บทที่ 5

บทสรุปการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

บทสรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ครอบคลุมสาระดังต่อไปนี้คือ วัตถุประสงค์ ระเบียบวิธีการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดโรงเรียนอนุบาลเอกชน
2. ศึกษากลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลให้โรงเรียนอนุบาลเอกชนประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน
3. ศึกษากลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน
4. ศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาจากโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการเปิดสอนระดับอนุบาล มีเวลาเรียนต่อเนื่องกันเป็นเวลา 2 หรือ 3 ปี โดยโรงเรียนเหล่านี้มิได้เปิดสอนในระดับประถมศึกษา และได้รับอนุญาตเป็นโรงเรียนที่ถูกต้องตามระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ และยังเปิดดำเนินกิจการอยู่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 22 แห่ง

ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดด้าน การให้บริการ ราคา ที่ตั้งของโรงเรียน และการส่งเสริมการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์การตลาด สำหรับการจัดการธุรกิจบริการ ในด้านการตลาดภายใน คุณภาพในการให้บริการ และ การทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ได้แก่ ปัญหาด้านการเงิน ปัญหาด้านวัสดุภัณฑ์ ปัญหาด้านบุคลากร และปัญหาด้านที่ตั้งของโรงเรียน

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถามของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC^{+} โดยหาค่าอัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ข้อสรุปที่ได้จะนำไปสู่การนำเสนอรายงานผลการวิจัย ในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงพรรณา

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1. ระยะเวลาที่โรงเรียนอนุบาลก่อตั้ง

ระยะเวลา 35 ปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2500 - 2535 มีโรงเรียนอนุบาลเอกชน 22 แห่ง

2. อายุของเด็กที่โรงเรียนอนุบาลมีบริการรับเลี้ยง

โรงเรียนอนุบาลเอกชนร้อยละ 45.5 มีบริการรับเลี้ยงเด็กอายุระหว่าง 1½ - 2 ปี ส่วนโรงเรียนที่ไม่มีบริการรับเลี้ยงเด็ก อายุต่ำกว่า 3 ปี มีร้อยละ 22.7

3. รูปแบบการก่อตั้งในเริ่มแรกของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

รูปแบบการก่อตั้งในเริ่มแรกเป็นโรงเรียนอนุบาล มีจำนวน 8 แห่ง หรือร้อยละ 36.4 ที่เหลือมีการดำเนินการในรูปอื่นก่อนพัฒนามาเป็นโรงเรียนอนุบาล คือสถานรับเลี้ยงเด็ก และอบรมเด็กอนุบาล ซึ่งมีถึงร้อยละ 40.9 นอกนั้นอยู่ในรูปของสถานรับเลี้ยงเด็ก แต่เพียงอย่างเดียว หรือสถานอบรมเด็กอนุบาลแต่เพียงอย่างเดียว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. จำนวนเด็กนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ร้อยละ 22.7 โรงเรียนอนุบาลเอกชนมีจำนวนนักเรียนอยู่ในระหว่าง 201 - 300 คน รองลงมาร้อยละ 18.2 มีจำนวนนักเรียนอยู่ในช่วงระหว่าง 100 - 200 คน นอกจากนี้โรงเรียนที่มีจำนวนนักเรียนอยู่ในช่วงน้อยกว่า 100 คน ช่วงระหว่าง 301 - 400 คน และช่วงระหว่าง 501 - 600 คน มีจำนวนช่วงละ 3 แห่ง เท่ากัน โดยแต่ละช่วง คิดเป็นร้อยละ 13.6 ส่วนโรงเรียนที่มีนักเรียนอยู่ในช่วงระหว่าง 401 - 500 คน และมากกว่า 600 คนนั้น ในแต่ละช่วง มีเพียงร้อยละ 9.1

5. จำนวนเด็กนักเรียนที่โรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้วางเป้าหมาย

โรงเรียนอนุบาลมีการวางเป้าหมายในการรับนักเรียนอยู่ในระหว่าง 100 - 200 คน ช่วงระหว่าง 201 - 300 คน และช่วงระหว่าง 301 - 400 คน มีจำนวนช่วงละ 5 แห่ง เท่ากัน โดยแต่ละช่วง คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมาร้อยละ 13.6 มีเป้าหมายรับนักเรียนอยู่ในระหว่าง 400 - 500 คน

6. จำนวนครูจำแนกตามวุฒิการศึกษา ของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ร้อยละ 41.7 ของครูโรงเรียนอนุบาลเอกชนมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือวุฒิการศึกษาระดับ ปวส. หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 27.8 ที่เหลือเป็นครูที่มีวุฒิอนุปริญญา ชั้นมัธยมปีที่ 6 และครูที่มีวุฒิสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีเพียง 1 คน เท่านั้น

7. จำนวนพี่เลี้ยงจำแนกตามวุฒิการศึกษา ของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พี่เลี้ยงเด็กส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 73.13 รองลงมาคือวุฒิการศึกษาระดับมัธยมปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 14.18 นอกนั้นเป็นพี่เลี้ยงเด็กที่มีวุฒิการศึกษาระดับ ปวช. และประถมปีที่ 6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทดสอบข้อสมมุติฐาน

