



กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษา
ประจำเขตตรวจราชการที่ 4 และ 5

ชนาลักษณ์ ตันธนกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2549

ISBN 974-671-442-2

**MARKETING STRATEGY OF PRIVATE VOCATIONAL SCHOOLS
IN THE 4th AND THE 5th PUBLIC CENTER**

THANALAK TUNTANAGUL

เลขทะเบียน.....	0188895
วันลงทะเบียน.....	27 11 2549
เลขเรียกหนังสือ.....	658.8
	บ247ก
	[2549]
	ณ

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
Department of Business Administration
Graduate School, Dhurakij Pundit University**

2006

ISBN 974-671-442-2

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “กลยุทธ์การตลาด โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษา ประจําเขตตรวจราชการที่ 4 และ 5” ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะด้วยความกรุณาจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสร่า พงษ์ยี่หล้า ที่ได้สละเวลามาเป็นประธานในการสอบ ท่านรองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ และท่านรองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำทางที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนกรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้ความช่วยเหลือ ให้ความเป็นกันเอง ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการและครู - อาจารย์ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษา ประจําเขตตรวจราชการที่ 4 และ 5 จำนวน 17 โรงเรียน ทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัย นอกจากนี้ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ยังได้รับน้ำใจ ความห่วงใย และกำลังใจจากบุคคลต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณและส่งความปรารถนาดีไปยังผู้ให้ความช่วยเหลือทุกท่าน

คุณค่าและประโยชน์ตลอดจนข้อค้นพบต่างๆ ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขออุทิศแด่บิดา มารดาที่เกื้อกูลผู้วิจัยตลอดมา และขอน้อมนุชาแทนคุณบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ด้วยความรักและความเมตตา แต่หากผลงานวิจัยนี้มีข้อผิดพลาดประการหนึ่งประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ธนาลักษณ์ ตันธนกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ผ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาเอกชนระดับอาชีวศึกษา.....	6
2.2 สภาพและบทบาทของอาชีวศึกษาเอกชนกับการพัฒนาประเทศ....	7
2.3 แผน 4 ปี ของอาชีวศึกษาเอกชน.....	11
2.4 การปฏิรูปการศึกษาไทย ปี 2542 - 2545.....	20
2.5 การตลาด.....	26
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด.....	27
2.7 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	33
2.8 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	45
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	46
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	46
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 วิธีการที่ใช้ในการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง.....	53
4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านกลยุทธ์การตลาดกลุ่มตัวอย่าง.....	61
4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	76
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	112
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	115
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	126
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่น่าผลการวิจัยไปใช้.....	132
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะทำวิจัยครั้งต่อไป.....	134
บรรณานุกรม.....	135
ภาคผนวก.....	139
- แบบสอบถาม.....	140
- จำนวนและรายชื่อ โรงเรียนเอกชน.....	152
- ภูมิหลังของการศึกษาเอกชน.....	153
ประวัติผู้เขียน.....	157

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนและรายชื่อ โรงเรียนเอกชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง.....	47
3.2 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอลบาก.....	49
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามเพศ.....	53
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามอายุ.....	53
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามการศึกษา.....	53
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามสาขาที่จบ.....	54
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามตำแหน่ง.....	54
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามประสบการณ์.....	55
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู - อาจารย์ จำแนกตามเพศ.....	55
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู - อาจารย์ จำแนกตามอายุ.....	55
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู – อาจารย์ จำแนกตามการศึกษา.....	56
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู – อาจารย์ จำแนกตามสาขาที่จบ.....	56
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู – อาจารย์ จำแนกตามตำแหน่ง.....	57
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู –อาจารย์ จำแนกตามประสบการณ์.....	57
4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามจำนวนนักเรียน.....	58
4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามสาขาที่เปิดสอน.....	58
4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามระยะเวลา.....	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามจำนวนครู.....	59
4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามจำนวนครั้งของการเปลี่ยนชื่อ โรงเรียน.....	60
4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร จำแนกตามระดับที่เปิดสอน.....	60
4.19 รายละเอียดระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษา.....	61
4.20 รายละเอียดระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาด้านกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาดและตลาดเป้าหมาย.....	61
4.21 รายละเอียดระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาด้านการวางตำแหน่งทางการตลาด.....	63
4.22 รายละเอียดระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาด.....	64
4.23 รายละเอียดระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาด.....	65
4.24 รายละเอียดระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาด้านการตลาดอื่นๆ.....	66
4.25 รายละเอียดระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาด้านการตลาดอื่นๆ.....	68
4.26 รายละเอียดระดับความคิดเห็นกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษา ด้านผลิตภัณฑ์.....	69
4.27 รายละเอียดระดับความคิดเห็นกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษา ด้านราคา.....	70
4.28 รายละเอียดระดับความคิดเห็นกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษา ด้านช่องทางการจำหน่าย.....	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.29 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาในด้านต่างๆ.....	76
4.30 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาในด้านผลิตภัณฑ์.....	77
4.31 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาในด้านราคา.....	78
4.32 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาในด้านช่องทางการจำหน่าย.....	79
4.33 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาในด้านส่งเสริมการตลาด.....	80
4.34 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาในด้านบุคคล.....	81
4.35 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาในด้านกระบวนการ.....	82
4.36 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาในด้านลักษณะทางกายภาพ.....	83
4.37 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติของผู้บริหารที่มีเพศแตกต่างกัน.....	85
4.38 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติของผู้บริหารที่มีอายุแตกต่างกัน.....	86
4.39 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติของผู้บริหารที่มีการศึกษาแตกต่างกัน.....	88
4.40 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติของผู้บริหารที่มีสาขาที่จบแตกต่างกัน.....	90
4.41 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติของผู้บริหารที่มีตำแหน่งแตกต่างกัน.....	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.42 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติของผู้บริหารที่มี ประสบการณ์แตกต่างกัน.....	94
4.43 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติของ โรงเรียนที่มี จำนวนนักเรียนแตกต่างกัน.....	96
4.44 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติ โรงเรียนที่เปิดสอน สาขาเกษตรแตกต่างกัน.....	98
4.45 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติ โรงเรียนที่เปิดสอน สาขาอุตสาหกรรมต่างกัน.....	100
4.46 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติ โรงเรียนที่เปิดสอน สาขาพาณิชยกรรมต่างกัน.....	101
4.47 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติ โรงเรียนที่เปิดสอนสาขาอื่นๆ แตกต่างกัน.....	103
4.48 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติ โรงเรียนที่มีระยะเวลาก่อตั้งแตกต่างกัน.....	104
4.49 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติ โรงเรียนที่มีจำนวนครูแตกต่างกัน.....	106
4.50 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติของ โรงเรียนที่มีจำนวนครั้งของการ เปลี่ยนชื่อ โรงเรียนแตกต่างกัน.....	108
4.51 ผลการทดสอบระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของ โรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษาที่มีคุณสมบัติ โรงเรียนที่มีการเปิดสอนแตกต่างกัน.....	109

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ส่วนประสมการตลาด 7 ประเภท.....	33
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	46

DPU