

องค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ของโรงเรียนเอกชน*

The Components of Marketing Strategy Influencing Success of Private Schools

สุชาดา อังสุจินดา**

รศ.ดร.ชวชนม ชินะตั้งกูร***

รศ.ดร.ประกอบ คุณารักษ์****

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน 2) องค์ประกอบความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน และ 3) องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงเรียนเอกชน จำนวน 248 โรงเรียน ผู้ให้ข้อมูลคือผู้อำนวยการโรงเรียน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีสองชนิด คือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดและความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองและส่งแบบสอบถามกลับทางไปรษณีย์ช่วงเดือนมิถุนายน ถึงสิงหาคม พ.ศ. 2552 และได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิสัศกองค์ประกอบ วิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน: ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 1) เทคโนโลยีทางการศึกษา 2) การจัดทำและพัฒนาหลักสูตร 3) การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ 4) เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ด้านราคา ได้แก่ องค์ประกอบช่วยเหลือนักเรียน ด้านการจัดจำหน่าย ประกอบด้วยองค์ประกอบ 1) รถรับส่งนักเรียน และ 2) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ได้แก่ องค์ประกอบ ความสัมพันธ์โรงเรียนกับชุมชน และดอกไม้แห่งการบริการ ประกอบด้วย 1) บรรยากาสองครั้ง 2) การให้คำปรึกษา และ 3) การรับรองอย่างเป็นทางการ

* วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยคริสเตียน

** นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ กลุ่มวิชาเอกการจัดการศึกษา

*** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

**** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

2.ความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยองค์ประกอบ 1) ด้านบริหารสถานศึกษา 2) ด้านคุณภาพนักเรียน 3) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ 4) ด้านครูและเจ้าหน้าที่ และ 5) ด้านการเงิน

3.องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในภาพรวมของโรงเรียนเอกชน ได้แก่ รวบรวมนักเรียน ความสัมพันธ์โรงเรียนกับชุมชน การจัดทำและพัฒนาหลักสูตร และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาด ความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study the components of marketing strategy of private schools; 2) to study the components of the success of private schools; and 3) to determine the components of the marketing strategy influencing the success of private schools. The sample was composed of 248 schools, selected through stratified randomization system. Two instruments were used in this study: nonstructural interview and questionnaires on marketing strategy and success private schools. The information were obtained from interviews from November 2008 to February 2009. Data were collected from the participants by the researcher himself and through mail from June to August 2009. The data were analyzed by frequency, percentage value, mean, standard deviation, factor reduction, stepwise multiple regression method; and content analysis.

This finding of this study were the following:

1. Regarding the components of the marketing strategy of private schools, The product are: 1) educational technology; 2) creating and developing curriculum; 3) learning by child center; and 4) information communication technology. The price is helping student. The place are: 1) vehicle for students' transportation and 2) physical environment. The promotion is the relationship between schools and communities. And the flower of service and: 1) organizational atmosphere; 2) counseling; and 3) hospitality.

2. Regarding the components of the success of private schools: 1) school management; 2) students' quality; 3) developing information communication technology; 4) teacher and staff; and 5) the finance.

3. Regarding the components of marketing strategy that influencing success of private schools was consisted of: 1) vehicle for students' transportation; 2) relationship between schools and communities; 3) creating and developing curriculum; and 4) physical environment.

KEYWORDS : Marketing Strategy/ Success/ Private Schools

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นหัวใจของการพัฒนาคน ในการพัฒนาประเทศทุกด้าน จะต้องอาศัยกำลังคนที่มีคุณภาพเป็นสำคัญการศึกษาเป็นความรู้พื้นฐานที่จะนำไปสู่การพัฒนาตนเอง คนที่ได้รับการศึกษาอย่างถูกต้องเหมาะสมจะสามารถนำความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และการพัฒนาประเทศชาติให้ก้าวหน้า (เกษมวัฒนชัย, 2545:5) รัฐบาลให้ความสำคัญและสนับสนุนการจัดการศึกษาในทุกกระดับ กระทรวงศึกษาธิการจัดสรรงบประมาณจำนวนมากทุกปี แต่ยังไม่เพียงพอจึงเปิดโอกาสให้เอกชนช่วยรัฐจัดการศึกษาโดยส่งเสริมสนับสนุนให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมจัดการศึกษาเพื่อช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐในการให้บริการทางการศึกษา รัฐอุดหนุนส่งเสริมและช่วยเหลือด้วยประการต่าง ๆ ตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการณ์ของประเทศเพื่อเป็นการจูงใจ และพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาเอกชนให้ดียิ่งขึ้น การศึกษาเอกชนจึงนับว่ามีส่วนสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ในระบบการจัดการศึกษาของประเทศไทยเป็นทางเลือกหนึ่งในการศึกษาของทุกคนที่ใฝ่รู้ใฝ่เรียน

โรงเรียนเอกชนส่วนมากดำเนินการอยู่ในรูปธุรกิจการศึกษา เป็นการลงทุนของนักธุรกิจมีอาชีพที่มีจิตสำนึกของความเป็นครู ผลกำไรที่ได้นำมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการศึกษาในการะงานต่างๆ ซึ่งจำเป็นต้องมีการใช้ปัจจัยและทรัพยากรที่เป็นไปในลักษณะการประกันคุณภาพการศึกษาเพื่อสร้างความมั่นใจกับผู้รับบริการชุมชน และองค์กรต่างๆ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ประจักษ์ว่า โรงเรียนเอกชนมีแนวทางการพัฒนาคุณภาพการศึกษาที่ชัดเจนและสอดคล้องกับหลักการ นโยบายและสอดคล้องแผนการศึกษาแห่งชาติ นับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุก ๆ ด้าน ได้ก่อให้เกิดผลกระทบการดำเนินงานของเอกชนดังนี้ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา 2547:120-122)

1. จำนวนนักเรียนในระดับอนุบาลและระดับประถมศึกษาของโรงเรียนเอกชนลดลง
2. จากนโยบายการเร่งขยายการจัดการศึกษาของรัฐในระดับต่างๆ ส่งผลกระทบต่อการจัดการศึกษาเอกชน เนื่องจากรัฐไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการกำหนดส่วนร่วมของการศึกษาเอกชนได้แน่ชัดทั้งในประเภทและระดับการศึกษา
3. จากการสรุปผลการประเมินคุณภาพภายนอกสถานศึกษาระดับขั้นพื้นฐาน (รอบแรก พ.ศ.2544-2548) ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน จำนวน 2116 โรงเรียน พบว่าภาพรวมของโรงเรียนเอกชนได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาร้อยละ 49 อีก ร้อยละ 51 ยังไม่ได้รับการรับรอง ส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนเอกชนระดับเล็กในเมือง
4. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ยังไม่สามารถจัดตั้งศูนย์พัฒนาการศึกษาเชิงบูรณาการเพื่อกำหนดนโยบายการจัดการสรรทรัพยากรการศึกษาและการพัฒนาหลักสูตรระหว่างรัฐและเอกชน
5. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ยังไม่พร้อมจัดทำฐานข้อมูลทางด้านการศึกษาและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ร่วมกันระหว่างโรงเรียนรัฐและเอกชน
6. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ยังไม่พร้อมดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงเรียนเอกชนมีโอกาสพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา
7. โรงเรียนเอกชนไม่สามารถเข้าถึงการสนับสนุน แรงจูงใจในการสร้างและขยายโครงสร้างพื้นฐานทางการศึกษาในรูปแบบของโครงการเงินกู้ หรือการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ และมีระยะปลอดดอกเบี้ย เพื่อช่วยให้เอกชนสามารถลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการศึกษามากขึ้น
8. รัฐยังไม่ได้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้โรงเรียนเอกชนกำหนดผลตอบแทนบุคลากรทางด้านการศึกษาในสังกัด ตามหลักการตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน นอกเหนือการตีค่าตามวุฒิทางการศึกษา (performance based rewarding

system) 9. รัฐยังไม่พร้อมที่จะจัดให้มีกองทุนหรือแหล่งทุน เพื่อพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาให้กับโรงเรียนเอกชน เช่น กองทุนเพื่อการวิจัย การให้กู้ยืมเพื่อพัฒนาดนเองทางด้านการศึกษา 10. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาการศึกษาของโรงเรียนเอกชน ตลอดจนเข้าไปมีบทบาทร่วมในการส่งเสริมการบริหารจัดการที่เป็นบทบาทขององค์กร 11. บุคลากรทางการศึกษาของรัฐยังไม่ปรับเปลี่ยนแนวคิดและกระบวนทัศน์ (paradigm shift) ที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน จากการจัดการเชิงพาณิชย์มาเป็นการช่วยเหลือการค่าใช้จ่ายของรัฐ และเป็นพันธมิตรร่วมในการจัดการศึกษามากกว่าเป็นคู่แข่ง และ 12. นับตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2547 จนถึงปัจจุบัน มีโรงเรียนเอกชนจำนวนมากได้ล้มเลิกกิจการ ไม่สามารถจัดการศึกษาเนื่องจากเหตุปัจจัยที่แตกต่างกันไป