สรุปส่วนที่ 2 : การให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดและกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สมมุติฐานข้อที่ 1

H_1 : ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดแตกต่างกัน ในด้านดังต่อไปนี้

1. การให้บริการ
2. ราคา
3. ที่ตั้งของโรงเรียน
4. การส่งเสริมการตลาด

ผลการทดสอบข้อสมมุติฐาน

ยอมรับข้อสมมุติฐานที่ว่า :

ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาด **แตกต่างกัน** ในด้านการให้บริการ ราคา ที่ตั้งของโรงเรียน และการส่งเสริมการตลาด โดยผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ ด้านการให้บริการไว้ดังนี้ คือ มีวัสดุครุภัณฑ์ที่ทันสมัย และเพียงพอกับจำนวนนักเรียน มีการเอาใจใส่ในพัฒนาการของเด็กได้อย่างทั่วถึง มีการจัดหลักสูตรวิชาการที่สอดคล้องกับการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กทางด้านต่างๆ มีการจัดอาคารสถานที่อย่างเป็นระเบียบถูกสุขลักษณะ สะอาด และการให้บริการรถรับ - ส่งเด็กเป็นอย่างดี ส่วนกลยุทธ์ด้านราคา ผู้บริหารได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งเหล่านี้ คือ ความถูกต้องตามกฎระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ การกำหนดราคาอย่างยุติธรรมตามคุณภาพและบริการที่จัดให้แก่เด็ก ความสามารถของผู้ปกครองที่จะจ่ายได้ และให้ความสำคัญ ต่อกลยุทธ์ด้านที่ตั้งของโรงเรียนดังนี้ คือ มีการจราจรไม่ติดขัด มีทางเข้า - ออกสะดวก อยู่ในแหล่งชุมชน และไม่มีโรงเรียนอนุบาลหรือสถานเลี้ยงเด็กอยู่ใกล้ ซึ่งผู้บริหารให้ความสำคัญมากกว่าด้านส่งเสริมการตลาด

สรุป ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดในด้าน การให้บริการ ราคา และที่ตั้งของโรงเรียน มากกว่าการส่งเสริมการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สมมุติฐานข้อที่ 2

H_1 : กลยุทธ์การตลาดด้าน การให้บริการ ราคา ที่ตั้งของโรงเรียน และการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ผลการทดสอบข้อสมมุติฐาน

ยอมรับข้อสมมุติฐานที่ว่า :

กลยุทธ์การตลาดด้าน การให้บริการ ราคา ที่ตั้งของโรงเรียน และการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยกลยุทธ์ด้านบริการนั้น ได้แก่ มีวัสดุครุภัณฑ์ที่ทันสมัยและเพียงพอ มีการเอาใจใส่ในพัฒนาการของเด็กอย่างทั่วถึง มีการจัดหลักสูตรวิชาการที่สอดคล้องกับการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กทางด้านต่างๆ การจัดอาคารสถานที่อย่างถูกสุขลักษณะ และถูกต้องตามระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ ตลอดจนมีให้บริการรถรับ - ส่งเด็ก ส่วนกลยุทธ์ด้านราคาได้คำนึงถึงความถูกต้องตามกฎระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ มีการกำหนดราคาอย่างยุติธรรมตามคุณภาพและบริการที่จัดให้แก่เด็ก เหมาะสมกับความสามารถของผู้ปกครองที่จะจ่ายได้ และต้นทุนในการดำเนินงานของโรงเรียนอนุบาล ส่วนกลยุทธ์ด้านที่ตั้งของโรงเรียน คือ มีการจราจรไม่ติดขัด มีทางเข้า - ออกสะดวก อยู่ในแหล่งชุมชน และไม่มีโรงเรียนอนุบาลหรือสถานเลี้ยงเด็กอยู่ใกล้ สำหรับกลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดนั้นมีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ภายในโรงเรียนและนอกโรงเรียน การเข้าช่วยเหลือชุมชน การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ กลยุทธ์เหล่านี้ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า กลยุทธ์ด้านที่ตั้งของโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชนมากที่สุด ส่วนกลยุทธ์ด้าน ราคา การให้บริการ และ การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน รองลงมาตามลำดับ

สรุป กลยุทธ์การตลาดด้าน การให้บริการ ราคา ที่ตั้งของโรงเรียน และการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยกลยุทธ์ด้าน ที่ตั้งของโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชนมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปส่วนที่ 3 : การให้ความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์การตลาด สำหรับการจัดการธุรกิจบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สมมุติฐานข้อที่ 3

H_1 : ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนให้ความสำคัญ ต่อการวางกลยุทธ์การตลาด สำหรับการจัดการธุรกิจบริการแตกต่างกัน ในด้านดังต่อไปนี้

1. การตลาดภายใน
2. คุณภาพในการให้บริการ
3. การทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน

ผลการทดสอบข้อสมมุติฐาน

ยอมรับข้อสมมุติฐานที่ว่า :

ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์การตลาด สำหรับการจัดการธุรกิจบริการ **แตกต่างกัน** ในด้าน การตลาดภายใน คุณภาพในการให้บริการ และการทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน โดย ให้ความสำคัญ ด้านการตลาดภายใน ดังนี้ คือ มีการเลือกสรรครู - พี่เลี้ยงที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีการฝึกอบรมครู และพี่เลี้ยงในด้านต่างๆ รวมทั้งด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ปกครองกับครูและพี่เลี้ยงอย่างสม่ำเสมอ มีการจูงใจบุคลากรเป็นอย่างดีในการออกความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาการบริการ ส่วนการให้ความสำคัญในด้านคุณภาพในการให้บริการนั้น ได้คำนึงถึง การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ปกครองเด็ก การมีน้ำใจที่ดีต่อเด็กและผู้ปกครอง การสร้างบริการที่ดีให้เป็นที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ และคุณภาพที่ดีในการจัดอนามัยให้กับเด็ก ซึ่งผู้บริหารให้ความสำคัญในเรื่องของการตลาดภายใน และคุณภาพในการให้บริการ มากกว่าด้านการทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน

สรุป ผู้บริหารโรงเรียนให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์สำหรับการจัดการธุรกิจบริการ โดยเน้นด้านการตลาดภายในและด้านคุณภาพในการให้บริการ มากกว่าด้านการทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปส่วนที่ 4 : ปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สมมุติฐานข้อที่ 4

H_1 : ปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน แตกต่างกันในด้านดังต่อไปนี้

1. ด้านการเงิน
2. ด้านบุคลากร
3. ด้านวัสดุครุภัณฑ์
4. ด้านที่ตั้งของโรงเรียน

ผลการทดสอบข้อสมมุติฐาน

ปฏิเสธข้อสมมุติฐานที่ว่า :

ในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีปัญหาด้านการเงินที่มีรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ขาดแคลนเงินทุนในการลงทุน ขาดเงินทุนหมุนเวียน และขอแหล่งสินเชื่อได้ยาก ส่วนด้านบุคลากร ได้แก่ หาคนที่เหมาะสมกับงานได้ยาก มีการเข้า-ออกของบุคลากรบ่อย บุคลากรไม่มีความตั้ง-ใจในการทำงาน ไม่มีคนมาสมัครเข้าทำงาน บุคลากรไม่มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีการเรียกร้องผลประโยชน์มากเกินไป บุคลากรทำผิดวินัย ไม่มีความสามัคคีกัน ไม่มีมนุษย์สัมพันธ์ ไม่ซื่อสัตย์ และขัดแย้งกับเจ้าของโรงเรียน ส่วนด้านวัสดุครุภัณฑ์ คือ อุปกรณ์การเล่น และสื่อการสอน เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคม ไม่เพียงพอและไม่ทันสมัย และด้านที่ตั้งของโรงเรียน ได้แก่ ที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในที่สถานที่ซึ่งไม่เป็นที่สังเกตุได้ชัด มีพื้นที่แคบเกินไปไม่สามารถขยายโรงเรียนได้ มีการจราจรติดขัด มีโรงเรียนอนุบาลอื่นตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ทางเข้า - ออกของโรงเรียนไม่สะดวก ไม่ติดถนนใหญ่และโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชนแออัดเกินไป ซึ่งผู้บริหารมีปัญหาทั้ง 4 ด้าน ในระดับน้อย **ไม่แตกต่างกัน**

สรุป ผู้บริหารโรงเรียนมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชนในระดับน้อย ในด้านการเงิน ด้านบุคลากร ด้านวัสดุครุภัณฑ์ และด้านที่ตั้งของโรงเรียน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การอภิปรายผล

การศึกษาความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลให้โรงเรียนอนุบาลเอกชนประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน และปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน ผู้วิจัยแยกอภิปรายตามสมมุติฐานการวิจัยดังนี้

1. ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อ กลยุทธ์การตลาดด้าน การให้บริการ ราคา ที่ตั้งของโรงเรียน และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน โดยการให้ความสำคัญด้าน การให้บริการ ราคา และที่ตั้งของโรงเรียน จะมีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยของคะแนนการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (ดังแสดงในตารางที่ 17) แต่ทั้ง 4 ด้านก็มิได้มีด้านใดที่ผู้บริหารให้ความสำคัญในระดับน้อยเลย แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลนั้นได้ตระหนักถึงทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (4 P) ของ E. Jerome McCarthy โดยมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงและแก้ไข เพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของผู้ปกครอง ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์ หรือ สำหรับธุรกิจบริการ ก็คือ ด้านการให้บริการนั้น โรงเรียนอนุบาลเอกชนได้ให้ความสำคัญในด้านนี้ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลร่มเย็นและผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลนิมานเด็ก : (2536) ซึ่งกล่าวว่าโรงเรียนอนุบาลเอกชนนั้นจะต้องมีการให้บริการที่ดี เนื่องจากผู้ปกครองเด็กส่วนใหญ่ที่นำบุตรหลานมาเข้าเรียน จะทราบข้อมูลจากการแนะนำของเพื่อนหรือญาติพี่น้องที่มีบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาล และในบทความในหนังสือนิมพ์ผู้จัดการภาคเหนือ : (2535)ที่กล่าวว่า ด้านการให้บริการนั้นเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจในด้านนี้ โดยโรงเรียนอนุบาลจะให้ความสำคัญในเรื่องวัสดุครุภัณฑ์ การเอาใจใส่ในการพัฒนาของเด็ก วิชาการ และ อาคาร สถานที่ ในระดับมาก (ดังแสดงในตารางที่ 13) ในเรื่องของวัสดุครุภัณฑ์ที่ผู้บริหารให้ความสำคัญมาก เพราะว่าวัสดุครุภัณฑ์เหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมในด้านการพัฒนาการของเด็กในทั้ง 4 ด้าน คือทางด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคม ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ พันธนี เจริญสุข: (2528) ว่าโรงเรียนอนุบาลจำเป็นจะต้องมีอุปกรณ์เครื่องเล่นต่าง ๆ อย่างครบถ้วน และเพียงพอ เพื่อให้เด็กได้เล่นหรือฝึกฝนอย่างทั่วถึง ในเรื่องของการเอาใจใส่ในด้านพัฒนาการของเด็ก และวิชาการ ทางโรงเรียนก็ได้ให้ความสำคัญมากเช่นกัน เพราะพ่อแม่ของเด็กส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ จันทนา เตรียมดำรงค์ :(2523) ได้วิจัยพบว่า ผู้ปกครองเด็กส่วนมากต้องการให้เด็กได้พัฒนาการอ่านเขียน และจินตนา หมู่ผึ้ง :(2525) ได้เขียนไว้ว่า พ่อแม่ส่วนมากยังไม่เข้าใจในเรื่องการศึกษาในระดับอนุบาล ส่วนมากมักมุ่งให้เด็กอ่านออกเขียนได้เป็นส่วนใหญ่ฉะนั้นถ้าโรงเรียนใดมีการสอน อ่าน เขียนหนังสือในระดับอนุบาล ก็มักจะเป็นที่นิยมชมชอบของพ่อแม่เป็นอย่างมาก ดังนั้นโรงเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนต่าง ๆ ก็จะให้ความสำคัญในด้านนี้ด้วยเพื่อจะตอบสนองความต้องการของพ่อแม่เด็ก แต่ทางผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลก็มิได้ละเลยในการส่งเสริมพัฒนาการด้านต่าง ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ของเด็ก ดังจะเห็นได้จากการเอาใจใส่ในการด้านพัฒนาการของเด็กในด้านต่าง ๆ และการให้ความสำคัญในวัสดุครุภัณฑ์ ส่วนในเรื่อง อาคาร สถานที่ นั้นทางโรงเรียนก็ได้ให้ความสำคัญมากเช่นกัน เพราะอาคาร สถานที่ ของโรงเรียน เป็นจุดหนึ่งที่ช่วยในการโฆษณาโรงเรียนด้วยเช่นกัน ผู้จัดการภาคเหนือ : (2535) ได้กล่าวถึงโรงเรียนอนุบาลมีการปรับกลยุทธ์ของกิจการตนเอง เพื่อดึงดูดใจผู้ปกครองนำเด็กเข้าเรียนในโรงเรียนของตน โดยเน้นสถานที่และบุคลากร ดังนั้นโรงเรียนอนุบาลเอกชนแต่ละแห่งจึงได้มีการจัดอาคารสถานที่ อย่างสวยงาม

ด้านราคานั้น ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนมีการกำหนดราคา ค่าเล่าเรียน ค่าอาหารและค่าบริการต่าง ๆ อย่างสมเหตุสมผล โดยให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ในระดับมาก ไม่ว่าในด้านต้นทุนการดำเนินงาน คู่แข่งขัน กฎระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ ฐานะของผู้ปกครองเด็ก ลักษณะการจัดเก็บ ตลอดจนบริการและคุณภาพที่ให้ (ดังแสดงในตารางที่ 14) ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาการกำหนดราคา อุไรวรรณ แย้มนิยม : (2528) ที่ได้มีการคำนึงถึงด้านกฎหมาย คู่แข่งขัน ต้นทุนในการดำเนินงาน ลูกค้าเป้าหมาย และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ แสดงว่าผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลมีการกำหนดราคา ค่าเล่าเรียน และค่าบริการอื่นๆอย่างสมเหตุสมผล

ส่วนด้านที่ตั้งของโรงเรียน ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนได้ให้ความสำคัญในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการอยู่ในแหล่งชุมชน ทางเข้า-ออกสะดวก การจราจรไม่ติดขัด แหล่งที่มีแนวโน้มว่าจะมีคนอาศัยเพิ่มขึ้นในอนาคต และไม่มีโรงเรียนอนุบาลหรือสถานเลี้ยงเด็กอยู่ใกล้ เพราะทำเลที่ตั้งของโรงเรียนอนุบาลที่เหมาะสมนั้น ควรจะมีการคมนาคมสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลร่มเย็นและผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลพิมานเด็ก : (2536) ที่ผู้ปกครองส่วนใหญ่มักจะนำเด็กเข้าเรียนในโรงเรียนที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลาในการเดินทาง และสอดคล้องกับหลักการจัดตั้งอาคารสถานที่ ประภาพรรณ สุวรรณศุข : (2524) โดยได้เขียนถึงหลักในด้านสถานที่ตั้งของโรงเรียนอนุบาลควรอยู่ในแหล่งที่มีการคมนาคมสะดวก และอยู่ในแหล่งชุมชนที่เป็นที่อยู่อาศัย เพื่อความสะดวกของผู้ปกครองเด็ก ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ ณัฏฐา แก้วสุวรรณ :(2521) ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลที่เหมาะสมแก่เด็กควรคำนึงถึง ที่ตั้งของโรงเรียนควรอยู่ใกล้บ้าน ซึ่งจะเห็นได้ว่าในการวางกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งนั้น ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึงเหตุผลตามหลักในการจัดตั้งโรงเรียนอนุบาลที่ถูกต้อง

