

กลยุทธ์การเพิ่มจำนวนนักเรียนชั้นอนุบาล 1 โรงเรียนสองภาษากรประภาภัทร อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

Strategies to Increase Number of Kindergarten First Level for Kornprapaphat Bilingual School, Muang District, Khon Kaen Province

นัจกัถ จันทร (Natchapak Chantasorn)^{1*} ดร.อารมย์ ตัดตะวะศาสตร์ (Dr.Arom Tattawasart)**

ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล (Sakchai Jarernsripornkul)***

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษา ระดับชั้นอนุบาลของผู้ปกครอง และ 2) จัดทำกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษากรประภาภัทร รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม 100 ชุด จากผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนสองภาษาอำเภอเมืองขอนแก่น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 40 - 49 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพเจ้าของบริษัท/ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท สถานภาพสมรส จำนวนบุตรหลานที่ต้องดูแลคือ 2 คน พฤติกรรมของผู้ปกครอง พบว่า เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของภาษาอังกฤษ เหตุผลหลักที่เลือกโรงเรียน คือ มีผู้แนะนำ บอกต่อ อัตราค่าธรรมเนียมที่คิดว่าเหมาะสม คือ 35,000 - 45,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน คือ ตนเอง แหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารหลักสูตรของโรงเรียนสองภาษา คือ อินเทอร์เน็ต ลักษณะการเรียนการสอนที่ชอบ คือ เน้นการสอนเป็นภาษาอังกฤษโดยมีครูไทยคอยช่วยแปล สิ่งที่ต้องการให้โรงเรียนจัดการศึกษาเพิ่มเติม คือ ภาษาที่สาม จำนวนโรงเรียนที่สอบถามข้อมูลก่อนตัดสินใจ คือ 3 - 4 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนเมทนิคัล โรงเรียนพัฒนาเด็ก และโรงเรียนขอนแก่นวิเทศศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ให้ความสำคัญทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และได้จัดทำกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษากรประภาภัทร จำนวน 3 โครงการ คือ 1. โครงการปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์ 2. โครงการสร้างความร่วมมือกับโรงเรียนสองภาษาที่มีนักเรียนอนุบาลเต็มอัตรา และ 3. โครงการส่งเสริมการตลาด โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้นจำนวน 32,000 บาท (สามหมื่นสองพันบาทถ้วน) โดยมีเป้าหมายให้จำนวนนักเรียนชั้นอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษากรประภาภัทรเพิ่มขึ้นเป็น 50 คน ในปี 2559 - 2560

¹ Correspondent author: natchapak@kkumail.com

* นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

*** อาจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น



ABSTRACT

The objectives of this study were: 1) the behavior and factors affecting the decisions in bilingual schools for Kindergarten Parents and 2) set the strategic planning for increasing number of kindergarten first level for Kornprapaphat Bilingual School. The 100 completed questionnaires were parents who sent their children to a school that taught bilingual kindergarten in Khon Kaen. The study showed that most of respondent were female, 40 - 49 years old, Bachelor degree, the company owns a career/business, income 40,001 – 50,000 baht per month, married, take care children of two people's. The consumer behavior was mostly found parents were importance and necessity of English, the reason for choosing the school their children attend bilingual was a tell, fees for classes was 35,000 – 45,000 baht per semester, individuals who have influenced the decision to send their children to school was their source of information was the school curriculum, teaching style was like the internet, was focusing on teaching in English by a teacher to help translate, wants to was a third language, the information was 3 - 4 before decided to study were Mataneedol School, Patanadek School and Khon Kaen Vithes Suksa Bilingual School. Factors influencing the decision most important of all include Product Price Place Promotion process People and Physical Evidence. There were three project following: 1) Improvement of public relations activitie, 2) releases updated channel partnerships with bilingual schools with kindergarten students at full speed and 3) Marketing and Promotion, which would need the operational budget of 32,000 THB. It was expected that it could a number of Kindergarten first level for Kornprapaphat Bilingual School increase of 50 people in 2015 - 2016.

คำสำคัญ: โรงเรียนสองภาษา กลยุทธ์การเพิ่มจำนวน

Keywords: Bilingual School, Strategies to increase number

บทนำ

การศึกษามีความสำคัญต่อมนุษย์เป็นอย่างมาก เริ่มตั้งแต่เมื่อกำเนิดชีวิตขึ้นมาจนกว่าจะสิ้นอายุขัย จะต้องศึกษาอยู่ตลอดเวลา การศึกษามีความสำคัญต่อบุคคล สังคม ประเทศชาติ และต่อโลกเป็นอย่างยิ่ง เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะมนุษย์ที่อาศัยอยู่บนโลก จะต้องใช้กระบวนการทางการศึกษาสำหรับการพัฒนาตน เมื่อสมาชิกของสังคมได้รับการพัฒนาอย่างมีคุณภาพแล้ว สังคมและประเทศชาติรวมทั้งโลกด้วยก็จะได้รับการพัฒนาต่อไป พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ระบุว่า การศึกษาเป็นกระบวนการเรียนรู้ เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคมโดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรม การสืบสานวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อมสังคมการเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต [1] การศึกษาของเด็กไทยที่ผ่านมา มีความพยายามยกระดับมาตรฐานทางการศึกษาเพื่อให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ เนื่องจากในการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของเด็กไทยในแต่ละปี ผลที่ออกมามักอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่ามาตรฐาน แม้ประเทศไทยจะมีการทุ่มงบประมาณเพื่อพัฒนาการศึกษา แต่ทั้งนี้การศึกษาของเด็กไทยนั้นก็ยังมีการประเมินว่าอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ซึ่งปัญหาด้านการเรียนของเด็กไทยในปัจจุบันอาจวิเคราะห์สาเหตุมาจากหลายประการ

