติพร อนุมาน (2539 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ความคิดเห็นของผู้ปกครองในการส่งบุตร-หลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน อันดับที่สูงที่สุดได้แก่ ด้านการวิชาการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสินี ปาลเดชพงศ์ (2539 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อโรงเรียนอนุบาลเอกชน : กรณีศึกษาโรงเรียนอนุบาลก้องหล้า กรุงเทพมหานคร โดยผู้ปกครองมีความพึงพอใจด้านการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นวิชาการให้นักเรียนอ่านออกเขียนได้มากที่สุด

2.2 ด้านบุคลากร ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ เนื่องจากผู้ปกครองเห็นว่า ครูผู้สอนมีความสามารถในการจัดการเรียนการสอน และสามารถดูแลเอาใจใส่เด็กนักเรียนได้เป็นอย่างดี โดยครูอนุบาลต้องติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรายงานความก้าวหน้าพัฒนาการของเด็ก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิมล เพ็ชรสุข (2538 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน สำหรับบุตรหลานเข้าเรียน จังหวัดสมุทรปราการมากที่สุดคือ ปัจจัยเกี่ยวกับตัวครู ได้แก่ ครูให้การบ้านสม่ำเสมอและสามารถฝึกให้เด็กช่วยเหลือตนเองได้

2.3 ด้านกิจการนักเรียน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ เนื่องจากผู้ปกครองเห็นว่า โรงเรียนมีการจัดบริการต่างๆให้กับผู้เรียนอย่างดีทั้งในเรื่อง ความปลอดภัย สุขภาพ อาหารกลางวัน กฎระเบียบต่างๆของโรงเรียน รวมถึงพึงพอใจในเรื่องการจัดกิจกรรมต่างๆแก่ผู้ปกครองด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศริยา พจนธาริ (2544 : 79) ที่พบว่าผู้ปกครองและผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีความพึงพอใจต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเลย ด้านการบริหารทั่วไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านธุรการการเงิน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ เนื่องจากผู้ปกครองเห็นว่าการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียนในเรื่องหนังสือและเอกสารต่างๆ และขั้นตอนการชำระเงินค่าเล่าเรียนนั้น มีความรวดเร็ว รวมถึงผู้ให้บริการก็มีมารยาทในการต้อนรับผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศริยา พจนธรี (2544 : 80) ที่พบว่าผู้ปกครองและผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีความพึงพอใจต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเลย ด้านธุรการอยู่ในระดับมาก

2.5 ด้านอาคารสถานที่ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ ยกเว้นรายข้อที่ว่า ห้องพยาบาลและอุปกรณ์ในห้อง และ เฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ปกครองมีความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าโรงเรียนมีการจัดรูปแบบของโรงเรียนและอุปกรณ์สนามรวมทั้งเครื่องเล่นของเด็กๆได้ตามมาตรฐานของเกณฑ์ของกองโรงเรียนสามัญศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2538 : 19-29) ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้อาคาร ส่วนในด้านห้องพยาบาลและอุปกรณ์ และ ในห้องผู้ปกครองมีความพึงพอใจปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ห้องพยาบาลเป็นการปฐมพยาบาลในเบื้องต้นเท่านั้น ส่วนในด้านเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง การตกแต่งของโรงเรียนแต่ละโรงเรียนจะมีความแตกต่างกันไป ซึ่งอาจจะไม่ตรงกับรสนิยมของผู้ปกครอง

2.6 ด้านความสัมพันธ์ชุมชน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ เป็นเพราะโรงเรียนมีการจัดกิจกรรม และให้บริการแก่ชุมชน ซึ่งเป็นไปตามแนวปฏิบัติของสถานศึกษาเอกชนเพื่อการปฏิรูปการเรียนรู้ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 2542 ของหน่วยศึกษานิเทศน์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2544 : 1-26) ที่กล่าวว่า สถานศึกษาต้องระดมทรัพยากรจากชุมชนมาใช้ในการพัฒนาผู้เรียน ด้วยการพยายามใช้ข้อมูลจากผู้ปกครอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ สถานศึกษาควรจะต้องคัดเลือกผู้มีภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาเป็นผู้นำและมีการประสานความร่วมมือกับกองทุนพัฒนาองค์กรชุมชน โดยเน้นการสร้างเครือข่ายและเทคโนโลยีทางการศึกษา ให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ยกเว้นรายข้อที่ว่า การรายงานข่าวสารและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรงเรียนแก่ชุมชน และ ความร่วมมือระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียน ผู้ปกครองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าโรงเรียนและผู้ปกครองต้องร่วมมือกันเพื่อช่วยกันพัฒนาผู้เรียนในทุกๆด้าน ตามแนวทางการจัดประสบการณ์ ของกระทรวงศึกษาธิการ (2540 : 19) ที่กล่าว

ว่าให้ผู้ปกครองและชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดประสบการณ์ ทั้งการวางแผน การสนับสนุนสื่อ การสอน การเข้าร่วมกิจกรรม และ การประเมินผล

3. ผลจากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และจำนวนบุตร ปรากฏผลดังนี้

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ปกครองทั้งเป็นเพศหญิงและเพศชายต่างมีการรับรู้ถึงกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนทุกด้านเหมือนกัน อีกทั้งผู้ปกครองซึ่งเป็นบิดา มารดาก็ต้องปรึกษากันในเรื่องการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน จึงทำให้ทั้งเพศหญิง และ เพศชายมีความเห็นเหมือนกัน ดังนั้นเพศจึงไม่เป็นปัจจัยให้ความคิดเห็นของผู้ปกครองแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิวกกร เหล่าลือชา (2546 : 248) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญศักดิ์ เสงี่ยมบูรณ์ (2533 : 73) ที่พบว่า ผู้ปกครองเด็กที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กโดยส่วนรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิวกกร เหล่าลือชา (2546 : 248) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้พบว่าผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ว่าผู้ปกครองที่อายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

3.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ปกครองทุกระดับการศึกษามีการใส่ใจกับการจัดกระบวนการเรียนการสอน ครูผู้สอน ลักษณะของโรงเรียน และความคุ้มค่าของราคาเท่ากัน และโรงเรียนมีการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึงแก่ผู้ปกครอง จึงทำให้ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นที่ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญศักดิ์ เสงี่ยมบูรณ์ (2533 : 72) ที่พบว่า ผู้ปกครองเด็กที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้พบว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดต่อการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิวักร เหล่าลือชา (2546 : 248) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลด้านผลิตภัณฑ์ และ ช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ทั้งนี้ เป็นเพราะ โรงเรียนแต่ละแห่งได้ดำเนินตามนโยบายในการจัดการศึกษาของรัฐเหมือนกัน จึงทำให้สามารถตอบสนองความต้องการทุกกลุ่มอาชีพได้ ทำให้ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทิวากร เหล่าลือชา (2546 : 249) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีอาชีพต่างกันมีความพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญและ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนต์ชิตา บุปผาคำ (2445 : 99) ที่พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

นอกจากนี้พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการแตกต่างกัน

3.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้ เป็นเพราะ รายได้ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ผู้ปกครองพิจารณากลยุทธ์ด้านต่างๆแตกต่างกัน เช่น ถ้าผู้ปกครองมีรายได้ต่ำก็อาจจะต้องพิจารณาเรื่องค่าธรรมเนียมการเรียนให้เหมาะสมกับรายได้ โดยอาจไม่สนใจนโยบายการจัดการเรียนการสอนมาก ในตรงกันข้ามหากผู้ปกครองมีรายได้สูงมาก ผู้ปกครองไม่สนใจในเรื่องค่าธรรมเนียมการเรียน แต่ใส่ใจกับบรรยากาศของโรงเรียน และวิธีการจัดการเรียนการสอน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนต์ชิตา บุปผาคำ (2445 :

99) ที่พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันพบว่า

ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ปกครองที่มีสถานภาพโสด หรือ หม้าย มีการพิจารณาเลือกโรงเรียนเพียงคนเดียว ต่างกับ ผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสที่สามารถปรึกษากับคู่สมรสได้ จึงทำให้ทัศนะของแต่ละสถานภาพต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนต์ชิตา บุปผาคำ (2445 : 99) ที่พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันพบว่า

ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ปกครองที่มีบุตรจำนวนมากกว่า 1 คน ก็ส่งบุตรคนต่อมาเข้าโรงเรียนเดียวกับบุตรคนแรก ทำให้ความคิดเห็นที่มีต่อกลยุทธ์ของโรงเรียนยังคงเหมือนเดิม เพราะทางโรงเรียนยังคงใช้กลยุทธ์การตลาดรูปแบบเดิมในการบริหาร จึงไม่ต่างกับผู้ปกครองที่มีบุตรเพียงคนเดียว

นอกจากนี้พบว่าผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาล ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ผลจากการเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล เอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ สมรส และจำนวนบุตร ปรากฏผลดังนี้

4.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะการให้บริการของทางโรงเรียนในทุกด้าน ไม่ต้องคำนึงถึงเพศแต่จะต้องให้บริการแก่ผู้ปกครองของเด็กนักเรียนทั้งบิดา มารดา หรือ ผู้เลี้ยงดูอย่างเท่าเทียมให้มีความรู้สึกประทับใจจึงทำให้ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ชูลีพร อนุมาน (2539 : 37-61) ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นในการส่งบุตร-หลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9 ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะบริการของโรงเรียนในด้านต่างๆที่จัดให้แก่เด็กนักเรียนและผู้ปกครองนั้นมีมาตรฐาน ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองได้ทุกวัย ซึ่งสอดคล้องกับกัมบังงานวิจัยของ นิภารัตน์ รื่นสุข (2546 : 77) ที่พบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและสวัสดิภาพของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลประเภทไม่แตกต่างกัน เพราะผู้ปกครองสามารถรับรู้ข่าวสารและสิ่งต่างๆในสังคมได้เหมือนกัน จึงเป็นเหตุให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ พบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านธุรการการเงิน และด้านความสัมพันธ์ชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10 ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน และ ด้านธุรการการเงิน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ

ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะโรงเรียนให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ปกครองทุกระดับการศึกษาที่เหมือนกันในเรื่องการจัดการเรียนการสอน ผู้บริหารและครูผู้สอน รวมถึงบริการด้านกิจการนักเรียนและธุรการการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัส พลายชุม (2540 : 74) ที่พบว่าผู้ปกครองนักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอ่างทอง มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากผู้ปกครองมีความสนใจและความหวังในเรื่องการจัดการเรียนการสอนเหมือนกัน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเสริฐ วิเศษกิจ (2543 : 21) ที่พบว่าผู้ปกครองนักเรียนที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความเข้าใจในเรื่องงานวิชาการได้กว้างขวางกว่าและผู้ปกครองนักเรียนที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อการปกครองนักเรียนที่โรงเรียนได้เข้มงวดเกี่ยวกับระเบียบวินัย ส่วนผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจที่ไม่เข้มงวดมากนัก

นอกจากนี้พบว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านอาคารสถานที่ และด้านความสัมพันธ์ชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญประครอง ไม้เขียว (2543 : 44-72) ที่พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์การเลือกโรงเรียนอนุบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11 ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.5 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านบุคลากร ด้านธุรการการเงิน และอาคารสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านวิชาการ ด้านกิจการนักเรียน ด้านความสัมพันธ์ชุมชนแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีสถานะทางสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม และทัศนคติที่ต่างกัน อันจะนำไปสู่ความพอใจในบริการที่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญประครอง ไม้เขียว (2543 : 44-72) ที่พบว่า อาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์การเลือกโรงเรียนอนุบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากผู้ปกครองที่มีอาชีพมั่นคงย่อมมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพไม่มั่นคง จึงสามารถพิจารณาเลือกโรงเรียนได้มากกว่า โดยผู้ปกครองที่มีอาชีพมั่นคงต้องการให้เด็กอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะดึงดูดความสนใจของเด็กทำให้เด็กเกิดการเรียนรู้อย่างดี และไม่สอดคล้องกับ ประเสริฐ วิเศษกิจ (2543 : 21-22) ที่พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ฝ่ายมัธยม) โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

4.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 12 ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านความสัมพันธ์ ชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านอาคารสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ปกครองที่มีรายได้สูงสามารถซื้อบริการจากทางโรงเรียน ได้เพิ่มมากขึ้นกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูลีพร อนุมาน (2539 : 61) ที่พบว่าผู้ปกครองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน มีความคิดเห็นด้านอาคารสถานที่ และด้านความสัมพันธ์ชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้พบว่า ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน และด้าน ธุรการการเงิน ผู้ปกครองมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชูลีพร อนุมาน (2539 : 61) ที่พบว่าผู้ปกครองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน มีความคิดเห็นด้านการจัดการเรียนการสอน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 13 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรส ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียน อนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านวิชาการ ด้านธุรการการเงิน และด้านอาคารสถานที่ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจ เป็นเพราะ ผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญกับบริการของโรงเรียนไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ต้องการบริการที่มีคุณภาพ และ ได้รับบริการที่ดี โดยทางโรงเรียนอนุบาลได้ให้บริการ ที่ดีที่ผู้ปกครองพึงพอใจเหมือนกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วาสนา เชิดชู (2545 : 96) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออาหารฟาสต์ฟู้ดของบริษัทพิชซ่า หูเตย์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

นอกจากนี้พบว่าผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการ ของโรงเรียนอนุบาล ด้านกิจการนักเรียนชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 และผู้ปกครองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาล ด้านบุคลากร และด้านความสัมพันธ์ชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 14 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เป็นเพราะจำนวนบุตรไม่ได้มีผลทำให้บริการของโรงเรียนเปลี่ยนไป กล่าวคือ โรงเรียนยังคงให้บริการในด้านต่างๆแก่ผู้ปกครองอย่างเท่าเทียม และมีมาตรฐานแก่ผู้ปกครอง ไม่ว่าผู้ปกครองแต่ละคนจะมีจำนวนบุตรเท่าใด ก็ยังคงได้รับการเท่าเทียม ทำให้ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการไม่แตกต่างกัน

นอกจาก พบว่า ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนอนุบาลด้านธุรการการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้ปกครองเห็นด้วยมาก ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองเห็นด้วยในระดับน้อย เป็นการสนับสนุนว่า โรงเรียนมีกระบวนการจัดการศึกษา และ จัดสภาพแวดล้อม รูปแบบโดยทั่วไปในโรงเรียนอนุบาลประทับใจผู้ปกครอง ส่วนการตั้งราคาค่าธรรมเนียมการเรียนและการติดต่อสื่อสารทางด้านการต่างๆกับผู้ปกครองนั้นยังต้องมีการปรับปรุง ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดควรมีการปรับปรุงมากที่สุด ดังนี้

1.1 ด้านราคา จากการวิจัยพบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยรวมและรายข้อ ดังนั้น โรงเรียนควรมีการปรับปรุงค่าธรรมเนียมการเรียนให้เหมาะสมกับบริการ โดยไม่ตั้งค่าธรรมเนียมที่แพงหรือถูกเกินไป เนื่องจากถ้าแพงมากจะทำให้จ่ายเงินมากขึ้น หากถูกมากไปจะเกิดผลเสียกับภาพลักษณ์ของโรงเรียน นอกจากนั้นควรเพิ่มส่วนลดให้กับผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานมาเรียนมากกว่า 1 คนขึ้นไป, มีการแบ่งชำระค่าธรรมเนียมเป็นรายเดือน และให้ทุนการศึกษาแก่เด็กที่เรียนดีและสร้างชื่อเสียงให้กับโรงเรียน

1.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการวิจัยพบว่าผู้ปกครองเห็นด้วยในระดับปานกลางโดยรวม ยกเว้นในข้อ การติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองผ่านทางเว็บไซต์ ผู้ปกครองเห็นด้วยในระดับน้อย ดังนั้นโรงเรียนจึงควรติดต่อกับผู้ปกครองทางเว็บไซต์ โดยจัดทำเว็บไซต์ของโรงเรียนขึ้นมาและติดต่อกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ โดยอาจรายงานพัฒนาการของผู้เรียน หรือ ข่าวสารของโรงเรียนผ่านทางเว็บไซต์ รวมถึงมีการปรับปรุงรูปแบบหรือข้อมูลตลอดเวลา

1.3 การส่งเสริมการตลาด จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการเห็นด้วยในระดับน้อย โดยรวม เนื่องจากโรงเรียนยังมีการโฆษณาโดยมากผ่านทางตัวบุคคล และการจัดกิจกรรมต่างๆ แต่การโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และใบปลิว ผู้ประกอบการเห็นด้วยในระดับน้อย ดังนั้น โรงเรียนควรจะโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์ หรือ สิ่งพิมพ์ โดยจัดกิจกรรมร่วมกับทางรายการโทรทัศน์ และ นิตยสาร ซึ่งต้องเลือกให้ตรงสื่อให้ตรงกับกลุ่มผู้ประกอบการที่โรงเรียนต้องการและ สร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาแก่ผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้ประกอบการประทับใจและบอกต่อกับลูกค้าคนอื่น

2. จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อบริการของโรงเรียนอนุบาล เอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านธุรการการเงิน และด้านอาคารสถานที่ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความสัมพันธ์ชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง เป็นการสนับสนุนว่า การบริการของโรงเรียนทุกด้านอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งอาจจะพัฒนาต่อไปเพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความพอใจสูงสุด ส่วนในด้านอาคารสถานที่ และด้านความสัมพันธ์ชุมชนควรมีการปรับปรุง ดังนี้

2.1 ด้านอาคารสถานที่ จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีความพอใจระดับปานกลาง ในข้อห้องพยาบาล และ เฟอร์นิเจอร์และตกแต่ง ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงห้องพยาบาลให้มีอุปกรณ์และยาในการปฐมพยาบาลที่สะอาด และครบครัน และควรเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์และปรับปรุงโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ ไม่ให้เสียหายหรือชำรุด

2.2 ด้านความสัมพันธ์ชุมชน จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีความพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยขอโรงเรียนมีการรายงานข่าวสารแก่ชุมชน และให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการผู้ปกครองพึงพอใจระดับมาก ส่วนข้อการให้บริการวิชาการแก่ชุมชน การจัดกิจกรรมต่างๆแก่ชุมชน และ การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ผู้ปกครองพึงพอใจระดับปานกลาง ดังนั้น โรงเรียนควรเพิ่มกิจกรรมต่างๆ เช่น จัดอบรมทางวิชาเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร การจัดงานวันเด็ก การให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการบริหารโรงเรียน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนและโรงเรียนอนุบาลรัฐบาลในจังหวัดอื่น

2. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนเอกชนในระดับชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษา

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการ. (2540). *คู่มือหลักสูตรก่อนประถมศึกษาพุทธศักราช 2540*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- กรรณิกา ภิญญาคง. (2538, เมษายน). "การจัดการศึกษาเอกชน," *วารสารกองทุนสงเคราะห์การจัดการศึกษาเอกชน*. ปีที่ 6 (ฉบับที่ 55) : 18.
- กรรณิกา สันตสว่าง. (2541, เมษายน). "การลงทุนทางการศึกษาเอกชนไทยในยุคโลกาภิวัตน์," *วารสารกองทุนสงเคราะห์การจัดการศึกษาเอกชน*. ปีที่ 7 (ฉบับที่ 60) : 16-21.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2540). *ร่างหลักสูตรการศึกษาเด็กปฐมวัย สำหรับเด็กอายุ 3-5 ปี*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการ.
- กองนโยบายและแผน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2545, 25 มีนาคม). "ค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าธรรมเนียมอื่นของโรงเรียนเอกชน ปีการศึกษา 2545," : 1-3.
- กองโรงเรียนสามัญศึกษา. (2538). *เอกสารแนะนำการขออนุญาตจัดตั้งโรงเรียนเอกชนระดับก่อนประถมศึกษา (อนุบาล)*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน.
- คณะทำงานจัดทำแนวดำเนินการจัดการศึกษาในระดับก่อนประถมศึกษา. (2536). *แนวการจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา*. กรุงเทพฯ.
- จินตนา หมู่ผึ้ง. (2525). *การอนุบาลศึกษา*. กรุงเทพฯ : ทิพย์อักษรพิมพ์.
- เจ้าฟ้านักการศึกษา. (2534). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชาญศักดิ์ เสงี่ยมบูรณ์. (2533). *ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์ (กศ.ม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ชุมพร ยงกิตติกุล. (2539). *จิตวิทยาการศึกษา*. ศูนย์ตำราและเอกสารทางวิชาการ : ครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูลีพร อนุมาน. (2539). *ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่ส่งเด็กเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดสระบุรี*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- ชูศรี วงศ์รัตน. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชูศักดิ์ ชื่นชมชาติ. (2538). ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายในการบริหารและการจัดการโรงเรียนอนุบาลเอกชน. วิทยานิพนธ์ นิติศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บทคัดย่อ.
- เตรียมลูกเข้าโรงเรียนอนุบาล. (2544). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : แปลนพับบิชซึ่งจำกัด.
- ทิวากร เหล่าลือชา. (2546). กลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร
- ธรรมบุญ นวลใจ. (2541). หัวใจแห่งการศึกษาสำหรับเด็ก 1-5 ขวบ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : กำแก้ว.
- นันทพร พัชรพรพรรณ. (2541). การรับรู้ข่าวสาร พฤติกรรมของผู้ใช้ศูนย์บริการธนาคารอัตโนมัติ และการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้ศูนย์บริการธนาคารอัตโนมัติกับธนาคารในสาขา ก.ท.ม.. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร
- นิตยา ประพตกิจ. (2539). การพัฒนาเด็กปฐมวัย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โอ.เอ.พรินต์.
- นรินทร์ แสงสวัสดิ์. (2539). จิตวิทยาการศึกษา. ศูนย์ตำราและเอกสารทางวิชาการ : ครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิภารัตน์ รื่นสุข. (2546). ความพึงพอใจของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและการจัดสวัสดิภาพของนักเรียน ในโรงเรียนอนุบาลประจำปี. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ . ถ่ายเอกสาร.
- แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาปฐมวัย. (2536). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. (2545). การพัฒนาเครื่องมือสำหรับการประเมินการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- บุญประกอบ ไม่เขี้ยว. (2543). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับข้อมูลพื้นฐานของผู้ปกครองกับเกณฑ์การเลือกโรงเรียนอนุบาล ในสำนักงานการประถมศึกษากรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- ประสาธน์ หลักศิลา. (2511). สังคมวิทยา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ก้าวหน้า.
- ประเสริฐ วิเศษกิจ. (2542). ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายมัธยม). ปีที่21. ฉบับที่61 วารสารการวัดผลการศึกษา
- ปิ่นทัญ ฤชากร. (2537). หลักการบริหารงานโรงเรียน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินติ้งเฮาส์.
- ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์. (2529). หลักการบริหารงานโรงเรียน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โอ.เอ. พรินติ้ง.
- ภรณ์ คุรุรัตน์ และ วรนาท รักสกุลไทย. (2542 สิงหาคม). "กระบวนการทัศน์ใหม่ของการศึกษาปฐมวัย," การเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.
- ภักดี ตันยพงศกร. (2539). พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน)สาขาย่อยหนองจิก จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภาควิชา. ถ่ายเอกสาร.
- ภัทรา นิคมานนท์. (2544). การวิจัยทางการศึกษาและสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : อักษรการพิมพ์.
- ภัทรา วงศ์พรเพ็ญภาพ. (2540). การศึกษาแนวความคิดการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของอาคารประเภทโรงเรียนอนุบาลเอกชน. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (สถาปัตยกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2536). ประมวลสาระชุดการบริหารสถานศึกษาปฐมวัย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมาราช.

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2535). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการโรงเรียน
ประถมศึกษา หน่วยที่1-6. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มนัส พลายชุม. (2540). ความพอใจของผู้ปกครองนักเรียน ที่มีต่อการบริหารงานโรงเรียน
มัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอ่างทองปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (บริหาร
การศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มนต์ชิตา บุปผาคำ. (2545). กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.
- เยวพา เดชะคุปต์. (2542). การบริหารและการนิเทศการศึกษาปฐมวัย. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แม็ค จำกัด.
- รุ่ง แก้วแดง. (2542). ปฏิวัติการศึกษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มติชน.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2524). หลักการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ : ทวีกิจการพิมพ์.
- วศิน ปาลเดชพงศ์. (2539). ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อโรงเรียนเอกชนระดับ
อนุบาล : กรณีศึกษาโรงเรียนอนุบาลก้องหล้า กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.
(บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่าย
เอกสาร.
- วัลลภา ชายหาด. (2532). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะด้านรักษาความ
สะอาดของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- วาม ดุลยากร. (2540). ความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนต่อโรงเรียนอนุบาลเอกชนระดับ
อนุบาล:กรณีศึกษาโรงเรียนบรรจงรัตน์ จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหาร
การศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วาม ดุลยากร. (2544, 4 ตุลาคม). "ผู้บริหารโรงเรียนกับการปฏิรูปการศึกษา," วารสารการศึกษา
ปฐมวัย. ปีที่5(ฉบับที่4) : 5.

- วาสนา เชิดชู. (2545). ความพึงพอใจต่ออาหารฟาสต์ฟู้ดของบริษัทพิชซ่า ทุเดย์ จำกัด ในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2544). เทคนิควิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์กรุงเทพ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และ ศุภร เสรีรัตน์. (2534). กลยุทธ์การตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- สายจิต ลิลิต. (2537). กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานয়กรัฐมนตรี. (2526). การศึกษาเอกชนในประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : กองสถิติและการวิเคราะห์ภาวะการศึกษา.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติและสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน . (2542). การศึกษาเอกชน:นโยบายที่ต้องทบทวน โครงการติดตามผลการช่วยเหลืออุดหนุนโรงเรียนราษฎร์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2541). แนวดำเนินการเพื่อการประกันคุณภาพและการรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนเอกชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- สิริมา ภิญโญนันตพงษ์. (2545). การวัดและการประเมินผลแนวใหม่:เด็กปฐมวัย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ภาควิชาหลักสูตรและการสอน สาขาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุทธิ ปันมา. (2535). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (บริหารธุรกิจ). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- สุมาลี มีพงษ์. (2538). ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน ที่มีชั้นประถมศึกษา เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- สุวิมล เพ็ชรสุข. (2538). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาล เอกชนสำหรับให้บุตรหลานเข้าเรียน อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- หวน พันธุ์พันธ์. (2529). การบริหารโรงเรียนด้านความสัมพันธ์กับชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ อักษรบัณฑิต.
- หน่วยศึกษานิเทศน์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2544). แนวปฏิบัติของ สถานศึกษาเอกชนเพื่อการปฏิรูปการเรียนรู้ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- อานนท์ ใจศรีตระกูล. (2545). ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการ บำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ บธ.ม(การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อารี พันธุ์มณี. (2544). จิตวิทยาการเรียนการสอน. เอกสารประกอบการเรียนการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ : ถ่ายเอกสาร.
- อิสริยา พจนธารี. (2544). ความพึงพอใจของผู้ปกครองและผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการ สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญ ศึกษา จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ กศ.ม.(บริหารการศึกษา). มหาสารคาม : บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคามบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
- Best, J W. (1977). *Research in Education*. 3nd ed. Englewood Cliffs.New Jersey : Prentice Hall.
- Cowell, Donald. (1986). *The Marketing of Services*. London : William Heinemann.
- Debey, Mary Annette. (1993). *The importance of quality in parental selection of child care*. Thesis Ed.D (Early Childhood Education). New York : State University of New York at Albany. Photocopied.

- Drummond, Graeme. and Ensor, John. (2002). *Strategic marketing Planning and Control.*: Butterworth Heinemann.
- Duncan, Geoffery Mitchell. (1971). *A new dictionary of sociology*. London : Roulledgeand Kegan Paul.
- Halverson, John Alvin. (1999). *A study of marketing in small school districts in central and northern California, asperceived by the superintendent*. Thesis Ed.D. (Administration Education). La Veme : University of la Veme. Photocopied.
- Kolasa, B J. (1969). *Introduction to Behavior Science for Business*. New York : John Wiley and Sons.
- Kolesnik, W L. (1970). *Education Psychology*. New York : mcGraw-Hill.
- Krejcie, Robert V. and Daryle, Morgan W. (1970). *Educational and Psychological Measurement*. New York : Sage Publications,Inc.
- Larocco, Michael V. (1991). *Assessment of marketing strategies used by colleges and universities in the state of Illinois offering masters prograns in business*. Thesis D.B.A. Illinois : Nova University. Photocopied.
- Lee, Valerie E. and Loeb Susanna (2000, Spring). "School Size in Chicago Elementary School Effects on teachers' Attitudes and Students' Achievement," *American Education Research Journal*. Vol37 (No1) : 3-4.
- Losher, John Jay. (1982). *Marketing strategies employed in public community colleges,public and private colleges and University in Texas for nontraditional students* . Thesis Ed.D. Texas : University of North Texas . Photocopied.
- LoveLock, Christopher ., Wirtz, Jochen ., and Keh, Hean Tat. (2002). *Services Marketing in Asia Managing people,Technology and Strategy*. : Prentice Hall.
- Miller, T.W.G. (1968). *Education in South East Asia.*: Ian Novak.
- Palmer, Adrian. and Cole, Catherine. (1995). *Services Marketing principles and practice*. New Jersey : Prentice-Hall

- Rockholz, Daria marie. (2002). *Strategic marketing for public schools : A study of implementtation by Connecticut superintendents and assistant superintendents.* Thesis Ph.D. Connecticut : University of Connecticut. Photocopied.
- Rust, Roland T., Zahorik, Anthony J., and Keiningham, Timothy L. (1996). *Service Marketing.* New York : Harper Collins College Publishers.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และจำนวนบุตร

คำชี้แจง แบบสอบถามตอนที่ 1 นี้เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ปกครอง เมื่ออ่านข้อความแล้วกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ไม่เกิน 25 ปี ☐ 16-35 ปี ☐ 36-45 ปี ☐ 46 ปีขึ้นไป

3. วุฒิการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัท
☐ กิจการส่วนตัว ☐ อื่นๆ

5. รายได้ครอบครัวต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 20,000 บาท ☐ 20,001-40,000 บาท
☐ 40,001-60,000 บาท ☐ 60,000 บาท ขึ้นไป

6. สถานภาพสมรส

☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย

7. จำนวนบุตร

☐ 1 คน ☐ 2-3 คน ☐ 4 คนขึ้นไป

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียน
อนุบาลทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม
การตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ประเด็นพิจารณา	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย มาก ที่สุด
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>					
1.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปของสังคม					
2.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีปรัชญาที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนและสังคมได้					
3.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีปรัชญาที่เหมาะสมและใช้เป็นเครื่องชี้นำการดำเนินงานของโรงเรียนได้					
4.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพที่มุ่งเน้นผลถาวรที่แท้จริงให้เกิดกับผู้เรียน					
5.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีแผนการจัดประสบการณ์ที่เหมาะสม ครอบคลุมพัฒนาการทุกด้านและสอดคล้องกับหลักสูตร					
6.ท่านเห็นว่าผู้เรียนมีความกระตือรือร้นในการทำงาน					
7.ท่านเห็นว่าผู้เรียนมีความภูมิใจในผลงานของตนเอง					
8.ท่านเห็นว่าผู้เรียนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถแสดงออกได้อย่างเหมาะสม					
9.ท่านเห็นว่าผู้เรียนมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ เหมาะสมกับวัยและเป็นไปตามเกณฑ์					
10.ท่านเห็นว่าผู้เรียนมีความร่าเริง มีความสุขและแสดงออกทางอารมณ์ได้เหมาะสมกับสถานการณ์					
11.ท่านเห็นว่าผู้เรียนรู้จักช่วยเหลือตนเองและผู้อื่น รวมทั้งสามารถเข้าร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม					
12.ท่านเห็นว่าผู้เรียนสามารถใช้ภาษาตอบโต้การสนทนาได้อย่างเหมาะสมกับวัย					
13.ท่านเห็นว่าผู้เรียนสามารถแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆได้อย่างเหมาะสมกับวัย					
<u>ด้านราคา</u>					
1.ท่านเห็นว่าโรงเรียนกำหนดค่าธรรมเนียมการเรียนได้อย่างเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ					

ประเด็นพิจารณา	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด
2.ท่านเห็นว่าโรงเรียนกำหนดค่าธรรมเนียมอื่นๆได้อย่างเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ					
3.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการให้ทุนการศึกษาแก่ผู้เรียนที่เรียนดีอย่างสม่ำเสมอ					
4.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เรียนที่มีปัญหาทางการเงิน					
<u>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</u>					
1.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางไปรษณีย์อย่างสม่ำเสมอ					
2.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางโทรศัพท์อย่างสม่ำเสมอ					
3.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองทางเว็บไซต์					
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u>					
1.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์					
2.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการโฆษณาผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น					
3.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
4.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการโฆษณาโดยใช้ใบปลิว					
5.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการโฆษณาโดยใช้ตัวบุคคล					
6.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการเสนอรายงานให้ชุมชนได้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมและข่าวสารในโรงเรียน					
7.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีกิจกรรมที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้เรียน					
<u>ด้านบุคลากร</u>					
1.ท่านเห็นว่าผู้บริหารมีความสามารถและมีวิสัยทัศน์ในการทำงาน					
2.ท่านเห็นว่าผู้บริหารมีภาวะผู้นำและมีความสามารถในการบริหารจัดการ					
3.ท่านเห็นว่าครูผู้สอนปฏิบัติงานสอดคล้องกับจรรยาบรรณวิชาชีพครู					
4.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของครูอย่างสม่ำเสมอ					

ประเด็นพิจารณา	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด
5.ท่านเห็นว่าครูผู้สอนมีการพัฒนาทักษะทางการสอนของตนเองตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพครูอย่างสม่ำเสมอ					
6.ท่านเห็นว่าโรงเรียนคัดเลือกครูผู้สอนที่มีวุฒิ/ความรู้ ความสามารถ ด้านการอนุบาลโดยเฉพาะ					
7.ท่านเห็นว่าบุคลากรด้านอื่นๆมีความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จในการทำงานเพื่อโรงเรียน					
8.ท่านเห็นว่าท่านเห็นว่าบุคลากรด้านอื่นๆมีความรู้ ความสามารถ สอดคล้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย					
<u>ด้านลักษณะทางกายภาพ</u>					
1.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีความปลอดภัย ไม่ซับซ้อน โปร่งโล่งสบาย					
2.ท่านเห็นว่าห้องเรียนมีบรรยากาศและสภาพที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน					
3.ท่านเห็นว่าอาคารเรียน อาคารประกอบ และสถานที่เรียนมีความมั่นคง แข็งแรง ปลอดภัย					
4.ท่านเห็นว่าอาคารเรียน อาคารประกอบ และสถานที่เรียนมีการดูแลบำรุงรักษาเป็นอย่างดีและสม่ำเสมอ					
5.ท่านเห็นว่าสัญลักษณ์ของโรงเรียนสื่อความหมายที่ดีและเป็นที่ยึดจำง่าย					
6.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีสื่อและวัสดุอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย สอดคล้องกับกิจกรรม เนื้อหาและเอื้อต่อการเรียนรู้					
7.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีห้องพักรับรองที่สะดวกสบายสำหรับผู้ปกครอง หรือผู้มาติดต่อ					
8.ท่านเห็นว่าอาคารเรียน อาคารประกอบ และการตกแต่งโรงเรียนให้ความรู้สึกอบอุ่นเหมือนอยู่บ้าน					
9.ท่านเห็นว่ารูปแบบเครื่องแบบนักเรียนเรียบร้อย มีสีสันทนสวยงาม สวมใส่สบายไม่อึดอัด					
10.ท่านเห็นว่าเครื่องแบบของครูผู้สอน สวยงาม คล่องตัว เหมาะสม					
11.ท่านเห็นว่าโต๊ะนักเรียนมีขนาดพอดีกับตัวนักเรียนและให้ความรู้สึกสบาย					
12.ท่านเห็นว่าห้องนอนมีพื้นที่เพียงพอและมีอากาศถ่ายเทสะดวก					

ประเด็นพิจารณา	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด
13.ท่านเห็นว่ามีห้องน้ำที่สะอาดและถูกสุขลักษณะอยู่ทุกชั้นของอาคารเรียนและจำนวนเพียงพอ					
14.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีตู้หรือชั้นสำหรับเก็บอุปกรณ์การเรียนและของเล่นและเครื่องใช้ประจำตัวนักเรียน					
16.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีปริมาณเรื่องเล่นที่ส่งเสริมพัฒนาการของเด็กอย่างเพียงพอและปลอดภัย					
17.ท่านเห็นว่าเครื่องใช้ประจำห้องต่าง ๆ เช่นห้องพยาบาล ห้องนอน ห้องอาหาร ห้องสมุด มีครบทุกอย่างและปริมาณเพียงพอ					
<u>ด้านกระบวนการ</u>					
1.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการจัดกระบวนการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ					
2.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการวิเคราะห์พัฒนาการของเด็กเป็นรายบุคคลและรายกลุ่ม					
3.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนหลายรูปแบบ					
4.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการนิเทศ ติดตาม และประเมินผลการทำงานของครูอย่างสม่ำเสมอ					
5.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีการส่งเสริมให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการพัฒนาเด็กและการจัดกิจกรรมส่งเสริมประสบการณ์ต่างๆแก่ผู้เรียน					
6.ท่านเห็นว่าโครงสร้างการบริหารโรงเรียนเป็นระบบ มีความชัดเจนและเหมาะสมกับขนาดของโรงเรียน					
7.ท่านเห็นว่าโรงเรียนมีธรรมนูญโรงเรียนและแผนการปรับปรุงโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ					
8.ท่านเห็นว่าผู้บริหารส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและเปิดโอกาสให้ผู้มีความสามารถเป็นผู้นำ โดยสามารถผลัดเปลี่ยนกันเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี					

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขต กรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียน ด้านอาคารสถานที่ ด้านธุรการ-การเงิน และด้านความสัมพันธ์ชุมชน

ประเด็นการพิจารณา	พึงพอใจ น้อย ที่สุด	พึงพอใจ น้อย	พึงพอใจ ปาน กลาง	พึงพอใจ มาก	พึงพอใจ มาก ที่สุด
<u>ด้านวิชาการ</u>					
1.รูปแบบการจัดประสบการณ์และกิจกรรมการเรียนการสอน					
2.สื่ออุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน					
3.วิธีการสอนของครู					
4.รูปแบบการประเมินผลการเรียน					
5.พัฒนาการของผู้เรียน					
6.แบบเรียนและเอกสารการสอน					
7.บรรยากาศการเรียนการสอน					
<u>ด้านบุคลากร</u>					
1.การดูแลเอาใจใส่นักเรียนของครูผู้สอน					
2.ความรับผิดชอบของครูผู้สอน					
3.ปริมาณครูผู้สอนต่อจำนวนนักเรียน					
4.คุณลักษณะของครูผู้สอน					
5.คุณวุฒิของครูผู้สอน					
6.ประสิทธิภาพและความสามารถของบุคลากรอื่นๆของโรงเรียน					
<u>ด้านกิจการนักเรียน</u>					
1.การปฐมนิเทศผู้ปกครอง					
2.บริการด้านสุขอนามัยและการรักษาพยาบาล					
3.การรายงานความก้าวหน้าเกี่ยวกับตัวนักเรียน					
4.กฎระเบียบต่างๆของโรงเรียนในการรักษาระเบียบวินัยและความประพฤติของนักเรียน					
5.เกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มนักเรียน					
6.สวัสดิภาพและความปลอดภัยของนักเรียน					
7.บริการอาหารกลางวัน					
8.การจัดกิจกรรมต่างๆ เช่นกิจกรรมวันแม่,วันไหว้ครู					

ประเด็นการพิจารณา	พึง พอใจ น้อย ที่สุด	พึง พอใจ น้อย	พึง พอใจ ปาน กลาง	พึง พอใจ มาก	พึง พอใจ มาก ที่สุด
<u>ด้านธุรการ การเงิน</u>					
1.ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูล					
2.การตอบรับโทรศัพท์					
3.หนังสือและเอกสารต่างๆ เช่นใบแจ้งค่าเล่าเรียน ข่าวนสาร การประชาสัมพันธ์					
4.มารยาทในการต้อนรับผู้มาติดต่อ					
5.ขั้นตอนและวิธีการชำระค่าเล่าเรียน					
<u>ด้านอาคารสถานที่</u>					
1.สถานที่ตั้งของโรงเรียน					
2.การจัดตำแหน่งอาคารต่างๆ					
3.ความสะอาดภายในบริเวณโรงเรียน					
4.รูปแบบการจัดสนามเด็กเล่น					
5.ปริมาณและคุณภาพของเครื่องเล่น					
6.รูปแบบของห้องเรียน					
7.รูปแบบของห้องสมุด ประเภทและปริมาณหนังสือ					
8.ห้องพยาบาลและอุปกรณ์ในห้อง					
9.รูปแบบของห้องรับประทานอาหาร					
10.เฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง					
<u>ด้านความสัมพันธ์ชุมชน</u>					
1.การรายงานข่าวสารและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรงเรียน แก่ชุมชน					
2.กิจกรรมต่างๆที่โรงเรียนจัดให้แก่ชุมชน					
3.บริการทางวิชาการแก่ชุมชน					
4.การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษา					
5.ความร่วมมือระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียน					

ภาคผนวก ข

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

- | | |
|---|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทยพิสุทธิ | อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฤทัย อติชาตพงศ์ | ผู้รับใบอนุญาตและผู้อำนวยการ
โรงเรียนอนุบาลทองฤทัย |
| 3. ดร. กรรณิการ์ ภิญญาคง | ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริม
มาตรฐานการศึกษา
สำนักบริหารงานคณะกรรมการ
ส่งเสริมการศึกษาเอกชน |
| 4. ดร. กมลวรรณ ชัยวานิชศิริ | ผู้อำนวยการโรงเรียนอุดมศึกษา |

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาว กมลทิพย์ ทองกำแหง
วัน เดือน ปีเกิด	27 สิงหาคม 2520
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	711/278 หมู่บ้านมัทนา ตำบลประชาธิปไตย อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2532	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนปانهพันธุ์วิทยา
พ.ศ. 2535	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนศรีอยุธยา
พ.ศ. 2538	ค.บ. (วิชาเอกธุรกิจศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2547	กศ.ม. (วิชาเอกธุรกิจศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