ส่วนในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริหารโรงเรียนได้ให้ความสำคัญในระดับปานกลางที่เป็นเช่นนี้ เพราะผู้บริหารจะเน้นในด้านการบริการมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลร่มเย็นและผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลพิมานเด็ก ที่กล่าวว่าพ่อแม่ของเด็กมักจะนำไปบอกกล่าวต่อๆกันไป และในบทความของผู้จัดการรายวันภาคเหนือ :(2535) ว่าโรงเรียนจะโฆษณาโดยใช้จุดเด่นในด้านบุคลากรและการบริการ เนื่องจากถ้ามีบริการที่ดีแล้วผู้ปกครองของเด็กจะบอกต่อ ๆ กันไป ดังนั้นโรงเรียนอนุบาลเอกชนจึงไม่นิยมที่จะให้ความสำคัญในการโฆษณาโดยใช้สื่อ หนังสือพิมพ์ วิทยุ แผ่นพับ นิตยสารหรือวารสาร ป้ายโฆษณาหรือคัทเอาท์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์ (ดังแสดงในตารางที่ 15) และอีกประการหนึ่งในธุรกิจขนาดย่อมนั้นไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะโฆษณามาก ๆ จนกระทั่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าได้ เพราะจะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงซึ่งผลที่ได้ก็อาจจะไม่คุ้มกับการลงทุน ในธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชนก็เช่นเดียวกันกับธุรกิจขนาดย่อมอื่น ๆ แต่สำหรับโรงเรียนอนุบาลเอกชนนั้นนิยมส่งเสริมการตลาด โดยการจัดกิจกรรมพิเศษภายในโรงเรียน และกิจกรรมพิเศษภายนอกโรงเรียนที่แสดงต่อสาธารณะมากกว่า เพราะผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้การสนับสนุน และให้ความสนใจในผลงานของเด็กที่ทำกิจกรรม และได้แสดงออกในงานต่าง ๆที่จัดขึ้น ซึ่งตรงตามความต้องการของผู้ปกครอง จากการให้สัมภาษณ์ของผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลร่มเย็นและผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลพิมานเด็ก : (2536) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จันทนา เตรียมดำรงค์ : (2523)พบว่า ผู้ปกครองเด็กส่วนใหญ่ให้ความสนใจเด็ก และให้ความสำคัญในผลงานของเด็กว่ามีความหมายต่อตัวเด็กมาก และ นอกจากนี้ยังจะส่งผลให้เด็กเป็นกล้าแสดงออกมาก เชื่อมั่นในตนเอง ไม่ถูกบั่นทอนความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดในทั้ง 2 เรื่องนี้ ทางโรงเรียนสามารถที่ตอบสนองทั้งความต้องการของผู้ปกครองได้พร้อมกับเป็นการช่วยในการพัฒนาการของเด็กทางด้านอารมณ์และสังคม นอกจากนี้ยังช่วยเป็นการส่งเสริมการตลาดให้กับโรงเรียนอนุบาลอีกด้วย

สรุปได้ว่าผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนต่างๆ ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดในด้านการให้บริการ ราคา ที่ตั้งของโรงเรียน และการส่งเสริมการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครองและสอดคล้องกับหลักการจัดการงานโรงเรียนอนุบาล