อีกหนึ่งสาเหตุมาจากการที่ประเทศไทย ยังไม่สามารถพัฒนาให้การศึกษาภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาสากลให้กับเด็กไทยได้เป็นอย่างดี ภาษาคือกุญแจสำคัญของความรู้ ปัจจุบันภาษาอังกฤษมีความสำคัญมาก เพราะองค์ความรู้และข่าวสารที่สำคัญ ในโลกนี้รายงานหรือบันทึกไว้เป็นภาษาอังกฤษ การเริ่มต้นเรียนภาษาตั้งแต่ยังวัยเยาว์ จะนำไปสู่ความชำนาญสูง รัฐบาลควรให้ความสนใจในเรื่องนี้มากขึ้น จะได้ไม่เป็นประเทศที่ล้าหลังและตกเป็นอาณานิคมทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างถาวร ภาษาอังกฤษเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับคนรุ่นใหม่ และอนาคตของประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทย แต่รวมถึงทุกๆ ประเทศ เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ใช้สื่อสารอย่างเป็นทางการของชาวโลก หากประเทศไทยต้องการที่จะก้าวไปให้ทัดเทียมกับนานาประเทศ เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านด้านอื่นๆ แล้ว ประเทศไทยเรามีศักยภาพมากกว่าหลายเท่า แต่ยังต้องพัฒนาเรื่องภาษาอังกฤษให้มากขึ้น

ผู้ศึกษาเห็นว่า การพัฒนาภาษาอังกฤษควรเริ่มตั้งแต่ยังเด็ก เพื่อเป็นการปูพื้นฐานให้เด็กได้เข้าใจภาษาที่สองมากขึ้น ปัจจุบันมีโรงเรียนที่เปิดสอนภาษาอังกฤษ และ โรงเรียนสองภาษาจำนวนมากในประเทศไทย สำหรับเด็กปฐมวัยและประถมศึกษา ซึ่งจังหวัดขอนแก่นเองถือว่าเป็นเมืองแห่งการศึกษา และเมืองเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งอำเภอเมืองขอนแก่นมีโรงเรียนที่เปิดสอนทั้งรัฐบาลและเอกชนจำนวน 47 โรงเรียน เป็นโรงเรียนที่เปิดสอนระดับอนุบาลจำนวน 23 โรงเรียน [1] และอำเภอเมืองขอนแก่นมีประชากรจำนวน 203,865 คน ในจำนวนนี้เป็นจำนวนเด็กแรกเกิดถึง 6 ปี จำนวน 11,328 คน และสตรีมีครรภ์ จำนวน 1,216 คน [2] มีจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 จำนวน 2,017 คน [3] ซึ่งส่วนหนึ่งมีโอกาสที่จะเป็นลูกค้าของโรงเรียนอนุบาลในอนาคต

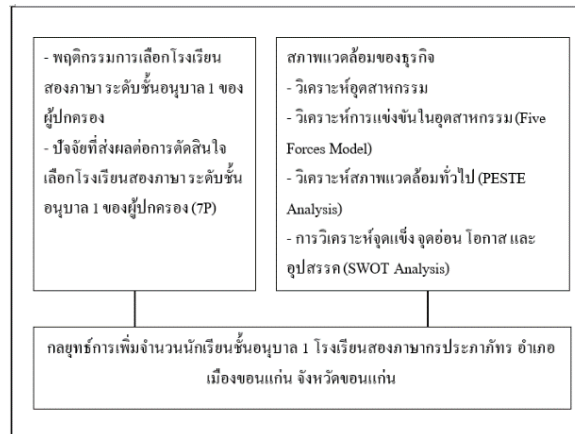
ในปีการศึกษา 2558 โรงเรียนสองภาษาการประกาศิทธิ์ มีจำนวนนักเรียนที่ลดลงจากปีการศึกษา 2557 ปัจจุบันมีจำนวนนักเรียนชั้นอนุบาล 1 เพียง 7 คน จากจำนวนที่สามารถรับได้ 25 คน [4] มีโรงเรียนที่เปิดสอนอนุบาลหลายแห่งในอำเภอเมืองขอนแก่นมีจำนวน 23 โรงเรียน และเปิดสอนเป็นแบบสองภาษาและนานาชาติ จำนวน 7 โรงเรียน [1] ส่งผลให้มีอัตราการแข่งขันสูง ผู้ปกครองของนักเรียนมีทางเลือกในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน ดังนั้น โรงเรียนสองภาษาการประกาศิทธิ์ จะต้องปรับตัวและหากลยุทธ์ในการสร้างจุดเด่นขึ้นมาแข่งขันเพื่อรับนักเรียนให้มากขึ้น โดยเฉพาะนักเรียนชั้นอนุบาล 1 ที่เป็นระดับชั้นแรกๆ แต่จำนวนนักเรียนลดลงและมีจำนวนน้อย ผู้ศึกษาต้องการศึกษากลยุทธ์การเพิ่มจำนวนนักเรียนชั้นอนุบาล 1 โรงเรียนสองภาษาการประกาศิทธิ์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ผู้บริหารของโรงเรียนได้นำไปดำเนินงาน วางแผนการตลาด และปรับปรุงด้านการตลาดให้สามารถรับนักเรียนชั้น 1 ให้มากขึ้น โดยมีเป้าหมายในปีการศึกษา 2559 เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 50 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษา ระดับชั้นอนุบาลของผู้ปกครอง
2. เพื่อจัดทำกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษาการประกาศิทธิ์

กรอบแนวคิด

การศึกษารั้ครั้งนี้ ได้ศึกษาเพื่อหากลยุทธ์การเพิ่มจำนวนนักเรียนชั้นอนุบาล 1 โรงเรียนสองภาษาการประกาศิทธิ์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีดำเนินการศึกษา

1. การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษา ระดับชั้นอนุบาลของผู้ปกครอง

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษา ระดับชั้นอนุบาลของผู้ปกครอง ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษา ระดับชั้นอนุบาลของผู้ปกครอง ใน 7 ด้าน (7P) [15] ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้านกระบวนการ (process) 6) ด้านบุคลากร (People) 7) ด้านกายภาพ (Physical Evidence)

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่เปิดสอนระดับชั้นอนุบาล ในเขตอำเภอมะนัง จังหวัดขอนแก่น ปี 2558 จำนวน 2,017 คน [3]

2) ขนาดกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง จากสูตร Yamane [5] เป็นจำนวน 100 ตัวอย่าง ทำการสุ่มเลือกตัวอย่างจากจำนวนผู้ปกครอง แบบง่าย (Simple random sampling) โดยเก็บจากโรงเรียนสองภาษาทั้ง 4 โรงเรียน กำหนดขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนจำนวนนักเรียน โดยผู้ศึกษาเป็นผู้เก็บข้อมูลเองจนครบ 100 ชุด

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ที่ได้จัดเตรียมไว้ล่วงหน้า โดยแบบสอบถามที่ใช้จะเป็นแบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายในเขตอำเภอมะนัง จังหวัดขอนแก่น โดยข้อมูลในแบบสอบถามจะแบ่งเป็นทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และจำนวนบุตรหลานที่ต้องดูแล โดยเป็นคำถามให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภครอบคลุมประเด็นต่างๆ ได้แก่ ความจำเป็นในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนที่โรงเรียนสองภาษา เหตุผลหลักที่เลือกโรงเรียนสองภาษา อัตราค่าธรรมเนียมการเรียนที่ท่านคิดว่าเหมาะสมต่อการเรียนการสอนในหลักสูตรที่มีคุณภาพ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน ข้อมูลข่าวสารหลักสูตรของโรงเรียนสองภาษา ลักษณะหลักสูตรที่ต้องการ ความต้องการย้ายโรงเรียน ปัญหาที่พบ โรงเรียนที่ศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจเลือก รวม 11 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ คือ 5, 4, 3, 2, 1 โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และมีเกณฑ์ให้คะแนนแต่ละระดับ [6] ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ คือ

5 คะแนน หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจระดับมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจระดับมาก

3 คะแนน หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจระดับน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Method) โดยการใช้แบบสอบถามทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่เปิดสอนระดับชั้นอนุบาลแบบสองภาษา ในอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 100 ชุด จำนวน 4 โรงเรียน คือ วิทยาลัยการศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และพัฒนาเด็ก

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการรวบรวมตรวจสอบความสมบูรณ์ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics v.19 (License มหาวิทยาลัยขอนแก่น) ในการคำนวณและประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำค่าที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และจำนวนบุตรหลานที่ต้องดูแล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการผู้บริโภค เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด มีตัวเลือกให้ตอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นแบบสอบถามแบบ Rating Scale โดยมีการกำหนดระดับคะแนนและแปลผลการศึกษา ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งเป็นการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดระดับความสำคัญ และแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนน โดยใช้สูตรการหาค่าเฉลี่ยแบบอันตรภาคชั้น [7]

นำระดับความคิดเห็นแบ่งตามช่วงคะแนนที่คำนวณได้ และสามารถแปลผลเป็นระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ดังนี้



คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

2. การจัดทำกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษากรประภาภัทร

การจัดทำกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษากรประภาภัทร อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการนำผลการศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษา ระดับชั้นอนุบาลของผู้ปกครอง มาวิเคราะห์ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่างๆ มาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษา ระดับชั้นอนุบาล 1 ของผู้ปกครอง แล้วนำมาจัดทำเป็นแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษากรประภาภัทร ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

ศึกษาสภาพปัจจุบันของโรงเรียนอนุบาลในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น สรุป Key Success Factor (KSF) ของอุตสาหกรรม ที่ผู้ปกครองใช้ในการเลือกโรงเรียนจากปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียน ในระดับมากที่สุดในแต่ละด้าน

2.2 การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Forces Model)

วิเคราะห์สามารถเปรียบเทียบความรุนแรงของการแข่งขันในตลาดได้ดังนี้

- 1) ภัยจากคู่แข่งที่จะเข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants)
- 2) อำนาจต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Supplier)
- 3) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyer)
- 4) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Goods)
- 5) การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Existing Firms)

2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบทางอ้อม ซึ่งไม่ได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานในระยะสั้นขององค์กร แต่ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระยะยาวขององค์กร โดยจะวิเคราะห์จากด้านต่างๆ ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์แรงผลักดันด้านการเมืองและกฎหมาย (Political - Legal Forces)
- 2) การวิเคราะห์แรงผลักดันทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Forces)
- 3) การวิเคราะห์แรงผลักดันด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social/Culture Forces)
- 4) การวิเคราะห์แรงผลักดันทางด้านเทคโนโลยี (Technological Forces)

2.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factor) คือการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน ของการเพิ่มจำนวนนักเรียน และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factor) คือการวิเคราะห์เพื่อหาโอกาสและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน

- 1) ปัจจัยภายใน เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน ดังนี้
 - จุดแข็ง (Strength)
 - จุดอ่อน (Weakness)
- 2) ปัจจัยภายนอก วิเคราะห์เพื่อหาโอกาสและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการทำงาน ดังนี้
 - โอกาส (Opportunities)
 - อุปสรรค (Threats)

2.5 จัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษาการประกัทรนำผลจากการศึกษามาวิเคราะห์และสรุปผล จัดทำเป็นแผนการดำเนินงาน ในรูปแบบโครงการระยะสั้น และระยะยาว

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 78.00 มีอายุ 40 – 49 ปี ร้อยละ 44.00 มีระดับการศึกษาอยู่ในปริญญาตรี ร้อยละ 66.00 มีอาชีพเจ้าของบริษัท/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 46.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 27.00 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 86.00 มีจำนวนบุตรหลานที่ต้องดูแล 2 คน ร้อยละ 58.00

พฤติกรรมของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่เปิดสอนระดับชั้นอนุบาล แบบสองภาษา ในอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ที่ตอบแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความจำเป็นในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนที่โรงเรียนสองภาษา

ความจำเป็นในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนที่โรงเรียนสองภาษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของภาษาอังกฤษ	70	70.00
ชื่อเสียงด้านวิชาการ	16	16.00
อัตราค่าธรรมเนียมเหมาะสม	7	7.00
ผู้แนะนำ บอกต่อ	4	4.00
ตามกระแสนิยม	3	3.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าความจำเป็นในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนที่โรงเรียนสองภาษา ส่วนใหญ่คือ เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของภาษาอังกฤษ จำนวน 70 คน (ร้อยละ 70.00) รองลงมาคือ ชื่อเสียงด้านวิชาการ จำนวน 16 คน (ร้อยละ 16.00) และอัตราค่าธรรมเนียมเหมาะสม จำนวน 7 คน (ร้อยละ 7.00) ตามลำดับ



ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลหลักที่เลือกโรงเรียนสองภาษาที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียน

เหตุผลหลักที่เลือกโรงเรียนสองภาษา ที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีผู้แนะนำ บอกต่อ	45	45.00
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงเรียน	25	25.00
สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย และความสะดวก ในการเดินทาง	14	14.00
ใกล้บ้าน	12	12.00
ชื่อเสียงของครูผู้สอน	4	4.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าเหตุผลหลักที่เลือกโรงเรียนสองภาษาที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียน ส่วนใหญ่คือ มีผู้แนะนำ บอกต่อ จำนวน 45 คน (ร้อยละ 45.00) รองลงมาคือ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงเรียน จำนวน 25 คน (ร้อยละ 25.00) และสภาพแวดล้อม ความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทาง จำนวน 14 คน (ร้อยละ 14.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอัตราค่าธรรมเนียมการเรียนที่คิดว่าเหมาะสมต่อการเรียนการสอนในหลักสูตรที่มีคุณภาพ (ต่อเทอม)

อัตราค่าธรรมเนียมการเรียนที่คิดว่าเหมาะสมต่อ การเรียนการสอนในหลักสูตรที่มีคุณภาพ (ต่อเทอม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
35,000 – 45,000 บาท	44	44.00
45,001 – 55,000 บาท	28	28.00
55,001 – 65,000 บาท	18	18.00
65,001 บาท ขึ้นไป	10	10.00

จากตารางที่ 3 พบว่าอัตราค่าธรรมเนียมการเรียนที่คิดว่าเหมาะสมต่อการเรียนการสอนในหลักสูตรที่มีคุณภาพ (ต่อเทอม) กลุ่มที่มากที่สุด คือ 35,000 – 45,000 บาท จำนวน 44 คน (ร้อยละ 44.00) รองลงมาคือ 45,001 – 55,000 บาท จำนวน 28 คน (ร้อยละ 28.00) และ 55,001 – 65,000 บาท จำนวน 18 คน (ร้อยละ 18.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ส่งบุตรหลานเข้าเรียน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	65	65.00
สามี/ ภรรยา	14	14.00
บุตร	11	11.00
บิดา มารดา	10	10.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน ส่วนใหญ่ คือ ตนเอง จำนวน 65 คน (ร้อยละ 65.00) รองลงมาคือ สามี/ ภรรยา จำนวน 14 คน (ร้อยละ 14.00) และบุตร จำนวน 11 คน (ร้อยละ 11.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารหลักสูตรของโรงเรียนสองภาษา

แหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารหลักสูตรของ โรงเรียนสองภาษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	53	53.00
เพื่อน/คนรู้จัก แนะนำ	40	40.00
ป้ายโฆษณา	33	33.00
ใบปลิว/แผ่นพับ	22	22.00
ทางโรงเรียนโดยตรง	12	12.00
หนังสือพิมพ์	11	11.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 5 พบว่าแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารหลักสูตรของโรงเรียนสองภาษา ส่วนใหญ่ คือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 53 คน (ร้อยละ 53.00) รองลงมาคือ เพื่อน/คนรู้จัก แนะนำ จำนวน 40 คน (ร้อยละ 40.00) และป้ายโฆษณา จำนวน 33 คน (ร้อยละ 33.00) ตามลำดับ



ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเรียนการสอนที่ชอบ

ลักษณะการเรียนการสอนที่ชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เน้นการสอนเป็นภาษาอังกฤษโดยมีครูไทยคอยช่วยแปล	56	56.00
เน้นการสอนเป็นภาษาอังกฤษโดยไม่ต้องมีการแปลเป็นภาษาไทย	44	44.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าลักษณะการเรียนการสอนที่ชอบ ส่วนใหญ่ คือ เน้นการสอนเป็นภาษาอังกฤษโดยมีครูไทยคอยช่วยแปล จำนวน 56 คน (ร้อยละ 56.00) รองลงมาคือ เน้นการสอนเป็นภาษาอังกฤษโดยไม่ต้องมีการแปลเป็นภาษาไทย จำนวน 44 คน (ร้อยละ 44.00)

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามด้านที่ต้องการให้โรงเรียนจัดการศึกษาเพิ่มเติม

ด้านที่ต้องการให้โรงเรียนจัดการศึกษาเพิ่มเติม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพิ่มเติมภาษาที่สาม เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส	41	41.00
เพิ่มเติมในรายวิชาสำคัญ เช่น วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เป็นหลักสูตรภาษาไทย	38	38.00
เพิ่มเติมด้านดนตรี กีฬา นันทนาการ	21	21.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าด้านที่ต้องการให้โรงเรียนจัดการศึกษาเพิ่มเติม กลุ่มที่มากที่สุด คือ เพิ่มเติมภาษาที่สาม เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส จำนวน 41 คน (ร้อยละ 41.00) รองลงมาคือ เพิ่มเติมในรายวิชาสำคัญ เช่น วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เป็นหลักสูตรภาษาไทย จำนวน 38 คน (ร้อยละ 38.00) และเพิ่มเติมด้านดนตรี กีฬา นันทนาการ จำนวน 21 คน (ร้อยละ 21.00) ตามลำดับ

ความต้องการให้บุตรหลานย้ายโรงเรียนระยะเวลา 1 – 2 ปี คือ ไม่ต้องการ ร้อยละ 55.00 และ ต้องการ ร้อยละ 45.00 และไม่พบปัญหาในหลักสูตร ร้อยละ 76.00

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตรสองภาษาที่สอบถามข้อมูล ก่อนตัดสินใจ

จำนวนโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตรสองภาษา ที่ สอบถามข้อมูล ก่อนตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 2 โรงเรียน	26	26.00
3 – 4 โรงเรียน	51	51.00
5 – 6 โรงเรียน	8	8.00
6 โรงเรียนขึ้นไป	1	1.00
ไม่ได้สอบถามข้อมูลโรงเรียนอื่น	14	14.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าจำนวนโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตรสองภาษา ที่สอบถามข้อมูล ก่อนตัดสินใจ ส่วนใหญ่ คือ 3 – 4 โรงเรียน จำนวน 51 คน (ร้อยละ 51.00) รองลงมาคือ 1 – 2 โรงเรียน จำนวน 26 คน (ร้อยละ 26.00) และไม่ได้สอบถามข้อมูลโรงเรียนอื่น จำนวน 14 คน (ร้อยละ 14.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโรงเรียนที่ศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ

โรงเรียนที่ศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงเรียนเมทนีดล	36	36.00
โรงเรียนพัฒนาเด็ก	32	32.00
โรงเรียนขอนแก่นวิทยุศึกษา	30	30.00
โรงเรียนสองภาษากรประภาภัทร	28	28.00
โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น	17	17.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่าโรงเรียนที่ศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ กลุ่มที่มากที่สุด คือ โรงเรียนเมทนีดล จำนวน 36 คน (ร้อยละ 36.00) รองลงมาคือ โรงเรียนพัฒนาเด็ก จำนวน 32 คน (ร้อยละ 32.00) และโรงเรียนขอนแก่นวิทยุศึกษา จำนวน 30 คน (ร้อยละ 30.00) ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า การให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด โดยสามารถจำแนกตามรายด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มระดับความสำคัญมากที่สุด คือ โรงเรียนมีครูที่มีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.60$, S.D.=0.64) โรงเรียนมีระบบการรักษาความปลอดภัย และสวัสดิภาพของนักเรียน ($\bar{X} = 4.44$, S.D.=0.59) โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.28$, S.D.=0.64) และโรงเรียนรับฟังความคิดเห็นของผู้ปกครอง และนำไปปรับปรุง ($\bar{X} = 4.25$, S.D.=0.60)



ด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มระดับความสำคัญมากที่สุด คือ อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.64$, S.D.=0.78) ความคุ้มค่าทางด้านราคากับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.59$, S.D.=0.88) เงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.53$, S.D.=0.59) สามารถชำระได้ด้วยบัตรเครดิต ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=0.78)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มระดับความสำคัญมากที่สุด คือ มีบริการข้อมูลและสามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 4.57$, S.D.=0.54) สามารถติดต่อครูผู้สอน หรือเจ้าหน้าที่ได้โดยตรง ($\bar{X} = 4.50$, S.D.=0.68) ทำเลที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=0.60) และสามารถสมัครเรียน ลงทะเบียน และชำระเงินในระบบออนไลน์ได้ ($\bar{X} = 4.33$, S.D.=0.57)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ครูและโรงเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน และผู้ปกครอง ($\bar{X} = 4.63$, S.D.=0.68) มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา แจกคู่มือเรียนฟรี เป็นต้น ($\bar{X} = 4.60$, S.D.=0.78) มีการใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 4.43$, S.D.=0.63) และโรงเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคม ($\bar{X} = 4.33$, S.D.=0.67)

ด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความรู้ ความสามารถของครูชาวไทย ($\bar{X} = 4.63$, S.D.=0.67) ความรู้ ความสามารถของครูชาวต่างประเทศ ($\bar{X} = 4.57$, S.D.=0.84) ความรู้ ความสามารถของผู้บริหาร ($\bar{X} = 4.53$, S.D.=0.49) โรงเรียนมีการคัดเลือก ฝึกอบรม บุคลากรครูให้มีความรู้ มีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.42$, S.D.=0.78) ความเหมาะสมของจำนวนครูต่อจำนวนนักเรียน ($\bar{X} = 4.40$, S.D.=0.80) ครูผู้สอนให้ความสำคัญกับงาน และเห็นประโยชน์ของผู้เรียนเป็นสำคัญ ($\bar{X} = 4.32$, S.D.=0.86) การเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกของบุคลากรในโรงเรียน ($\bar{X} = 4.28$, S.D.=0.61) และบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ดีของบุคลากรครู ($\bar{X} = 4.28$, S.D.=0.70)

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ครูมีความสามารถในการสอน ($\bar{X} = 4.73$, S.D.=0.81) มีการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ให้แก่ผู้เรียน ควบคู่กับการเรียนในหลักสูตร ($\bar{X} = 4.57$, S.D.=0.84) มีความเอาใจใส่ผู้เรียน ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=0.82) มีกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนในหลักสูตร ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=0.80) มีการต้อนรับ ดูแล และอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.33$, S.D.=0.68) และมีสื่อการสอนที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.30$, S.D.=0.70)

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะอาดของห้องเรียน อาคารเรียน ($\bar{X} = 4.73$, S.D.=0.62) อาหารกลางวันสะอาด อร่อย มีประโยชน์ทางโภชนาการครบ 5 หมู่ ($\bar{X} = 4.60$, S.D.=0.80) ห้องสมุด มีหนังสือที่มีความจำเป็นต่อการเรียนรู้อย่างครบครัน และมีบรรยากาศเอื้อต่อการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.43$, S.D.=0.72) มีถังขยะบริการเพียงพอ และถูกสุขอนามัย ($\bar{X} = 4.40$, S.D.=0.84) ความสะอาดของห้องน้ำ ($\bar{X} = 4.37$, S.D.=0.71) โรงเรียนมีพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วน ($\bar{X} = 4.33$, S.D.=0.80) โรงเรียนมีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด ($\bar{X} = 4.32$, S.D.=0.88) มีน้ำดื่มให้บริการเพียงพอและสะอาด ($\bar{X} = 4.28$, S.D.=0.75) ทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ไม่มีสิ่งรบกวน ($\bar{X} = 4.28$, S.D.=0.83) ความสะอาดของโรงอาหาร ($\bar{X} = 4.22$, S.D.=0.86)

2. การจัดทำกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษากรประภาภัทร

การวิเคราะห์หัตถสากรรม พบว่า ปัจจุบันโรงเรียนอนุบาลในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 23 โรงเรียน เป็นโรงเรียนสองภาษา จำนวน 4 โรงเรียน โรงเรียนนานาชาติ จำนวน 3 โรงเรียน และโรงเรียนทั่วไป จำนวน 16 โรงเรียน แนวโน้มโรงเรียนทั่วไปมีโอกาสจะปรับเปลี่ยนเป็นโรงเรียนสองภาษามากขึ้น เนื่องจากการเข้ามาของ AEC การตื่นตัวด้านภาษามีมากขึ้น แต่จำนวนโรงเรียนเกิดขึ้นใหม่อาจไม่เพิ่มขึ้นเนื่องจากจำนวนเด็กแรกเกิดลดลง การเปิดโรงเรียนสองภาษา ใช้เงินลงทุนสูง และอัตราการเกิดลดลง [14] ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ยังไม่

อยากลงทุน แต่ทั้งนี้ยังมีโรงเรียนที่เปิดรับนักเรียนอนุบาลอยู่แล้ว ที่เป็นภาษาไทย ในอำเภอเมืองขอนแก่น อาจเปิดหลักสูตรสองภาษาเพิ่มขึ้น อำนาจต่อรองของผู้ขาย หรือโรงเรียนสองภาษาการประภาภรณ์นักเรียนน้อย เนื่องจากมีโรงเรียนสองภาษา เปิดรับนักเรียนชั้นอนุบาลหลายโรงเรียน อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ หรือผู้ปกครองมีมาก เนื่องจากมีโรงเรียนสองภาษาหลายโรงเรียน สามารถเลือกโรงเรียนใดก็ได้ และการแข่งขันยังมีอยู่เนื่องจากโรงเรียนต่างๆ ก็ได้ประชาสัมพันธ์เพื่อรับนักเรียน และมีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น ลดค่าเทอม ลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า การเปิดรับเร็ว เพื่อรับนักเรียนให้เร็วขึ้นกว่าโรงเรียนอื่น เป็นต้น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) สรุปได้ว่า ทุกประเด็นเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบทางบวกต่อโรงเรียนสองภาษาการประภาภรณ์ ได้แก่ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ให้สามารถนำมาพัฒนาเพื่อรับนักเรียนให้มากขึ้นต่อไป มีนโยบายการสนับสนุนการศึกษาของรัฐบาล โดยเฉพาะเรื่องภาษาอังกฤษ เพื่อให้ทัดเทียมประเทศอื่นๆ ส่งผลให้เรื่องภาษาที่สองมีความสำคัญเป็นโอกาสให้ผู้ปกครองหาที่เรียนให้บุตรหลานตั้งแต่ยังเด็ก การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ประชาชนกระตือรือร้นเรื่องภาษาอังกฤษมากขึ้น เมื่อผู้ใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องภาษาอังกฤษ ก็จะส่งผลให้มีความต้องการในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่เปิดสอนภาษาอังกฤษมากขึ้น ซึ่งจังหวัดขอนแก่นเองก็เป็นเมืองเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โอกาสที่จะรับนักเรียนก็มากขึ้นด้วย คนสมัยใหม่เป็นครอบครัวเดี่ยว ทำงานทั้งคู่หญิงและผู้ชาย ทำให้โรงเรียนอนุบาลมีความจำเป็นในการเปิดรับนักเรียนเนื่องจากพ่อแม่ไม่มีเวลาเลี้ยงเอง รวมถึงการสื่อสารปัจจุบันเพื่อเข้าสู่สังคม มีการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษา การใช้เทคโนโลยีเพื่อมาเป็นสื่อการสอน ได้มากขึ้น และการติดต่อสื่อสาร ความปลอดภัย ความสะดวก ล้วนแต่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง ถ้าโรงเรียนนำมาปรับใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองก็จะทำให้มีความเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยของบุตรหลานมากขึ้น เช่น กล้องวงจรปิดที่สามารถดูออนไลน์ ผู้ปกครองจะอยู่ที่ไหนก็สามารถมองเห็นความเป็นอยู่ของบุตรหลานในโรงเรียนได้ เป็นต้น

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) สรุปได้ว่าโรงเรียนสองภาษาการประภาภรณ์มีค่าเทอมถูกกว่าคู่แข่ง ถึงแม้จะเปลี่ยนชื่อโรงเรียนใหม่จากโรงเรียนอนุบาลภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นชื่อเฉพาะ คือโรงเรียนสองภาษาการประภาภรณ์ ก็ยังสามารถพัฒนาไปได้ โดยใช้จุดแข็งเกาะกุมโอกาสในเรื่องการให้ความสำคัญด้านภาษาของผู้ปกครอง และโรงเรียนสองภาษายังมีน้อยอยู่ อีกทั้งยังมีโรงเรียนนานาชาติภายใต้ธุรกิจเดียวกันที่มีชื่อเสียงที่จังหวัดอุดรธานีคือโรงเรียนนานาชาติอุดรธานี (UDIS) [13] ซึ่งเป็นโรงเรียนที่มีชื่อเสียงมาช้านาน ค่าธรรมเนียมการศึกษาสูง ใช้หลักสูตรการศึกษาของประเทศอังกฤษ (NCE) มีทรัพยากรที่มีคุณภาพ

จากการศึกษาสามารถนำผลมาวิเคราะห์และจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษาการประภาภรณ์ ได้จำนวน 3 โครงการ ดังนี้

1. โครงการปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์
2. โครงการสร้างความร่วมมือกับโรงเรียนสองภาษาที่มีนักเรียนอนุบาลเต็มอัตรา
3. โครงการส่งเสริมการตลาด

โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น จำนวน 32,000 บาท (สามหมื่นสองพันบาทถ้วน) คาดว่าเมื่อดำเนินการตามโครงการแล้วจะสามารถทำให้จำนวนนักเรียนโรงเรียนสองภาษาการประภาภรณ์ มีจำนวนเพิ่มขึ้น ในปีการ 2559 - 2560



อภิปรายผล

การศึกษาผลกระทบการเพิ่มจำนวนนักเรียนชั้นอนุบาล 1 โรงเรียนสองภาษาการประกาศิทร อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษา ระดับชั้นอนุบาลของผู้ปกครอง เพื่อจัดทำกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษาการประกาศิทร จะเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่อยู่ในกลุ่มระดับความสำคัญมากที่สุด ในแต่ละด้าน คือ โรงเรียนมีครูที่มีคุณภาพ อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาที่มีความเหมาะสม มีบริการข้อมูลและสามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับ Ubonnnoi P [8] ได้ทำการศึกษปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในหลักสูตรสองภาษาของโรงเรียนอรุณประดิษฐ จังหวัดเพชรบุรี ว่าเหตุผลหลักในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนคือ เห็นถึงความสำคัญจำเป็นของภาษาอังกฤษ อัตราค่าธรรมเนียมที่คิดว่าเหมาะสม ได้รับข้อมูลข่าวสารมาจากโรงเรียนโดยตรง นั่นเอง ครูและโรงเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน และผู้ปกครอง ความรู้ความสามารถของครูชาวไทย ครูมีความสามารถในการสอน สอดคล้องกับ Tokul J [9] ว่าปัจจัยด้านครูและบุคลากร เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง รวมถึงมีการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ให้แก่ผู้เรียน ควบคู่กับการเรียนในหลักสูตร ความสะอาดของห้องเรียน อาคารเรียน สอดคล้องกับ Maun S [10] ที่ว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือด้านเนื้อหาวิชา ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมในโรงเรียน และด้านอุปกรณ์ และสื่อการเรียนการสอน และสอดคล้อง Janshairatsamee W [11] ถึงความต้องการของผู้ปกครอง ว่าด้านสถานที่ที่มีความต้องการเรื่องโรงอาหารสะอาด ถูกหลักอนามัย มากเป็นอันดับแรก

ปัจจุบันโรงเรียนอนุบาลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 23 โรงเรียน เป็นโรงเรียนสองภาษาจำนวน 4 โรงเรียน โรงเรียนนานาชาติ 3 โรงเรียน และโรงเรียนทั่วไป ซึ่งโรงเรียนทั่วไปมีโอกาสจะปรับเป็นโรงเรียนสองภาษามากขึ้น เนื่องจากการเข้ามาของ AEC การตื่นตัวด้านภาษามีมากขึ้น แต่จำนวนโรงเรียนเกิดขึ้นใหม่อาจไม่เพิ่มขึ้นเนื่องจากจำนวนเด็กแรกเกิดลดลง การเปิดโรงเรียนสองภาษา ใช้เงินลงทุนสูง และอัตราการเกิดลดลง [14] ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ยังไม่อยากลงทุน แต่ทั้งนี้ยังมีโรงเรียนที่เปิดรับนักเรียนอนุบาลอยู่แล้ว ที่เป็นภาษาไทย ในอำเภอเมืองขอนแก่น อาจเปิดหลักสูตรสองภาษาเพิ่มขึ้น อำนาจต่อรองของผู้ขาย หรือโรงเรียนสองภาษาการประกาศิทรมีนักเรียนน้อย เนื่องจากมีโรงเรียนสองภาษา เปิดรับนักเรียนชั้นอนุบาลหลายโรงเรียน อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ หรือผู้ปกครองมีมาก เนื่องเนื่องจากมีโรงเรียนสองภาษาหลายโรงเรียน สามารถเลือกโรงเรียนใดก็ได้ และการแข่งขันยังมีอยู่เนื่องจากโรงเรียนต่างๆ ก็ได้ประชาสัมพันธ์เพื่อรับนักเรียน และมีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น ลดค่าเทอม ลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า เป็นต้น เพื่อรับนักเรียนให้เร็วขึ้นกว่าโรงเรียนอื่นการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ประชาชนกระตือรือร้นเรื่องภาษาอังกฤษมากขึ้น ซึ่ง Leepakpreeda P [12] ได้ศึกษาแรงจูงใจของผู้ปกครองไทยในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนนานาชาติในเขตกรุงเทพมหานคร ก็พบว่า ผู้ปกครองมีความคิดเห็นโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษว่ามีความสำคัญกับอนาคตบุตรหลาน ดังนั้น เมื่อผู้ใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องภาษาอังกฤษ ก็จะส่งผลให้มีความต้องการในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่เปิดสอนภาษาอังกฤษมากขึ้น ซึ่งจังหวัดขอนแก่นเองก็เป็นเมืองเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โอกาสที่จะรับนักเรียนก็มากขึ้นด้วย คนสมัยใหม่เป็นครอบครัวเดี่ยว ทำงานทั้งคู่หญิงและผู้ชาย ทำให้โรงเรียนอนุบาลมีความจำเป็นในการเปิดรับนักเรียน เนื่องจากพ่อแม่ไม่มีเวลาเลี้ยงเอง รวมถึงการสื่อสารปัจจุบันเพื่อเข้าสู่สังคม มีการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษา การใช้เทคโนโลยีเพื่อมาเป็นสื่อการสอน ได้มากขึ้น และการติดต่อสื่อสาร ความปลอดภัย ความสะดวก ส่วนแต่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง ถ้าโรงเรียนนำมาปรับใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองก็จะทำให้มีความ

เชื่อมั่นถึงความปลอดภัยของบุตรหลานมากขึ้น เช่น กล้องวงจรปิดที่สามารถดูออนไลน์ ผู้ปกครองจะอยู่ที่ไหนก็สามารถมองเห็นความเป็นอยู่ของบุตรหลานในโรงเรียนได้ เป็นต้น การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค นั้นเห็นได้ชัดว่าโรงเรียนสองภาษาการประกาศัทธิมีค่าเทอมถูกกว่าคู่แข่ง ถึงแม้จะเปลี่ยนชื่อโรงเรียนใหม่จากโรงเรียนอนุบาลภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นชื่อเฉพาะ คือโรงเรียนสองภาษาการประกาศัทธิ ก็ยังสามารถพัฒนาไปได้ โดยใช้จุดแข็งเกาะกุมโอกาสในเรื่องการให้ความสำคัญด้านภาษาของผู้ปกครอง และโรงเรียนสองภาษายังมีน้อยอยู่ อีกทั้งยังมีโรงเรียนนานาชาติภายใต้ธุรกิจเดียวกันที่มีชื่อเสียงที่จังหวัดอุดรธานีคือโรงเรียนนานาชาติอุดรธานี (UDIS) ซึ่งเป็นโรงเรียนที่มีชื่อเสียงมายาวนาน ค่าธรรมเนียมการศึกษาสูง ใช้หลักสูตรการศึกษาของประเทศอังกฤษ (NCE) มีทรัพยากรที่มีคุณภาพ จากการศึกษาสามารถนำผลมาวิเคราะห์และจัดทำกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มจำนวนนักเรียนอนุบาล 1 ของโรงเรียนสองภาษาการประกาศัทธิ ได้จำนวน 3 โครงการ คือ 1. โครงการปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์ 2. โครงการสร้างความร่วมมือกับโรงเรียนสองภาษาที่มีนักเรียนอนุบาลเต็มอัตรา และ 3. โครงการส่งเสริมการตลาด โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น จำนวน 32,000 บาท (สามหมื่นสองพันบาทถ้วน) คาดว่าเมื่อดำเนินการตามโครงการแล้วจะสามารถทำให้จำนวนนักเรียนโรงเรียนสองภาษาการประกาศัทธิ มีจำนวนเพิ่มขึ้น ในปีการ 2559 - 2560

ข้อเสนอแนะ

การศึกษากลยุทธ์การเพิ่มจำนวนนักเรียนชั้นอนุบาล 1 โรงเรียนสองภาษาการประกาศัทธิ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ครั้งนี้ ผู้บริหารสามารถนำกลยุทธ์ที่ได้ไปจัดทำเป็นแผนการดำเนินงานประจำปีของโรงเรียน เพื่อเพิ่มจำนวนนักเรียนชั้นอนุบาล 1 รวมถึงชั้นอื่นๆ ให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

1. Office of the Basic Education Commission. List provincial kindergarten. Retrieved 18 Oct 2015, from <http://www.obec.go.th/documents/26169>
2. Thailand Information Center. Population Muang Khon Kaen. Retrieved 30 Aug 2015, from <http://khonkaen.kapook.com/KhonKaen>
3. Department of Local Administration. Statistic school 2015. Bangkok: Department plan and budget. 2015. Thai.
4. Kornprapaphat Bilingual School. Information of Kornprapaphat Bilingual School. Khon Kaen: Kornprapaphat. 2015. Thai.
5. Yamane, Taro. Statistics: An Introductory Analysis. 3rd ed. New York: Harper and Row Publication. 1973. USA.
6. Srisa-ard B. Preliminary research. Bangkok: Suwiriyaarn. 2010. Thai.
7. Wongratana C. Statistics for research. Bangkok: Chulalongkorn University Press. 2010. Thai.
8. Ubonnoi P. Marketing Mix Factors Affecting sending their children to study at the elementary level, (Bilingual Program) Aroonpradit School. Phetchaburi province. Silpakorn University. (IS) 2011. Thai.
9. Tokul J. Factors influencing the decision of parents to choose schools for their children education in kindergarten Varee Chiang Mai. The Far Eastern University. (Thesis) 2014. Thai.
10. Maun S. Factors that influence the decision to Aunaree Witaya School. Samutprakarn province. Dhonburi Rajabat University. (Thesis) 2007. Thai.



11. Janshairatsamee W. Choosing a preschool children's parents in Gymboree Play & Music. Srinakharinwirot University. (Thesis) 2011. Thai.
12. Leepakpreeda P. The motivation of Thailand parents to send their children to international School in Bangkok. Rangsit University. (IS) 2012. Thai.
13. Udon Thani International School. Information of Udon Thani International School. Udon Thani: Udon Thani International School. 2015. Thai.
14. Department of Health. Birth information 2015. Bangkok: Department of Health. 2015. Thai.
15. Saengsuwan T. Marketing Management. 3rd ed. Bangkok: Pearson Education Indochina Ltd. 2004. Thai.