จากปัญหาดังกล่าวพอจะกล่าวได้ว่า เป็นปัญหาที่เกิดจากคุณภาพของโรงเรียนเอกชนเอง และเป็นปัญหาที่เกิดจากการส่งเสริม สนับสนุนในรูปแบบเชิงนโยบายเพื่อการจัดสรรทรัพยากรทางการศึกษา ซึ่งรัฐได้มอบให้กับโรงเรียนเอกชน อย่างไรก็ตามผู้บริหารโรงเรียนเอกชนยุคใหม่จะต้องปรับตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกๆ ด้าน เพื่อความสามารถในการแข่งขัน การจัดการศึกษา การบริหารจัดการโรงเรียนเอกชนยุคใหม่จึงเป็นเรื่องกระบวนกรส่งเสริมความพึงพอใจให้แก่ผู้ปกครอง มุ่งเน้นการมองหาความต้องการของผู้ปกครองให้พบ ด้วยการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ปกครองว่า อะไรเป็นสิ่งที่ต้องการ หรือองค์ประกอบใดที่ทำให้ผู้ปกครองเกิดความต้องการ แล้วพัฒนาและตอบสนองความต้องการนั้นให้มีความแตกต่าง โดดเด่นเหนือคู่แข่ง (product differentiate) กลยุทธ์การตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำธุรกิจการศึกษา เพราะปัจจุบันเป็นยุคของการสร้างคุณภาพการศึกษาให้ดีกว่าเด่นกว่าคู่แข่ง ผู้บริหารโรงเรียนในยุคใหม่จึงต้องสร้าง

ความแตกต่างในคุณภาพการจัดการศึกษา ขวนขวายหากลยุทธ์การตลาดตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองให้ได้ยิ่งๆ ขึ้น และหาทางที่จะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้นานที่สุด ตลอดจนพยายามให้เกิดความประทับใจ จนชักชวนกับพานบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชน อันจะนำพาให้องค์กรเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน เป็นความสำเร็จของการจัดการศึกษาเอกชน

แนวคิดการตลาดจึงได้จุดประกายเพื่อนำมาแก้ปัญหา และใช้เป็นกลยุทธ์ในการจัดการศึกษาที่มุ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นสำคัญ ดังที่ธงชัย สันติวงษ์ (2546: 4) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดเป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการที่จะขาดเสียไม่ได้ เป็นที่ยอมรับสำหรับการดำเนินงานทั่วไปในองค์กรธุรกิจ ราชการ หรือรัฐวิสาหกิจอย่างกว้างขวาง ว่ามีความสำคัญและมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กรในยุคเศรษฐกิจใหม่ที่ต้องจัดการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องตามสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม เช่นเดียวกับแนวคิดของ รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2544: 11) มีแนวคิดว่า กลยุทธ์การตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สินค้าหรือบริการให้เป็นที่ยอมรับต่อผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำมาซึ่งความภักดีของผู้บริโภคในตลาดที่มีต่อองค์กรในระยะยาวต่อไป ซึ่งองค์ประกอบหลักในการสร้างกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ได้ผลหลังจากเลือกเป้าหมายการตลาด (Targeting) คือกลุ่มผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าที่มีคุณสมบัติคล้ายกัน ที่ธุรกิจได้เลือกที่จะทำการค้าขายด้วยวิถีทางแห่งธุรกิจ แต่ละเป้าหมายเป็นไปโดยผ่านส่วนผสมทางการตลาด หรือ 4Ps เพื่อจะผสมผสานองค์ประกอบทั้งสี่อย่างคือผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เข้าไปให้กลมกลืนเป็นอันเดียวกัน จนทำให้ตลาดเป้าหมายที่ธุรกิจเลือกไว้เกิดความพึงพอใจ สามารถตอบสนอง

ความต้องการได้ และอยู่ในทิศทางที่บรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร ไม่ว่าจะมุ่งทำหรือไม่มุ่งทำก็ทำตาม (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2544: 217) เพราะในการดำเนินธุรกิจการตลาดสมัยใหม่ให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพนั้น เป็นภารกิจของผู้บริหารที่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม ตรงตามความต้องการของลูกค้า กำหนดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม จัดระบบการจำหน่ายที่ดี มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงการหาวิธีส่งเสริมการตลาดเพื่อแจ้งบอกให้ลูกค้าทราบโดยผ่านสื่อต่างๆ ที่เหมาะสมอีกด้วย (พิบูล ทัศปาล, 2545: 44) ในฐานะที่ผู้วิจัยซึ่งเป็นบุคลากรบริหารจัดการศึกษาเอกชนคนหนึ่ง มีมุมมองว่า ในบรรดาปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ที่โรงเรียนเอกชนเผชิญอยู่นี้ อาจจะทำให้ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนมีความรู้สึกท้อแท้ ไม่คิดที่จะดำเนินธุรกิจทางการศึกษาจนคิดจะล้มเลิกกิจการดังที่ผู้รับใบอนุญาตโรงเรียนเอกชนหลายแห่งได้ทยอยปิดกิจการไปเป็นจำนวนหนึ่งแล้วนั้น ซึ่งน่าจะเป็นผลเสียและส่งผลกระทบต่อการจัดการศึกษาของชาติอย่างแน่นอน ด้วยปัญหาคำสำคัญนี้เองจึงทำให้ผู้วิจัยคิดจะช่วยเหลือแก้ปัญหาในการบริหารจัดการโรงเรียนเอกชนให้สามารถยืนหยัด ช่วยรัฐจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพ ผู้ปกครอง ชุมชนเกิดความพึงพอใจ เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน ดังนั้นจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาองค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน เพื่อให้ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนได้นำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปพิจารณาประกอบการตัดสินใจและเลือกที่จะนำไปใช้ให้เกิดความสำเร็จตามศักยภาพความพร้อมของแต่ละองค์กร เพราะจากการศึกษาวิจัยกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ยังไม่มีงานวิจัยใดได้ค้นพบว่า

1. องค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชนมีองค์ประกอบใดบ้าง
2. องค์ประกอบความสำเร็จของโรงเรียนเอกชนมีองค์ประกอบใดบ้าง และ
3. องค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาดใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน ผู้วิจัยจึงต้องการ

ศึกษาเพื่อให้ได้คำตอบ สามารถนำองค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาด และองค์ประกอบความสำเร็จของโรงเรียนเอกชนที่ได้จากการค้นพบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เกิดประโยชน์แก่ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ให้สามารถดำเนินกิจการเป็นโรงเรียนเอกชนที่มีคุณภาพ ผู้ปกครองพึงพอใจ มีความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างต่อเนื่องซึ่งจะมีผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชนในที่สุด

คำถามการวิจัย

เพื่อให้รองรับและสอดคล้องกับจุดประสงค์ของการศึกษาวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชนมีองค์ประกอบใดบ้าง
2. ความสำเร็จของโรงเรียนเอกชนมีองค์ประกอบใดบ้าง
3. องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดด้านใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

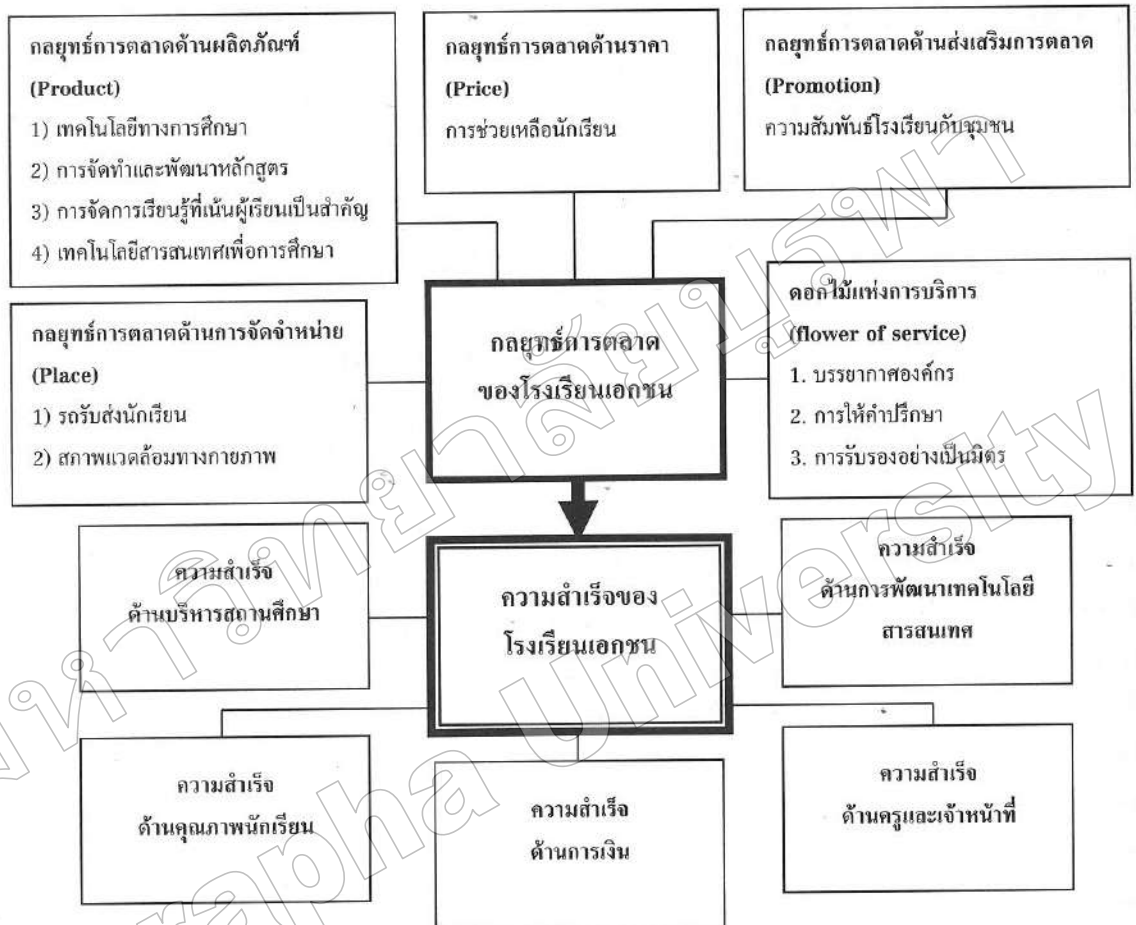
การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน
3. เพื่อศึกษาอำนาจในการทำนายของกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน

สมมติฐานของการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย และเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ ดังนี้ องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดแต่ละด้านสามารถทำนายความสำเร็จของโรงเรียนเอกชนได้

กรอบแนวคิด



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) สามารถนำองค์ประกอบกลยุทธ์การตลาด องค์ประกอบความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน มาวางแผนนโยบายสนับสนุนคุณภาพการจัดการศึกษาเอกชน โดยจัดอบรมให้ความรู้กับผู้บริหารโรงเรียนเอกชน และเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการโรงเรียนเอกชน ให้มีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน สามารถดำเนินธุรกิจการศึกษาให้เกิดผลดี มีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จ ได้ช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐในการให้บริการทางการศึกษา และเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับสังคมได้ไว้วางใจ ให้

ความเชื่อถือ ส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนเอกชน

2. ผู้บริหารจัดการโรงเรียนเอกชน สามารถนำองค์ประกอบกลยุทธ์การตลาด องค์ประกอบความสำเร็จ และองค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการให้เหมาะสมตามศักยภาพความพร้อมของแต่ละองค์กร บริหารจัดการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างต่อเนื่องตามสภาวะแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี ในยุคเศรษฐกิจใหม่

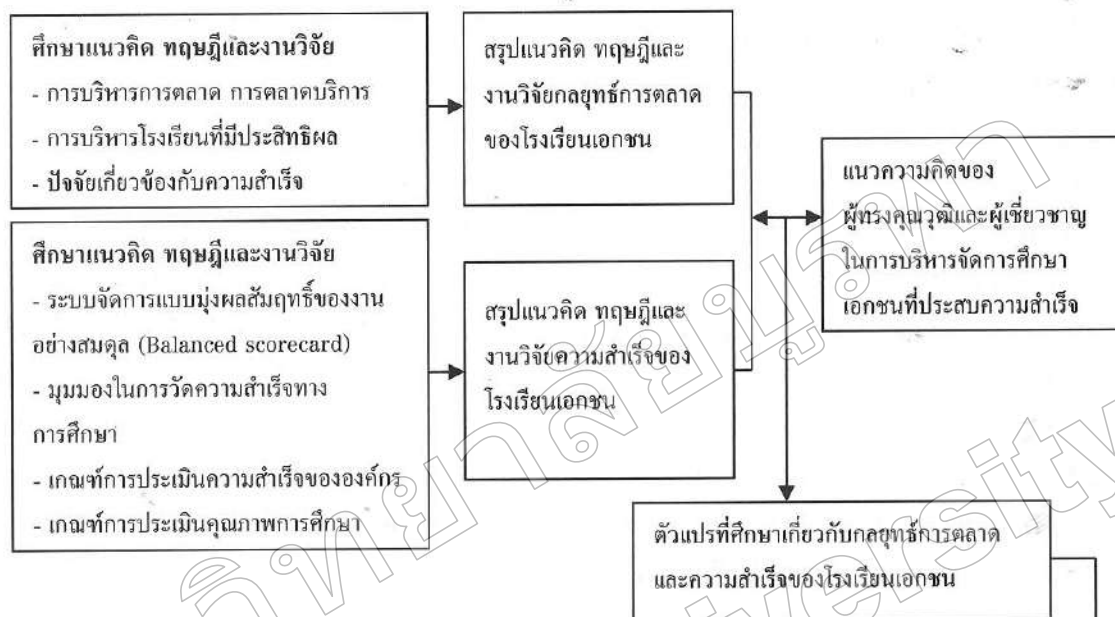
วิธีดำเนินการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยดำเนินการเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้จึงได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยได้สองขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่หนึ่ง การศึกษาวิเคราะห์และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยของการบริหารการตลาด การตลาดบริการ การบริหารโรงเรียนที่มีประสิทธิผล ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ สรุปได้เป็นแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดและความสำเร็จ ของโรงเรียนเอกชนสังเคราะห์ร่วมกับแนวความคิด ของผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ ได้เป็นตัวแปรที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดและความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน

ขั้นตอนที่สอง การวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาด องค์ประกอบความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน โดยนำตัวแปรที่ได้ศึกษาจากขั้นตอนที่หนึ่ง มาสร้างเป็นแบบสอบถามกลยุทธ์การตลาด และความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน นำไปทดลองใช้เครื่องมือที่มีความเชื่อมั่นสูงไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างข้อมูลที่รวบรวมได้นำไปวิเคราะห์เป็นองค์ประกอบ (factor analysis) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ออกมาเป็นองค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดองค์ประกอบความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน และวิเคราะห์ตัดดอยแบบพหุคูณ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ออกมาเป็นองค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชนดังแสดงขั้นตอนการศึกษาวิจัยในแผนภูมิดังนี้

ตอนที่หนึ่ง การศึกษาวิเคราะห์และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย



ตอนที่สอง การวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาด องค์ประกอบความสำเเร็จของโรงเรียนเอกชน



แผนภูมิ : ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้มีดังนี้

ขั้นตอนที่หนึ่งการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้อำนวยการระดับประถมศึกษา 8 คน และระดับมัธยมศึกษา 7 คน เป็นการเลือกแบบเจาะจง และเป็นโรงเรียนที่ได้ผ่านการประเมินคุณภาพภายนอก จากสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษาในรอบแรก (พ.ศ.2544-2548) ในทุกเกณฑ์มาตรฐานได้ระดับดี

ขั้นตอนที่สอง การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ในการใช้กลยุทธ์การตลาดและความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับ ผู้อำนวยการของโรงเรียนเอกชน ในเขตตรวจราชการกระทรวงศึกษาธิการเขต 4,5,6,7 และ 8 มีประชากรเป็นโรงเรียนเอกชน 427 โรงเรียน ทำการสุ่มแบบแบ่งชั้น (stratilied random sampling) ตามสัดส่วนได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 248โรงเรียน เป็นการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่มีความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากการเปิดตารางของ ยามาเน่ (Yamane,อ้างถึงใน พวงรัตน์ ,2531:296) แบ่งเป็นโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษาเปิดสอนชั้น อนุบาล-ประถมศึกษา และมัธยมศึกษา จำนวน 84 โรงเรียน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในแต่ละขั้นตอนรวมทั้งหมดสองประเภทคือ

1. แบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง (unstructured interview) ใช้เพื่อสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำมาสังเคราะห์กับหลักการแนวคิดทฤษฎีเพื่อให้ได้กรอบแนวคิด

2. แบบสอบถาม (questionnaires) ใช้สอบถามผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชนกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์การตลาดและความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน แบบสอบถามแบ่งออกเป็นสองตอนคือ ตอนที่หนึ่งเป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตัวเลือกที่กำหนดไว้ให้เป็นตัวเลือก (force choice) จำนวน 5 ข้อ ตอนที่สอง เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน จำนวน 95 ข้อ ตอนที่สาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน จำนวน 35 ข้อ โดยจำแนกตามข้อคำถามของตัวแปรย่อย ซึ่งถือเป็นแบบสอบถามชนิดที่จัดอันดับคุณภาพได้ ห้าอันดับของลิเคอร์ท (Rinsis Likert,1970:78) ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา ตามวิธีการของ ครอนบาค (Alpha Cronbach Coefficient) (J.Lee Cronbach,1974:161) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่ามีความน่าเชื่อถือ .947

ผลการวิจัย

1. กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน พบว่ามี 11 องค์ประกอบ ซึ่งสามารถแยกเป็นส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้

1.1 กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ประกอบด้วยองค์ประกอบ

1.1.1 เทคโนโลยีทางการศึกษา ได้แก่ (1) เทคโนโลยีทางการศึกษา (2) ใช้อินเทอร์เน็ตในลักษณะของการเรียนการสอนผ่านเว็บ (3) จัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (4) จัดการเรียนการสอนโดยใช้เทคโนโลยีหลายรูปแบบ (5) เนื้อหาการเรียนการสอนผ่านเว็บปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยเป็นปัจจุบัน (6) เข้าร่วมโครงการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตการศึกษา (7) จัดการเรียนการสอนแบบศูนย์การศึกษา (8) ดาวเทียมเป็นเทคโนโลยี

พื้นฐานในการจัดการศึกษา และ (9) ใช้โปรแกรมต่างๆ นำเสนองาน

1.1.2 การจัดทำและพัฒนาหลักสูตร ได้แก่ (1) การจัดทำหลักสูตรคำนึงถึงความยืดหยุ่นในการปฏิบัติ (2) การจัดทำหลักสูตรให้ผู้เรียนมีความพร้อมสำหรับการดำรงชีวิต (3) การจัดทำหลักสูตรพิจารณาถึงปัจจัยและองค์ประกอบรอบด้าน (4) หลักสูตรมีความหลากหลาย เหมาะสมกับผู้เรียนที่มีความแตกต่าง (5) การพัฒนาหลักสูตร ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาช่วยสอน (6) การพัฒนาหลักสูตร ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาช่วยสอน (7) สิ่งที่กำหนดในหลักสูตร เตรียมความพร้อมในโลกที่ไร้พรมแดน (8) สิ่งที่กำหนดในหลักสูตร เตรียมผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบ (9) บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนาผู้เรียนสู่เป้าหมายที่กำหนด

1.1.3 การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้แก่ (1) ครูให้ความสำคัญในการเตรียมการสอน (2) การจัดการเรียนรู้สามารถพัฒนาผู้เรียน "เก่งคู่คุณธรรม" (3) การจัดการเรียนรู้มีระบบช่วยเหลือเด็กที่มีผลสัมฤทธิ์ต่ำ (4) การจัดการเรียนรู้ให้เด็กสามารถเลือกตามแผนที่เด็กสนใจ (5) ครูสามารถทำให้ผู้เรียนเชื่อมโยงความรู้จากแหล่งที่ค้นคว้ากับการเรียนรู้ในโรงเรียนได้

1.1.4 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ได้แก่ (1) โรงเรียนนำนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการศึกษา (2) โรงเรียนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการพัฒนาองค์ความรู้

(3) โรงเรียนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือระหว่างผู้เรียนและผู้สอน

1.2 กลยุทธ์การตลาดด้านราคา (Price) ประกอบด้วย องค์ประกอบความช่วยเหลือนักเรียน ได้แก่ (1) ผู้บริหารมีนโยบายช่วยเหลือโดยลดค่าธรรมเนียมการเรียนแก่นักเรียน (2) ผู้บริหารมีส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนแก่เด็กนักเรียนพี่น้อง 3-4 คนอยู่ในโรงเรียน

(3) ผู้บริหารมีนโยบายลดค่าธรรมเนียมการเรียนในกรณีครอบครัวประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ (4) โรงเรียนมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนเป็นส่วยยกเว้นค่าธรรมเนียมการเรียน (5) โรงเรียนมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนเป็นเงินทุนช่วยเหลือเด็ก (6) พิจารณามอบทุนการศึกษาโดยพิจารณาในภาพรวมควบคู่กัน

1.3 กลยุทธ์การตลาดด้านการจัดจำหน่าย (Place) ประกอบด้วยองค์ประกอบ

1.3.1 รถรับส่งนักเรียน ได้แก่ (1) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่กรมการขนส่งจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแก่พนักงานขับรถ (2) รถโรงเรียนได้รับการตรวจสอบให้ได้มาตรฐานของกรมการขนส่งทางบก (3) จัดบริการรถโรงเรียนและรถเอกชนรับ-ส่งเพียงพอกับความต้องการ (4) จัดอบรมการใช้บริการรถโรงเรียนและรถเอกชนให้กับนักเรียน

1.3.2 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ (1) การจัดสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนเป็นธรรมชาติร่มรื่น สวยงาม สะอาด (2) อาคารเรียนอาคารประกอบแข็งแรง สะอาด สวยงามเป็นระเบียบ (3) ทุกอาคารเรียนและอาคารประกอบติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัย

1.4 กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบด้วยองค์ประกอบความสัมพันธ์โรงเรียนกับชุมชน ได้แก่ (1) ส่งนักเรียนและบุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน (2) ให้ความอนุเคราะห์ใช้สถานที่ หรืออำนวยความสะดวกแก่ชุมชน (3) เชิญชวนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมวันสำคัญต่างๆ ที่โรงเรียนจัด (4) จัดทำสิ่งของที่เป็นสัญลักษณ์โรงเรียนที่หลากหลาย (5) สนับสนุนการจัดกิจกรรมสำหรับเด็กและผู้ปกครองมีกิจกรรมร่วมกัน

1.5 ดอกไม้แห่งการบริการ (flower of service) ประกอบด้วยองค์ประกอบ

1.5.1 บรรยากาศองค์กร ได้แก่ (1) ครูและผู้บริหารให้กำลังใจ สร้างเสริมความภาคภูมิใจแก่

ผู้เรียนทำกิจกรรม (2) ผู้บริหารและครูร่วมวางแผนจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (3) เด็กมีโอกาสสัมผัส ปฏิบัติ ทำงานร่วมกันกับเพื่อนๆ และครู (4) ผู้บริหารและครูสนับสนุนส่งเสริม การจัดการเรียนรู้ อย่างสมดุล (5) จัดสภาพแวดล้อมและแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการปฏิรูปการเรียนรู้ (6) บุคลากรมีโอกาสเข้าร่วมงานวิชาการต่างๆ

1.5.2 การให้คำปรึกษา ได้แก่ (1) จัดบุคลากรอำนวยความสะดวกแก่นักเรียนมีโอกาสสมัครทดสอบความรู้ (2) บริการนักเรียนและผู้ปกครองร่วมทำกิจกรรมทั้งในและนอกสถานศึกษา (3) จัดบุคลากรให้คำแนะนำ ปรึกษาในเรื่องการเรียนรู้ และจิตวิทยาแก่ผู้เรียนและผู้ปกครอง

1.5.3 การรับรองอย่างเป็นทางการ ได้แก่ (1) บรรยากาศในห้องพักรับรอง สบายงาม สะอาด เป็นระเบียบ (2) ห้องพักรับรองเป็นสัดส่วนเฉพาะ (3) บริการเครื่องดื่ม หนังสือ วารสารโรงเรียนฯลฯ

2. ความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน มี 5 องค์ประกอบดังนี้

2.1 ด้านบริหารสถานศึกษา ได้แก่ (1) มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์กับชุมชน (2) มีการปรับเปลี่ยนกิจกรรมการเรียนการสอนตามแนวปฏิรูปการเรียนรู้ (3) พัฒนาการใช้สื่อในการจัดประสบการณ์ที่หลากหลาย (4) จัดสภาพแวดล้อมและการบริการให้ผู้เรียนพัฒนาตามธรรมชาติเต็มศักยภาพ (5) มีการทำงานเป็นทีมด้วยความยินยอมพร้อมใจ (6) เรียนรู้ร่วมกันในกระบวนการแก้ปัญหาของท้องถิ่น (7) มีหลักสูตรสถานศึกษาที่สอดคล้องกับเป้าหมายการศึกษาและความต้องการของผู้เรียนและท้องถิ่น (8) การบริหารจัดการโรงเรียนยึดหลักการกระจายอำนาจ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

2.2 ด้านคุณภาพนักเรียน ได้แก่ (1) ผู้เรียนมีความคิดรวบยอด มีจินตนาการและคิดสร้างสรรค์ (2) ผู้เรียนดูแลสุขภาพอนามัยให้มีความปลอดภัยร้ายแรง (3) ผู้เรียนมีคุณธรรม จริยธรรมมีมารยาทตามแบบไทย (4) ผู้เรียนมีความสามารถคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ (5) ผู้เรียนมีความรู้และทักษะตามหลักสูตรสอดคล้องกับมาตรฐานและตัวบ่งชี้ (6) ผู้เรียนมีทักษะในการทำงานสามารถทำงานกับผู้อื่นอย่างมีความสุข (7) ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง

2.3 ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ (1) มีการพัฒนาการเรียนรู้ผ่านสื่อเทคโนโลยี (2) ได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ (3) สนับสนุนส่งเสริมการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองจากเครือข่ายการสื่อสารในรูป E-learning (4) ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ

2.4 ด้านครูและเจ้าหน้าที่ ได้แก่ (1) ครูและเจ้าหน้าที่สามารถพัฒนาความรู้ความสามารถ (2) ครูและเจ้าหน้าที่สามารถพัฒนาวิธีการปฏิบัติงาน (3) โรงเรียนมีจำนวนครูและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ (4) ครูและเจ้าหน้าที่สามารถจัดการเรียนการสอนผู้เรียนเป็นสำคัญ (5) ครูและเจ้าหน้าที่เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้

2.5 ด้านการเงิน ได้แก่ (1) ไม่ติดขัดในการเบิกจ่ายเงินในการดำเนินการ (2) โรงเรียนไม่เป็นหนี้เงินเดือนครูเพิ่มขึ้นทุกปี (3) มีเงินเพียงพอ ระบบการเงินมีความชัดเจนโปร่งใสตรวจสอบได้ (4) ความเจริญเติบโตทางวัตถุ พัฒนาด้านอาคารสถานที่

3. องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในภาพรวมของโรงเรียนเอกชนได้แก่

3.1 รับผิดชอบต่อสังคม

3.2 ความสัมพันธ์ของโรงเรียนกับชุมชน

3.3 การจัดทำและพัฒนาหลักสูตร

3.4 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

อภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้มีข้อค้นพบที่สามารถนำมาอภิปรายผล ให้สอดคล้องกับจุดประสงค์ของการวิจัยคือ 1. กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน 2. ความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน และ 3. กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน ซึ่งรายละเอียดของแต่ละหัวข้อมีดังนี้

1. กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน มี 11 องค์ประกอบ

1.1 เทคโนโลยีทางการศึกษา มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อกระบวนการพัฒนาการศึกษา ในสภาพการณ์ปัจจุบัน มีความพยายามนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในโรงเรียนเอกชน ให้มีบทบาทในการเรียนการสอนมากขึ้น ทำให้การเรียนการสอนน่าสนใจ สามารถเรียนรู้ได้มากโดยใช้เวลาน้อย มีความสัมพันธ์กับการปฏิรูปการสอน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดลักษณะการเรียนการสอนที่เน้นการศึกษาด้วยตนเองมากขึ้น เป็นการเรียนรู้ที่เป็นอิสระโดยอาศัยเครื่องมือและอุปกรณ์ แนวทางการถ่ายทอดความรู้เปลี่ยนไป รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบเดิมจะเปลี่ยนแปลงไป ครูจะทำหน้าที่ในการกระตุ้นและส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นผู้ที่มีความทันสมัยปรับตัวเข้าได้กับสังคมเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เปลี่ยนจากความรู้ที่รับจากครูอย่างเดียวเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากผู้เรียนศึกษาค้นคว้าโดยใช้เทคโนโลยีทางการศึกษาเป็นเครื่องมือ จากกระบวนการทัศน์ใหม่ทางการศึกษาเอกชนนี้ จะทำให้ผู้เรียนเป็นผู้เรียนแบบพึ่งตนเองได้มากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยหลายฉบับที่ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนมีผลต่อบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของบุปผชาติ ทัพพิกรณ์ และคณะ (2546:บทคัดย่อ) พบว่าในสถานศึกษา เทคโนโลยีด้านมัลติมีเดียช่วยในการ

ออกแบบการเรียนการสอนตอบสนองต่อแนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น ทั้งยังส่งผลโดยตรงต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ที่สูงขึ้นได้

1.2 การจัดทำและพัฒนาหลักสูตร เป็นแผนหรือแนวทางของการกำหนดการจัดการทางการศึกษาที่จะพัฒนาให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถ การจัดทำและพัฒนาหลักสูตรของโรงเรียนเอกชนมีลักษณะสอดคล้องกับลักษณะของหลักสูตรที่ดี ซึ่งสันต์ ธรรมบำรุง (2527:57) กล่าวถึงหลักสูตรที่ดี จะต้องมีความคล่องตัว และสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสภาพต่างๆ เป็นอย่างดี เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การศึกษามรรลตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ส่วนแนวคิดของชาญชัย ศรีไสยเพชร (2525:108) กล่าวถึงหลักสูตรที่ดีว่า มีลักษณะที่สอดคล้องกับสภาพความต้องการของบุคคล และสภาพความต้องการของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีความยืดหยุ่นในด้านต่างๆ

1.3 บรรยากาศองค์กร เป็นสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมระหว่างบุคคลกับบุคคล และบุคคลกับสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนได้ให้ความสำคัญกับบรรยากาศโรงเรียน เพราะมีอิทธิพลต่อบุคลากรทุกคนในโรงเรียน ทำให้การปฏิบัติงานของบุคลากรบรรลุจุดหมายตามความต้องการเสริมสร้างความคิด จิตใจ และคุณธรรมที่พึงประสงค์ ฟอกซ์ (Fox,1973:7-9) กล่าวว่าบรรยากาศที่ดีของสถานศึกษา จะทำให้ผลผลิตในการทำงานบรรลุจุดหมายที่สำคัญ เช่นเดียวกับ สเตียร์ (Steers,1988:34) กล่าวว่า บรรยากาศองค์กรนั้นมีผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการทำงาน และมีบทบาทต่อประสิทธิภาพขององค์กร และจากการศึกษาของแม็กคิลล์และคณะ (McDill and Other,1969:207) พบว่าบรรยากาศในสถานศึกษาซึ่งนักเรียนและครูรู้สึกรับรู้ เป็นตัวพยากรณ์สัมฤทธิ์ผลของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ เป็น

พลังที่สามารถทำนายว่ามีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

1.4 ความสัมพันธ์โรงเรียนกับชุมชน โรงเรียนและชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน หวน พินธุพันธ์ (2529:20) มีแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์โรงเรียนกับชุมชนว่าโรงเรียนเป็นของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน โรงเรียนจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างแข็งขันและจริงจัง และชุมชนควรมีส่วนร่วมกำหนดนโยบาย ทิศทางของโรงเรียนในรูปแบบต่างๆ จากการศึกษาของปิลัญ ฎิพิพาคม (2550:139) พบว่าการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนมีความสำคัญต่อประสิทธิผลของสถานศึกษาเอกชน ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทช่วยเหลือในกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน รวมทั้งมีส่วนร่วมประเมินผลการปฏิบัติงานของโรงเรียน ทำให้ชุมชนมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียน และให้การสนับสนุนส่งเสริมการศึกษามากขึ้น

1.5 ารรับส่งนักเรียนเป็นธุรกิจการให้บริการที่สำคัญของโรงเรียนเอกชนในปัจจุบัน เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการบริหารจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งจะทำให้โรงเรียนเอกชนสามารถนำเด็กนักเรียนจากพื้นที่ที่อยู่ห่างจากโรงเรียนทั้งใกล้และไกล ได้มีโอกาสเข้ารับการศึกษาดูตามความพึงพอใจของผู้ปกครอง ช่วยแบ่งเบาภาระสำหรับผู้ปกครองที่มีเวลาน้อยหรือไม่สะดวกในการรับส่งนักเรียน อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัด ยังช่วยลดปัญหามลพิษ สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และลดการใช้พลังงาน

1.6 การช่วยเหลือนักเรียน เป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองในลักษณะ “น้ำพึ่งเรือ เสือพึ่งป่า” การให้ส่วนลดและเงินช่วยเหลือในกรณีประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ หรือในกรณีนักเรียนมีความสามารถพิเศษ เช่น

ด้านกีฬา, ดนตรี มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดี มีความประพฤติดี ผู้ปกครองสามารถยื่นคำร้องเพื่อขอความอนุเคราะห์จากโรงเรียน เพื่อให้คณะกรรมการบริหารสถานศึกษาได้ร่วมกันพิจารณาและลงมติ เพื่อให้ความช่วยเหลือตามความเป็นจริงที่ปรากฏ ความช่วยเหลือของผู้บริหารจะช่วยรักษาลูกค้าไว้ได้ ให้ความสำคัญกับการรักษาลูกค้าเก่า และได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าใหม่ และความพึงพอใจจะช่วยประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญถึงความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนที่มีต่อผู้ปกครองเสมอมา

1.7 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ของนักเรียน เพราะการมีสภาพแวดล้อมที่ดีจะเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของสเต็ดแมนด์ (Stedman, 1987:55) พบว่า สภาพแวดล้อมที่สะอาดเรียบร้อย ปลอดภัย และสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่แสดงถึงความสำเร็จของโรงเรียน สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของแซมมอนด์ ฮิลแมนด์ และมอร์ติมอร์ (Sammond, Hillman and Mortimore, 1995:8) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จ พบว่า สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เป็นระบบระเบียบ ดึงดูดความสนใจต่อการเรียนการสอน เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพของโรงเรียน เช่นเดียวกับผลการศึกษาวิจัยของปิลัญ ฎิพิพาคม (2550:162) ซึ่งพบว่า บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญกับประสิทธิผลของโรงเรียน และจากการศึกษาของนวลอนงค์ นวลเขียว (บทคัดย่อ) พบว่าเหตุผลสำคัญในการเลือกโรงเรียนให้บุตรหลานเข้าเรียนของผู้ปกครองคือ มีอาคาร สถานที่ และสิ่งแวดล้อมร่มรื่น สะอาด สวยงาม และมีความปลอดภัย จัดสภาพแวดล้อมได้อบอุ่นใจ ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียนเอกชนจึงได้ให้ความสำคัญ และสนับสนุนการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่หล่อหลอมความพร้อมอย่างสมดุล

1.8 การให้คำปรึกษา เป็นกลยุทธ์หนึ่งของการให้ความสำคัญในแนวความคิดที่ผู้เรียนหรือลูกคำเป็นสำคัญ ผู้บริหารและครูจะมีบทบาทเสริมแรงในกิจกรรมต่างๆ ให้ค้นพบคำตอบและแก้ปัญหาด้วยตนเอง ให้ผู้เรียนได้คิดเอง ทำเอง ปฏิบัติเอง และสร้างความรู้ด้วยตนเอง จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย จัดบรรยากาศให้เอื้อต่อการเรียนรู้ และช่วยชี้แนะแนวทางการแสวงหาความรู้ เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองและชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มีเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือครูในการดูแลช่วยเหลือเด็กและผู้ปกครองด้วยกัน เพื่อมุ่งประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เรียนให้ได้รับการพัฒนาเต็มศักยภาพ

1.9 การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนได้ยึดหลักผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด การจัดการเรียนการสอนได้คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ครูเป็นกัลยาณมิตร คือเพื่อนที่ดี มีเมตตา ให้ความรักความอบอุ่นแก่ผู้เรียน จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความสนใจและความสามารถของผู้เรียน มีส่วนร่วมในการปฏิบัติจริง ได้พัฒนากระบวนการคิดวิเคราะห์ ศึกษาค้นคว้า ทดลอง และแสวงหาความรู้ด้วยตนเองตามความถนัด ความสนใจ ด้วยวิธีการ กระบวนการ ใช้แหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งในและนอกห้องเรียน สอดคล้องกับวิชชีณวงศ์ (2544:31-41) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญที่สุด จะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนได้สัมผัส สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ทั้งที่เป็นมนุษย์ ธรรมชาติ และเทคโนโลยีทั้งในและนอกห้องเรียน

1.10 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการ ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนได้ให้ความสำคัญโดยการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการศึกษา ในการพัฒนาองค์ความรู้ และเป็นเครื่องมือระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน ในสถานศึกษา

เอกชนส่วนมากมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถนำมาสนับสนุนการปฏิรูปการศึกษา เพื่อการวางแผนการบริหารจัดการในภาระงานต่างๆ

1.11 การรับรองอย่างเป็นมิตร เปรียบเหมือนกลีบดอกไม้ที่ห่อหุ้มอยู่รอบๆ เกสรดอกไม้ ซึ่งเกสรดอกไม้ในทางธุรกิจคือ ผลิตภัณฑ์หลัก เราเรียกว่าดอกไม้แห่งการบริการ สำหรับองค์กรธุรกิจบริการที่มีการออกแบบระบบการให้บริการเป็นอย่างไรดี เปรียบเสมือนดอกไม้ที่มีกลีบและเกสรที่สวยงาม สีสันสดใส ดึงดูดใจ หมู่มวลง ภู่ ผึ้ง ภูญแจสำคัญที่โรงเรียนเอกชนได้จากแนวความคิดดอกไม้แห่งการบริการคือ การจัดบรรยากาศในห้องรับรองสะอาดสวยงาม เป็นระเบียบ เป็นสัดส่วน เฉพาะ ภายในห้องรับรองมีบริการโทรทัศน์ เครื่องดื่ม หนังสือ นิตยสารต่างๆ ห้องน้ำสะอาดและเป็นสัดส่วน เฉพาะ การรับรองอย่างเป็นมิตรจะทำให้ผู้ปกครองรู้สึกถึงการได้รับการต้อนรับที่อบอุ่น ให้เกียรติ ให้ความสำคัญ ซึ่งจะทำให้เกิดความชื่นชมยินดี ซึ่งโรงเรียนเอกชนถือหลักความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายสูงสุดของการให้บริการ เลิฟล็อก (Lovelock, 2005:35) ได้กล่าวไว้ว่า ผลประโยชน์ที่ลูกค้าควรจะได้รับนั่นคือผลิตภัณฑ์หลัก บริการเสริม ระดับความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพ บริการและการเข้าถึงบริการของลูกค้า ซึ่งต้นทุนที่ลูกค้าต้องเสียเพื่อให้ได้ประโยชน์ตามที่ต้องการนั่นคือทุนที่เป็นตัวเงิน เวลา แรงกาย จิตใจ และความรู้สึก

2. องค์ประกอบความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน

2.1 ความสำเร็จด้านบริหารสถานศึกษา ได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้นเพราะได้ปรับปรุงประสิทธิภาพมาตรฐานการเรียนการสอนในทุก ๆ ด้าน เข้าสู่กระบวนการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน และได้รับการประกันคุณภาพภายนอก เพื่อความมั่นใจแก่ผู้เรียนและสังคมว่า โรงเรียนเอกชนสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ ผู้สำเร็จการศึกษามีความรู้ความสามารถ มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามหลักสูตรที่

กำหนดและสังคมต้องการ จากการรายงานผลการประเมินการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของโรงเรียนเอกชนของ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาสำหรับผู้บริหาร พบว่า การบริหารจัดการและการประกันคุณภาพการศึกษามีประสิทธิภาพในรูปแบบ PDCA (Plan-Do-Check-Action) เน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ผู้บริหารมีภาวะผู้นำ มีความสามารถในการจัดการ มีการจัดองค์กรและโครงสร้าง รวมไปถึงบริหารงานเป็นระบบครบวงจร เน้นการบรรลุเป้าหมายเป็นสำคัญ ร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาการศึกษา จัดทำหลักสูตรที่เหมาะสมกับผู้เรียนและท้องถิ่น มีสื่อการเรียนการสอนที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ครูได้รับการพัฒนาสมรรถภาพและคุณลักษณะอยู่ในเกณฑ์ระดับดี การจัดการเรียนรู้ของครูมีโครงสร้างที่ทำให้นักเรียนเกิดทักษะทางพุทธวิสัย (สติปัญญา) จิตพิสัย (อารมณ์ จิตใจ และสังคม) และทักษะพิสัย (ร่างกาย)

2.2 ความสำเร็จด้านคุณภาพนักเรียน จากรายงานผลการประเมินการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนของสำนักเลขาธิการสภาการศึกษาพบว่า ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถและคุณลักษณะเพิ่มขึ้น ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นมากขึ้น รวมไปถึงพึ่งพาตัวเองได้ และมีความเข้าใจตนเองมากขึ้น คุณภาพของผู้เรียนของนักเรียนโรงเรียนเอกชนมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยประเทศ และคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนโรงเรียนรัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากผลการวิจัยของสมจิตร อุดม (2547:206) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารโรงเรียนเอกชน พบว่า ความสำเร็จด้านการพัฒนาคุณภาพนักเรียน เป็นผลมาจากการพัฒนาโรงเรียนสู่ยุคการแข่งขัน สร้างความเป็นเลิศทางวิชาการ มาตรฐานการบริหารจัดการ สอนตามความแตกต่างระหว่างผู้เรียน โรงเรียนมีความพร้อมในการเปิดบริการเครือข่ายข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต เน้นความรู้ความสามารถของผู้เรียนตามความสนใจ ต้องการและถนัด ทักษะปฏิบัติควบคู่กับทฤษฎี และ

สร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ทางสังคม เน้นกิจกรรมพิเศษ พัฒนาบุคลิกภาพ พัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ให้ผู้เรียนเลือกเรียนตามความสนใจ ให้ผู้ปกครองมีความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของชีวิตนักเรียน มุ่งเน้นให้นักเรียนมีความรู้ ความสามารถในการด้านความรู้ และทักษะชีวิต เป็นคนดี เก่ง และมีคุณธรรม

2.3 ความสำเร็จด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อการพัฒนาการศึกษา การดำเนินชีวิตประจำวัน และการดำเนินการธุรกิจ การศึกษาว่า เทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยในการค้นคว้า ข้อมูลทางด้านการศึกษาง่ายขึ้น และกว้างไกลไร้ขีดจำกัด การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเรียนการสอนจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนต้องให้ความสำคัญและดำเนินการอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผล โดยเริ่มจากการกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุน และจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ควบคู่ไปกับการจัดการเรียนการสอน พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถใช้งานในสถานศึกษาได้อย่างเหมาะสม เพียงพอ และมีคุณภาพ พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และส่งเสริมให้ครูและเจ้าหน้าที่เข้าร่วมการสัมมนา/ฝึกอบรมให้ใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการเรียนการสอน

2.4 ความสำเร็จด้านครูและเจ้าหน้าที่ จากการประเมินภายนอกและจากการรายงานผลการประเมินการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของโรงเรียนเอกชนสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา พบว่าจากการประเมินภายนอกจากสำนักงานรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษา (สมศ.) และจากรายงานผลการประเมินการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของโรงเรียนเอกชน สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาพบว่า ครูโรงเรียนเอกชนในภาพรวมมีสมรรถภาพและคุณลักษณะอยู่ในเกณฑ์ดี และเมื่อพิจารณาสมรรถภาพและคุณลักษณะ

ของครูในรายละเอียดจัดอยู่ในเกณฑ์ดี ได้แก่ วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษา วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จัดทำแผนและกระบวนการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สามารถประเมินผลการเรียนในสภาพจริง สามารถจัดการเรียนการสอนตามแผนในกรณีจำนวนผู้เรียนมากกว่าเกณฑ์ได้ มีเจตคติที่ดีต่ออาชีพ ควบคุมอารมณ์ได้ดี เป็นแบบอย่างที่ดีในด้านความประพฤติและบุคลิกภาพ รักและเอื้ออาทรผู้เรียน ในส่วนของการศึกษาลักษณะการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของครูโรงเรียนเอกชนพบว่า อยู่ในเกณฑ์ระดับดี ได้แก่ มีกิจกรรมหลากหลาย และเหมาะสมกับวัยของผู้เรียน ส่งเสริมผู้เรียนให้มีความสามารถทำงานและรับผิดชอบร่วมกัน ปลูกฝังความรักสถาบัน

2.5 ความสำเร็จด้านการเงิน เป็นเพราะว่าผู้บริหารโรงเรียนเอกชนสามารถจัดการองค์กรให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ใช้หลักวิชาทางเศรษฐศาสตร์มาปรับใช้ในการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม คำนี้ถึงการจัดสรรทรัพยากรอันมีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด จากหลักการทางเศรษฐศาสตร์ที่ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนนำมาเป็นแนวทางการบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าทั้งผู้ปกครองและฝ่ายโรงเรียน เพราะต้นทุนการผลิต (explicit cost) ซึ่งก็คือค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงินจริง ๆ แล้วยังได้รวมเอาต้นทุนที่ไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ต้นทุนโดยปริยาย” (implicit cost) เป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จด้านการเงินของโรงเรียนเอกชนในระยะยาว หากต้นทุนการผลิตต่ำ ผลตอบแทนหรือกำไรก็มาก การประหยัดเพื่อลดต้นทุนการผลิตจึงเป็นแนวทางที่ใช้หลักการหรือหลักทางเศรษฐศาสตร์มาปรับใช้ในการบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุดในลักษณะที่โรงเรียนเป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิต อีกประการหนึ่งที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จด้านการเงินของโรงเรียนเอกชน คือ ประสิทธิภาพพอเพียง หลักคิดและหลักปฏิบัติในการดำเนิน

กิจการเพื่อนำไปสู่ความพอเพียง ดำรงอยู่ และปฏิบัติตนในสังคมไทยให้มีความก้าวหน้าไปพร้อมกับความสมดุลและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสามารถอยู่รอดได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ปรับตัวและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงได้

3. องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จโดยภาพรวมของโรงเรียนเอกชน

3.1 รดรับส่งนักเรียน เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จโดยภาพรวมของโรงเรียนเอกชน เป็นเพราะว่า รดรับส่งนักเรียนนั้น 1) สามารถตอบสนองความต้องการ และสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจกับผู้ปกครองที่จำเป็นต้องใช้บริการรดรับส่งนักเรียน 2) เป็นรายได้ของทางโรงเรียนและผู้ประกอบการเอกชนที่เป็นผู้ให้บริการ 3) สามารถช่วยเพิ่มจำนวนรายหัวเด็กนักเรียน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับเงินอุดหนุนรายหัวนักเรียนที่รัฐสนับสนุน และ 4) สามารถเพิ่มรายได้เงินค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าธรรมเนียมอื่นๆเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา จากผลการศึกษาวิจัยของมนต์ชิตา บุญผาคำ (2544:121) พบว่า รดรับส่งนักเรียนเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกลยุทธ์การตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนำเด็กเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชน และสอดคล้องกับการให้บริการรดรับส่งนักเรียนในโรงเรียนเอกชนหลายๆแห่ง ที่ผู้บริหารยืนยันว่า รดรับส่งนักเรียนเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน

3.2 การจัดทำและพัฒนาหลักสูตร เป็นอีกองค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน เพราะการจัดทำและพัฒนาหลักสูตรของโรงเรียนเอกชนนั้น สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีทางปัญญาของโฮเวิร์ด การ์ดเนอร์ (Gardner, Howard, 1994:240) คือ 1) จัดการศึกษาที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน 2) เปิดโอกาสให้

ผู้ปกครอง ชุมชน มีส่วนร่วม 3) ผู้เรียนสามารถนำความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์ต่างๆ แก้ปัญหาในชีวิตจริง ได้ 4) เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้พัฒนาจุดเด่นตามศักยภาพ ของแต่ละบุคคล และ 5) ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยง ความรู้ความสามารถไปใช้กับชีวิตจริงได้ จากรายงานผล การประเมินการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน ของโรงเรียนเอกชนของ สำนักงานเลขาธิการสภา การศึกษา พบว่า โรงเรียนเอกชนมีการจัดทำหลักสูตร เหมาะสมกับผู้เรียนและท้องถิ่น สอดคล้องกับคำยืนยัน ของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนว่า การจัดทำและพัฒนา หลักสูตรมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน

3.3 ความสัมพันธ์โรงเรียนกับชุมชน เป็นอีก องค์ประกอบหนึ่งของกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อ ความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน เพราะผู้บริหารโรงเรียน เอกชนได้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ต้องการให้ชุมชนมีความเข้าใจ ถึงความสำคัญของการจัดการศึกษา และเกิดความรู้สึก ว่ามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ความสัมพันธ์โรงเรียน กับชุมชนยังเป็นสิ่งที่ทำให้โรงเรียนได้ตอบสนอง ความต้องการของชุมชนและมีส่วนช่วยในการพัฒนา ชุมชน ประสานหรือสร้างประโยชน์ร่วมกัน ให้ทุกอย่าง มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน และทำงานร่วมกันได้อย่างดี การสร้างความสัมพันธ์โรงเรียนกับชุมชนจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนได้ปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานโรงเรียนที่สมบูรณ์แบบของ อารุง จันทวานิชและคณะ (2547:78) ที่กล่าวว่า โรงเรียน ที่สมบูรณ์แบบนั้น องค์ประกอบหนึ่งต้องเป็นโรงเรียนที่ ชุมชนชื่นชอบ เป็นแบบอย่าง และให้ความช่วยเหลือแก่ ชุมชนและโรงเรียนอื่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขุม กิจสงวน (2547:32) พบว่า ภาวะผู้นำผู้บริหาร งานสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนเอกชนในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนแสดง ภาวะผู้นำ เป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงาน ผู้ปกครองและ

คนในชุมชน ผู้บริหารมีพลังจูงใจในการทำงานเพื่อองค์กร ท้องถิ่น โดยการส่งเสริม สนับสนุน ทำทนาย ให้คำปรึกษา เอาใจใส่และมีการสื่อสารที่ดี สอดคล้องกับการปฏิบัติ งานในหน้าที่ของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนได้ยืนยันว่า ได้ปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษา แห่งชาติ พ.ศ.2542 เพื่อให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการ จัดการศึกษา ดังนั้นความสัมพันธ์โรงเรียนกับชุมชนจึง เป็นองค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความ สำเร็จของโรงเรียนเอกชน

3.4 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นอีก องค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียน เอกชน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ ของนักเรียนตามสภาพจริง คือสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ ภายในโรงเรียน การที่โรงเรียนที่มีสภาพแวดล้อมที่มี ความเหมาะสมในลักษณะอาคารมีการตกแต่งภายนอก โดยการใช้สีสนิมมาเสริมให้ดูมีชีวิตชีวา การวางผัง มีความสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่ มีความเหมาะสม ทั้งทางด้านความสามารถในการระบายความร้อน และอากาศ ปลูกต้นไม้ช่วยบดบังปริมาณแสงแดด สร้างความสดชื่นให้แก่แก่นักเรียนดังที่นักการศึกษา หลายๆ ท่านที่ได้ทำการศึกษาถึงความสำเร็จของ โรงเรียนเอกชนที่เกี่ยวข้องเนื่องถึงประสิทธิผลของโรงเรียน เช่น งานวิจัยของสเต็ดแมน (Stedman,1987:55) เอ็ดมอนด์ (Edmonds,1979:241) และแซมมอนด์ ฮิลแมนด์ และมอร์ติเมอร์ (Sammonds, Hillman and Mortimore,1995:8) พบว่าการมีสภาพแวดล้อมที่เป็นระบบระเบียบ เอื้อต่อการเรียนรู้ สะอาด เรียบร้อย ปลอดภัย สามารถดึงดูดความสนใจต่อการเรียนการสอน เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพ หรือความสำเร็จของโรงเรียน สอดคล้องกับอารุง จันทวานิช ได้ศึกษาประสิทธิผลของโรงเรียนและสรุป ลักษณะของการบริหารโรงเรียนที่มีประสิทธิผลว่า การ จัดสภาพแวดล้อมที่เป็นระเบียบ ปลอดภัย สนับสนุนการ

เรียนรู้ของนักเรียน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไปในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน วางนโยบายสนับสนุนส่งเสริมคุณภาพการจัดการศึกษาเอกชน โดยจัดอบรมให้ความรู้กับผู้บริหารโรงเรียนเอกชนเกี่ยวกับสปีดอีโงคค์ประกอบกลยุทธ์การตลาด และหำองคค์ประกอบความสำเร็จ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้น สร้างความมั่นใจกับผู้รับบริการ ชุมชน องค์กรต่างๆ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประจักษ์ว่า โรงเรียนเอกชนมีแนวทางการพัฒนาการศึกษาที่ชัดเจนและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ และสอดคล้องกับแผนการศึกษาของชาติ

1.2 ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน จะต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาด สปีดอีโงคค์ประกอบและความสำเร็จหำองคค์ประกอบ และองคค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชนมาให้เป็นกลยุทธ์ในการจัดการศึกษาที่มุ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ปกครอง ชุมชน เป็นสำคัญ อันจะนำมาซึ่งความภักดีของสังคมที่มีต่อโรงเรียนเอกชนในระยะยาวสืบไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษากลยุทธ์การตลาด และความสำเร็จของโรงเรียนเอกชนเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น

2.2 ศึกษารูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนให้ประสบความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). ปันสมองของชาติ : ยุทธศาสตร์ปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: ชัคเชสมิเดีย.
- เกษม วัฒนชัย. (2545). การปฏิรูปการศึกษาไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- โกลบัส คอรัฟ. (2544). การตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ชนะในสหัสวรรษใหม่. แปลโดย รังสรรค์ เลิศในสัตย์. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทยญี่ปุ่น.
- ชาญชัย ศรีไสยเพชร. (2525). หลักสูตรและแบบเรียนประถมศึกษา. กรุงเทพฯ: พัทธอักษร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). การบริหารสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- นวลอนงค์ นวลพิศว. (2537). การศึกษาเหตุผลการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนสายสามัญในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. ภาควิชาการบริหารการศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- พิบูล ทิปะปาล. (2545). หลักการตลาด : ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: โรงเรียนมิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- รับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา, สำนักงาน. (2549). ผลสะท้อนจากการประเมินคุณภาพภายนอกรอบแรก (พ.ศ.2544-2548). กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- มนต์จิรา บุญผาคำ. (2544). กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- เลขาธิการสภาการศึกษา, สำนักงาน กระทรวงศึกษาธิการ. (2544). มาตรฐานการศึกษาเพื่อการประเมินคุณภาพภายนอก: ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาทอง.
- _____. (2547). รายงานผลการประเมินการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของโรงเรียนเอกชน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- วิชาการ, กรม. (2543). แนวทางการบริหารโรงเรียนปฏิรูปการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ
- วิเศษ วิณวงศ์. (2544). ปฏิรูปการเรียนรู้ : ผู้เรียนสำคัญที่สุด. วารสารวิชาการ 4, 2 (กุมภาพันธ์), 31-41.
- สมจิตร อุดม. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษาในภาคใต้. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุฎิบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สันต์ ธรรมบำรุง. (2527). หลักสูตรและการบริหารหลักสูตร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาพัฒนาคำและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศ กรมการฝึกหัดครู.
- หวน พันธุ์พันธ์. (2529). การบริหารโรงเรียนด้านความสัมพันธ์ชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อักษรบัณฑิต.
- อมรวิชัย นาคทรรพ. (2539). ความฝันของแผ่นดิน. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ "การศึกษาไทยในยุคโลกาภิวัตน์".
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2544). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อำรุง จันทวานิช และคณะ. (2546). โรงเรียนสมบูรณ์แบบ. วารสารวิชาการ 6,1 (มกราคม-มีนาคม), 20-26.

- Edmond, Ronald R. (1979). **Effective schools for the Urbanpoor**. Virginia: A Pentice-Hall.
- Fox, Robert S. (1973). **School Climate Improvement: A Challenge to the School Administration**. Colorado: **Phi Delta Kappa**.
- McDill, Edward L, Mary S. McDill, and J. Timothy Sprehe. (1969). **Strategies for success in compensatory education: an appraisal of evaluation research**. Baltimore: John Hopkins
- Sammonds, Peter, Hillman Judi and Mortimore P. (1995). **"Key characteristics of effective schools a review of school effectiveness research"** A report by the institute of education for the office for standards in education.
- Stedman, Lawrence C. (1987). "It's time we change the effective school formula" **Kappan** 69, 3 (1987) : 55.