2. กลยุทธ์การตลาดด้าน การให้บริการ ราคา ที่ตั้งของโรงเรียน และการส่งเสริมการตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เท่ากับ Ø.41986 (ดังแสดงในตารางที่ 19) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ของ E. Jerome McCarthy ที่มีปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ (การให้บริการ)ราคา ที่ตั้งของโรงเรียน และการส่งเสริมการตลาด จะต้องมีการวางแผนปรับปรุงให้เหมาะสมซึ่งมีผลต่อการบรรลุเป้าหมายตามที่ธุรกิจได้กำหนดไว้ โดยในธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชนนั้นพบว่า กลยุทธ์ด้านที่ตั้งของโรงเรียน มีผลต่อการทำนายความสำเร็จสูง เนื่องจากการตั้งโรงเรียนอนุบาลเอกชนนั้นต้องคำนึงถึงที่ตั้งว่าควรอยู่ในบริเวณชุมชนที่เป็นที่อยู่อาศัย และมีความสะดวกในการคมนาคม ซึ่งสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลร่มเย็นและผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลพิมานเด็ก : (2536) ประภาพรรณ สุวรรณศุข : (2524) และณัฏฐา แก้วสุวรรณ : (2521) และถ้าเปรียบโรงเรียนอนุบาลเอกชนเป็นธุรกิจบริการขนาดย่อมแล้ว อ้ายฝาน :(2533)ได้เขียนไว้ว่า ธุรกิจขนาดเล็กจะไม่สามารถสร้างสถานการณ์ได้ ทำได้แต่เพียงโอนอ่อนตามสถานการณ์ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจในแหล่งชุมชนย่อมเป็นการลงทุนที่ดีกว่า จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้กลยุทธ์นี้มีผลต่อความสำเร็จค่อนข้างสูง กลยุทธ์ต่อมาที่มีผลต่อการทำนายความสำเร็จรองลงมา คือ การส่งเสริมการตลาด เพราะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โรงเรียนอนุบาลเอกชนแต่ละแห่ง มีความเห็นในด้านนี้แตกต่างกันค่อนข้างมาก จะเห็นได้จากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้ (ดังแสดงในตารางที่ 16) จะมีค่าสูง จึงทำให้มีผลต่อความสำเร็จค่อนข้างสูง ส่วนในเรื่องของกลยุทธ์ด้านราคา และกลยุทธ์ด้านการให้บริการนั้น ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนแต่ละแห่ง มีความเห็นคล้ายคลึงกัน โดยให้ความสำคัญในทั้ง 2 กลยุทธ์ในระดับมาก ซึ่งพิจารณาได้จากค่าเบี่ยงเบนมาตราฐานจะมีค่าน้อย (ดังแสดงในตารางที่ 17) จึงทำให้มีผลต่อการทำนายความสำเร็จน้อยกว่ากลยุทธ์ด้านที่ตั้งของโรงเรียน และด้านราคา โดยกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านมีประสิทธิภาพในการทำนายเพียงร้อยละ17.63 แสดงว่ายังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่มีผลต่อการทำนายความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน

3. ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนให้ความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการแตกต่างกัน ในด้าน การตลาดภายใน คุณภาพในการให้บริการ และการทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ในด้านการตลาดภายใน และด้านคุณภาพในการให้บริการ (ดังแสดงในตารางที่ 25) ซึ่งสอดคล้องกับธุรกิจบริการทั่ว ๆไปที่จะใช้เฉพาะส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix)นั้นไม่เพียงพอ ดังนั้นจึงต้องมีเครื่องมือนอกเหนือจาก 4 P คือการตลาดภายใน และการตลาดสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ตามกลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการของ Philip Kotler โดยเฉพาะโรงเรียนอนุบาลเอกชน ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่จะต้องใช้บุคลากรเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงาน ดังนั้นจึงให้ความสำคัญในด้านการตลาดภายใน ในระดับมาก โดยเริ่มตั้งแต่การพิจารณาครูและพี่เลี้ยงเข้าทำงาน จะให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการชอบทำงานเกี่ยวกับเด็ก (ดังแสดงในตารางที่ 21 และ 22) ซึ่งสอดคล้องกับ การวิจัยของ วันดี วุฒิโภค :(2522) ที่พบว่า ผู้ปกครองของเด็กส่วนใหญ่มีความเห็นว่าครู และพี่เลี้ยงนั้นจะต้องมีความรักและเมตตาเด็ก และนอกจากนี้ในเรื่องของการฝึกอบรมบุคลากร ทางผู้บริหารโรงเรียนก็ได้ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องนี้(ดังแสดงในตารางที่ 22) เพราะการให้การศึกษาและฝึกอบรมแก่พนักงานเป็น การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถเพื่อปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตามที่ จินตนา บุญบงการ และกรองแก้ว อยู่สุข :(2531) เขียนไว้ว่า การฝึกอบรมแก่พนักงานเป็นการพัฒนาบุคคล ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพิ่มพูนความรู้ และทักษะเพื่อปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและมุ่งที่จะปรับปรุงวิธีการทำงาน รวมถึงทัศนคติของพนักงานให้เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การ และพนักงานยังได้รับประโยชน์ นอกจากความรู้และทักษะแล้วยังเป็นการส่งเสริมมนุษย์สัมพันธ์อีกด้วย ส่วนในด้านคุณภาพการให้บริการ ผู้บริหารโรงเรียนได้ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องการรู้จักผู้ปกครองเด็ก ความมีน้ำใจ การสร้างการบริการให้เป็นที่ไว้วางใจ และอนามัย โดยในเรื่องของการรู้จักผู้ปกครองเด็กนั้น เห็นว่าทำให้มีการร่วมมือกันระหว่างผู้ปกครอง และโรงเรียนในการพัฒนาเด็กในด้านต่างๆ ได้ดีขึ้น ซึ่งผลดีต่อทั้งโรงเรียน ผู้ปกครองและเด็ก นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงการเอาใจใส่ของทางโรงเรียนที่มีต่อตัวเด็ก ซึ่งช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ปกครองเด็กที่นำเด็กมาเข้าเรียนในโรงเรียนนั้น ๆ ส่วนในเรื่องความมีน้ำใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การสร้างบริการให้เป็นที่ไว้วางใจ และอนามัย เป็นสิ่งที่ทำผู้ปกครองไว้วางใจที่จะนำบุตรหลานซึ่งเป็นที่รักของตนไปฝากให้โรงเรียนดูแล โดยไม่ต้องกังวลหรือห่วงใยบุตรหลานของตน ดังนั้นผู้บริหารจึงให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ เพราะถ้าโรงเรียนสามารถบริการได้อย่างมีคุณภาพแล้ว ผู้ปกครองของเด็กก็จะบอกต่อ ๆ กันไปเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยในการโฆษณาโรงเรียน

แต่ในด้านการทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขันนั้น ทางผู้บริหารโรงเรียนได้ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เนื่องจากโรงเรียนอนุบาลในจังหวัดเชียงใหม่ ยังมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับความต้องการของลูกค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และก่อนที่จะจัดตั้งโรงเรียนอนุบาลขึ้นนั้น ผู้จัดตั้งต้องขออนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ และปฏิบัติตามระเบียบมาตราฐานของการตั้งโรงเรียนอนุบาลของกระทรวงศึกษาธิการ จึงจะได้รับอนุญาตจัดตั้งขึ้นได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ทำให้ผู้ปกครองมีความเชื่อถือที่นำเด็กมาฝากไว้กับโรงเรียนอนุบาลมากกว่าสถานรับเลี้ยงเด็กที่ยังมิได้รับอนุญาตจัดตั้งเป็นโรงเรียนอนุบาล ดังนั้นในด้านของการทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน ผู้บริหารจึงให้ความสำคัญในระดับปานกลางเท่านั้น

4. ปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน มีไม่แตกต่างกัน ในด้านการเงิน ด้านบุคลากร ด้านวัสดุครุภัณฑ์ และด้านที่ตั้งของโรงเรียน (ดังแสดงในตารางที่ 31) โดยปัญหาทั้ง 4 ด้าน ในระดับน้อย ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยของคะแนนแล้ว โรงเรียนอนุบาลเอกชนมีปัญหาในด้านที่ตั้งของโรงเรียนมากกว่าด้านอื่นๆ ได้แก่โรงเรียนอยู่ในบริเวณซึ่งไม่สามารถสังเกตได้ง่าย การจราจรติดขัด พื้นที่แคบเกินไปไม่สามารถขยายโรงเรียนได้ สำหรับในเรื่องที่โรงเรียนอยู่ในที่ซึ่งไม่สามารถสังเกตได้ง่ายนั้น โรงเรียนหลายแห่งประสบปัญหาในเรื่องนี้เพราะการตั้งโรงเรียนอนุบาลนั้นจะต้องไม่อยู่ใกล้แหล่งที่มีเสียงดังอึกทึก รบกวนเด็ก และควรตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก จึงตั้งห่างจากถนนใหญ่พอสมควร อาจทำให้สังเกตได้ยาก ส่วนในเรื่องการจราจรติดขัด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาของโรงเรียนที่อยู่ในแหล่งชุมชน เนื่องจากความเจริญเติบโตของตัวเมือง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ถนนบางสายในตัวเมืองเชียงใหม่เริ่มมีปัญหารถติด และในเรื่องของการที่โรงเรียนอนุบาลเอกชนบางแห่งที่มีพื้นที่แคบไม่สามารถขยายโรงเรียนได้นั้น เนื่องจากโรงเรียนบางแห่งตั้งในแหล่งชุมชนอยู่แล้ว และเมื่อแหล่งชุมชนนั้นเจริญมากขึ้น ทำให้บริเวณนั้นมีคนอาศัย และมีธุรกิจต่าง ๆ เกิดขึ้นตามมามีผลทำให้ที่ดินบริเวณนั้นมีราคาแพง ดังนั้นการขยายโรงเรียนเพิ่มโดยการซื้อที่ดิน จึงไม่ลงทุนเพิ่ม

ปัญหาด้านบุคลากร โรงเรียนอนุบาลประสบกับปัญหาในเรื่องการหาบุคลากรที่เหมาะสมกับงานได้ยาก (ดังแสดงในตารางที่ 28) เนื่องจากบุคลากรที่ทำงานในด้านนี้ต้องเป็นคนที่รักเด็กและชอบทำงานเกี่ยวกับเด็กจริง ๆ จึงจะสามารถทำได้ นอกจากนี้บุคลากรที่จะทำงานด้านนี้จะต้องเป็นคนที่มีความละเอียดอ่อน ใจเย็น และมีความรู้เรื่องจิตวิทยาเกี่ยวกับเด็ก ซึ่งในปัจจุบันนี้จะหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ทั้งคุณวุฒิ บุคลิกภาพ ทักษะและประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับเด็กและมีความชอบในการทำงานด้านนี้ได้ค่อนข้างยาก โดยเฉพาะโรงเรียนที่มีขนาดเล็กประสบกับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัญหานี้ค่อนข้างมาก

ปัญหาด้านวัสดุครุภัณฑ์ โรงเรียนอนุบาลมีปัญหาในเรื่องอุปกรณ์การเล่นและสื่อการสอนเพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กด้านสติปัญญามีไม่เพียงพอ รวมถึงอุปกรณ์การเล่นและสื่อการสอนเพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กด้านต่าง ๆ ไม่ทันสมัย โดยในเรื่องอุปกรณ์การเล่นและสื่อการสอนเพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กด้านสติปัญญามีไม่เพียงพอนั้น เนื่องจากอุปกรณ์การเล่นบางอย่างจะต้องมีจำนวนมาก เพื่อเด็กจะเล่นได้พร้อม ๆกันได้ ส่วนในเรื่องอุปกรณ์การเล่นและสื่อการสอนเพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กด้านต่าง ๆ ไม่ทันสมัย เนื่องจากสื่อการสอนและอุปกรณ์การสอนบางอย่าง มีราคาแพง เช่น โทรทัศน์ วีดีโอ เครื่องฉายภาพนิ่ง ดังนั้นโรงเรียนบางแห่งที่มีจำนวนนักเรียนน้อย จึงมีปัญหาในเรื่องนี้ค่อนข้างมาก

ปัญหาด้านการเงิน โรงเรียนอนุบาลมีปัญหาในเรื่อง รายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย และการขาดแคลนเงินทุนในการลงทุน โดยในเรื่องรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย จะมีปัญหาในโรงเรียนที่มีนักเรียนจำนวนน้อย ไม่เป็นไปตามความคาดหมาย เพราะโรงเรียนต้องเสียค่าใช้จ่ายที่เป็นส่วนของเงินทุนหมุนเวียนค่อนข้างมาก เช่น เงินเดือนครู พี่เลี้ยงเด็ก คนครัว คนทำความสะอาด ค่าน้ำค่าไฟ ฯลฯ ซึ่งถ้านักเรียนมีจำนวนมากพอโรงเรียนก็จะมีรายได้มากพอที่จะชดเชยค่าใช้จ่ายเหล่านี้ได้ ส่วนในเรื่องการขาดแคลนเงินทุนในการลงทุนนั้น เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในที่ดิน และอาคาร ซึ่งต้องใช้เงินจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ลักษณะของการจัดเก็บค่าเล่าเรียน ควรจะมีหลายๆ ลักษณะ เช่น เก็บเป็นรายเดือนเทอม เพื่อเพิ่มความสามารถในการจ่ายค่าเล่าเรียน และค่าบริการต่าง ๆ ของผู้ปกครอง และยังเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง

2. ปัญหาการเงิน ผู้บริหารอาจแก้ไขได้โดยมีการจัดทำงบประมาณ เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และอาจนำหลักการของการบริหารเงินทุนมาใช้

3. ปัญหาด้านบุคลากร ควรแก้ไขโดยการส่งเสริมการฝึกอบรม ในกรณีของบุคลากรที่ชอบทำงานเกี่ยวกับเด็ก แต่มีวุฒิการศึกษาน้อย ก็ควรมีการส่งเสริมให้บุคลากรนั้นเรียนต่อ เพื่อเป็นการสร้างคนทำงานทางด้านนี้ และยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของงาน นอกจากนี้ผู้บริหารควรมีการส่งเสริม และให้มีการอบรมด้านจริยธรรม ซึ่งจะช่วยแก้ไขปัญหาด้านบุคลากรได้ในหลาย ๆ เรื่อง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ปัญหาวัสดุครุภัณฑ์ในเรื่องอุปกรณ์การเล่นและสื่อการสอน เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กด้านต่าง ๆ ไม่เพียงพอนั้น ทางโรงเรียนอาจแก้ไขปัญหาได้โดยส่งเสริมให้ครูประดิษฐ์อุปกรณ์ สื่อการสอนเอง และอาจจะนำของเล่นที่ใกล้ชำรุดมาซ่อมแซมเสียก่อน เพื่อยืดอายุการใช้งาน

5. โรงเรียนที่ตั้งขึ้นใหม่ ควรจะมีการโฆษณาบ้าง เพื่อให้ผู้ปกครองของเด็กทราบ โดยการโฆษณาควรจะโดยใช้สื่อ ป้ายโฆษณาหรือคัทเอาท์ ซึ่งทำให้ผู้ปกครองรับทราบแล้ว ยังช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องที่ตั้งของโรงเรียนที่อยู่ในที่ซึ่งไม่เป็นที่สังเกตได้ง่าย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้กระทำในเฉพาะพื้นที่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นควรจะมีการวิจัยในเรื่องเดียวกันนี้ เพื่อจะได้ทราบถึงกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในพื้นที่อื่นซึ่งมีสภาพแวดล้อมต่างกัน

2. ผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า กลยุทธ์การตลาดด้าน การให้บริการ ราคา ที่ตั้งของโรงเรียนและการส่งเสริมการตลาด มีประสิทธิภาพในการทำนายหรือพยากรณ์ความสำเร็จของโรงเรียนอนุบาลได้เพียงร้อยละ 17.628 ดังนั้นจึงน่าจะมีการศึกษาวิจัย เพื่อหาปัจจัยอื่น ๆ ที่ใช้ในการทำนายความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved