



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือก โรงเรียนเอกอโยธยา*

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING PARENTS DECISION IN CHOOSING
AEK AYOTHAYA SCHOOL



วิกานดา เสวตวิหารี

Vikanda Swetviharee

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

Corresponding Author E-mail: vikanda0909.sw@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่ามีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ปกครองของนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเอกอโยธยา จำนวน 297 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคของสูตร KR20 เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พบว่า ผู้บริหารมีลักษณะความเป็นผู้นำ ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการและมีวิสัยทัศน์ที่ดี ครูมีคุณธรรมจริยธรรมที่เหมาะสมตามหลักวิชาชีพ ผู้บริหารมีการรับฟังปัญหา กล้าเผชิญปัญหา ข้อขัดแย้งต่าง ๆ และแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ และข้อที่มีค่าต่ำสุด คือ ครูมีความรู้ความสามารถประสบการณ์ และคุณสมบัติที่เหมาะสม 2. การตัดสินใจของผู้ปกครองด้านการประเมินผลทางเลือก โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครอง ทำเลที่ตั้งของโรงเรียนสภาพแวดล้อมของโรงเรียน หลักสูตรการเรียนการสอนของ

*Received June 10, 2023; Revised August 15, 2023; Accepted September 1, 2023



โรงเรียน และข้อที่มีค่าต่ำสุด คือ เปรียบเทียบค่าเล่าเรียนกับโรงเรียนอื่นที่จัดการศึกษาในมาตรฐานใกล้เคียงกัน

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด; การตัดสินใจเลือกโรงเรียน

Abstract

Objectives of this research article were: 1. To study the level of marketing mix factors that affected parents, decision making in selecting Aek Ayothaya School Phranakhon Si Ayutthaya Province. and 2. To study the relationship between marketing mix factors that affected decision making. Of parents in choosing Aek Ayothaya School Phranakhon Si Ayutthaya Province, conducted by the quantitative research. The research population were parents of students from grade 1 to grade 6. Aek Ayothaya School consisted of 297 students. The research tool was questionnaires. The Cronbach alpha coefficient of the KR20 formula was obtained. to find the confidence value of the questionnaire The statistics used in the research were percentage, mean, standard deviation, and correlation coefficient The questionnaire data was analyzed by descriptive analysis.

The results of the study were found that: 1. Personnel marketing mix the average was at a high level. When considering each item with the highest average, it was found that the executives had a leadership style. Executives had knowledge, ability to manage and had a good vision. Teachers had morals and ethics that were appropriate according to professional principles. Executives were listening to problems and dared to face problems and various conflicts and resolved them systematically. The lowest value was that the teacher had knowledge, competency, experience and appropriate qualifications. 2. Parental decision making for alternative assessments the average was at high level. When considering each item with the highest mean, it was the channel of communication with parents. School location, school environment school teaching curriculum and the lowest value was to compare tuition fees with other schools that provided education in a similar standard.

Keywords: Marketing Mix; School Choice Decision

บทนำ

ในอดีตโรงเรียนเอกชนจำนวนมากได้จัดการศึกษาเพื่อแบ่งเบาภาระของรัฐ และโรงเรียนเอกชนเหล่านั้นต่างก็ได้รับความนิยมจากสังคม เพราะมีความเชื่อมั่นและความศรัทธาต่อการบริหารจัดการศึกษาที่มีคุณภาพเพื่อต่อยอดให้นักเรียนมีความพร้อมสำหรับการศึกษาระดับที่สูงขึ้นและให้ความสำคัญกับนักเรียนอย่างจริงจังมากกว่าโรงเรียนรัฐหลายแห่ง ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลง ของสังคมไทยและบริบทของโลก โดยเฉพาะนโยบายของรัฐบาลในปัจจุบันที่ให้การสนับสนุนโรงเรียนรัฐ มากกว่าโรงเรียนเอกชนอย่างชัดเจนในทุกด้านของภารกิจโรงเรียน โรงเรียนเอกชนส่วนใหญ่กำลังเข้าสู่วิกฤต ทั้งภาวะทางสังคม โครงสร้างประชากรวัยเรียนที่ลดลง ภาวะทางเศรษฐกิจ และนโยบายของรัฐ (นฤมล ทรัพย์วิระปรกรณ์, 2558) โดยเฉพาะปัญหาความเหลื่อมล้ำของเงินอุดหนุนรายหัวของนักเรียน และอาหารกลางวันของนักเรียนและสวัสดิการครูโรงเรียนเอกชนที่ได้รับน้อยกว่าโรงเรียนรัฐ ดังนั้น โรงเรียน เอกชนจึงต้องได้รับการเยียวยาจากทุกภาคส่วนโดยเฉพาะรัฐบาลอย่างเร่งด่วน โรงเรียนเอกชนที่มีเกียรติประวัติ มีต้นทุนทางสังคมอย่างยาวนาน ผู้บริหารหรือเจ้าของโรงเรียนยังมีจิตวิญญาณและอุดมการณ์ ความเป็นครูที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการศึกษาของชาติ ก็ยังคงดำเนินการต่อยอดภาระที่หนัก แต่จะอยู่รอดได้ยาวนานอย่างไร 100 ปี การศึกษาเอกชน มุ่งมั่นพัฒนาการศึกษาไทย ประเด็นที่สำคัญที่นักวิชาการกล่าวถึงเกี่ยวกับการศึกษาเอกชน เช่น การจัดการศึกษาเอกชน มีจุดแข็งในเรื่องการบริหารจัดการ ความคล่องตัว การก้าวทัน ด้านเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลง ที่รวดเร็ว สามารถปรับหลักสูตรใช้สื่อการสอนกระตุ้นผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้จากแนวคิดและหลักการที่ได้กล่าวมาข้างต้น สถานศึกษาหรือโรงเรียนจึงต้องปรับเปลี่ยนให้ทันกับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง เพื่อเป็นทางเลือก ตอบสนองความต้องการ และดึงดูดความสนใจของผู้ปกครองในการตัดสินใจเข้าเรียน ซึ่งปัจจัยในการเลือกโรงเรียนของผู้ปกครองมีหลายประการขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลและทัศนคติของแต่ละบุคคล จึงทำให้ผู้ปกครองมีการตัดสินใจเลือกที่แตกต่างกัน นอกจากปัจจัยส่วนบุคคลแล้วยังมีปัจจัยด้านโรงเรียน ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการบริหารสถานศึกษา หลักสูตรและการจัดการเรียน (สโรชิน สุวิสุทธิ และคณะ, 2557)

การสอน สิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่าย อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม รวมถึงชื่อเสียงของโรงเรียน (Wayne & Cecil, 2013) การวิจัยในครั้งนี้ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาโรงเรียนให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากข้อมูลฝ่ายทะเบียนโรงเรียนเอกชนไทย ปีการศึกษา 2565 มีแนวโน้มที่ผู้ปกครองสนใจติดต่อสอบถามข้อมูลเพื่อตัดสินใจเลือกเข้าโรงเรียนเอกชนไทย มีมากกว่า 110 ท่าน (โรงเรียนเอกชนไทย, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับการแข่งขันด้านการศึกษาที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงมุ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชนไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการ และ



พัฒนาสถานศึกษาให้สามารถตอบสนองความต้องการ จึงได้จัดทำโครงการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการโรงเรียนเอกชนให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นในอนาคตต่อไปรวมทั้งเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โรงเรียนเอกอโยธยาตระหนักในความสำคัญของการจัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โดยเฉพาะช่วงอายุ 12-17 ปี ให้ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ตามศักยภาพ มีการส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียนในทุกมิติ จัดสิ่งแวดล้อมให้มีส่วนช่วยให้นักเรียนมีทักษะในการเรียนรู้ จัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตามหลักสูตรแกนกลางขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 และสนองนโยบายการศึกษาของชาติ ตลอดจนนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน และสนองความต้องการของชุมชน ให้นักเรียนเป็นผู้ที่เก่ง ดี และมีความสุข สามารถนำความรู้และทักษะไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้ พร้อมทั้งเป็นผู้มีความสามารถอยู่ในประชาคมอาเซียน และประชาคมโลก โดยมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาจีน ตลอดจนทักษะการเรียนรู้ที่จำเป็นตามมาตรฐานการศึกษาสากลสำหรับศตวรรษที่ 21 และสอดคล้องกับงานและภารกิจการจัดการศึกษาของโรงเรียนที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้นักเรียนมีสมรรถนะ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามที่หลักสูตรกำหนด และมีผลการประเมินทั้งระดับก่อนประถมศึกษา ระดับประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา ได้ระดับคุณภาพดีเยี่ยมทุกมาตรฐาน

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ในการดำเนินธุรกิจทุกประเภทจะมีปัจจัยต่าง ๆ มากระทบการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินงานทางการตลาด จะมีปัจจัย 2 อย่าง คือ ปัจจัยภายในของกิจการ (Internal Factors) ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการสามารถควบคุมให้เป็นไปตามนโยบายของกิจการ คือ ส่วนประสมการตลาด ปัจจัยภายนอก (External Factors) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของกิจการไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้น ต้องปรับปัจจัยภายในให้สอดคล้องกับปัจจัยภายนอก เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง คู่แข่งขัน วัฒนธรรม กฎหมาย และเทคโนโลยี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่ามีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)



2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ปกครองของนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเอกอโยธยา ซึ่งจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,152 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ปกครองของนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเอกอโยธยา โดยใช้หลักการคำนวณของทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 297 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วนด้วยกันดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกอโยธยาของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านครูผู้สอน และด้านความสัมพันธ์ ระหว่างโรงเรียนและชุมชน ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert, 1967) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อโรงเรียนเอกอโยธยาเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ต (Likert, 1967) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะได้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2558)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล จากแหล่งข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 297 คน ดำเนินการแจกให้กับผู้ปกครอง เพื่อทำการตอบแบบสอบถาม ทางออนไลน์ ผ่านทาง Google Form เนื่องจากเป็นวิธีที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สามารถลดระยะเวลา และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555)

5.1 ค่าความถี่และร้อยละ (Frequency and Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม



5.2 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัจจัยในการปฏิบัติงาน และแบบสอบถามส่วนที่ 3 ด้านปัจจัยที่เลือกตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา

5.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัจจัยในการปฏิบัติงาน และแบบสอบถามส่วนที่ 3 ด้านปัจจัยที่เลือกตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.4 ทดสอบสมมุติฐาน ด้วย Independent Sample T-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.5 ทดสอบสมมุติฐาน ด้วย One-Way ANOVA: F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกอโยธยาและเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure (Lease-Significant Different)

5.6 ทดสอบสมมุติฐาน ด้วยสถิติเชิงอนุมาณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทุกด้าน (n=297)

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์				
1	โรงเรียนมีหลักสูตรที่ได้มาตรฐาน และได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์กรทางการศึกษา	4.01	.64	มาก
2	โรงเรียนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	3.90	.67	มาก
3	โรงเรียนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาการของผู้เรียน	3.89	.69	มาก
4	โรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความสามารถเต็มศักยภาพ	3.90	.68	มาก



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทุกด้าน (n=297) (ต่อ)

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
5	โรงเรียนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ทั้งในระดับชาติและระดับสากล	3.90	.71	มาก
ด้านราคา				
6	ค่าแรกเข้ามีความเหมาะสม	3.45	.67	ปานกลาง
7	ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสม	3.40	.69	ปานกลาง
8	ค่าอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสม	3.40	.71	ปานกลาง
9	ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ มีความเหมาะสม	3.32	.72	ปานกลาง
10	ค่าอาหารมีความเหมาะสม	3.33	.72	ปานกลาง
11	โรงเรียนตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของผู้ปกครอง	3.73	.89	มาก
12	โรงเรียนตั้งอยู่ใกล้สถานที่ที่สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล วัด ตลาด ร้านค้า เป็นต้น	3.69	.78	มาก
13	โรงเรียนต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปราศจากมลภาวะทางเสียง และกลิ่น	3.95	.74	มาก
14	การเดินทางมาโรงเรียนสะดวก	3.96	.72	มาก
15	โรงเรียนมีที่จอดรถเพียงพอ	3.15	.82	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
16	โรงเรียนมอบสิทธิในการลดหย่อนค่าแรกเข้าและค่าเล่าเรียนให้แก่ผู้ปกครองตามเงื่อนไขต่าง ๆ	3.25	.80	ปานกลาง
17	โรงเรียนมีโควตาในการเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยให้แก่นักเรียน	3.39	.76	ปานกลาง
18	โรงเรียนมีการแจ้งข้อมูลของนักเรียนให้ผู้ปกครองรับทราบอย่างสม่ำเสมอ	3.89	.79	มาก
19	โรงเรียนเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของโรงเรียน	3.85	.72	มาก
20	โรงเรียนมีการจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนให้ผู้ปกครองทราบ	3.74	.74	มาก
ด้านบุคลากร				
21	ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการและมีวิสัยทัศน์ที่ดี	4.00	.70	มาก
22	ผู้บริหารมีลักษณะความเป็นผู้นำ	4.04	.68	มาก
23	ผู้บริหารมีการรับฟังปัญหา กล้าเผชิญปัญหา ข้อขัดแย้งต่าง ๆ และแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ	3.88	.74	มาก
24	ครูมีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และคุณสมบัติที่เหมาะสม	3.85	.67	มาก
25	ครูมีคุณธรรมจริยธรรมที่เหมาะสมตามหลักวิชาชีพ	3.91	.66	มาก



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทุกด้าน (n=297) (ต่อ)

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านลักษณะทางกายภาพ				
26	โรงเรียนมีสภาพแวดล้อมทั้งภายในห้องเรียนและภายนอกห้องเรียนที่เอื้อต่อการเรียนรู้	3.78	.71	มาก
27	โรงเรียนมีอาคารสถานที่และห้องเรียนที่เพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน	3.84	.70	มาก
28	โรงเรียนมีขนาดห้องเรียนและจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องที่เหมาะสม	3.69	.75	มาก
29	โรงเรียนมีอัตราส่วนระหว่างครูกับนักเรียนที่เหมาะสม	3.69	.73	มาก
30	โรงเรียนมีอาคารสถานที่สะอาด ส่งผลต่อสุขอนามัยที่ดีของผู้เรียน	3.82	.73	มาก
ด้านกระบวนการ				
31	โรงเรียนมีการวางแผนในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.78	.68	มาก
32	โรงเรียนมีกระบวนการบริหารจัดการสถานศึกษาที่ดี	3.84	.72	มาก
33	โรงเรียนมีระเบียบแบบแผนในการรับสมัครนักเรียน	3.86	.68	มาก
34	โรงเรียนมีกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ	3.82	.70	มาก
35	โรงเรียนมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนที่ดี	3.96	.70	มาก
ด้านการรับรู้ปัญหา				
36	การรักษาพื้นฐานขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และความเป็นชาติไทย เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการจัดการศึกษาในประเทศไทย	3.92	.68	มาก
37	นักเรียนที่เรียนหลักสูตรสองภาษาจะมีความสามารถในการใช้ภาษาไทย และภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี	3.79	.71	มาก
38	โรงเรียนเอกชนสามารถส่งเสริมเสรีภาพด้านการศึกษาช่วยโอกาสในการเลือกสถานศึกษามากแห่งขึ้น	3.78	.66	มาก
39	การบริหารจัดการที่มีอิสระจะมีความคล่องตัวในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ดำเนินกิจการ	3.87	.68	มาก
40	การจัดการศึกษามีทั้งการศึกษาในระบบโรงเรียนและการศึกษานอกระบบโรงเรียนช่วยประหยัดเงินงบประมาณในการลงทุนด้านการศึกษาของรัฐ	3.60	.70	มาก
ด้านการค้นหาข้อมูล				
41	สอบถามจากเพื่อน คนรู้จัก	3.49	.72	ปานกลาง
42	สอบถามจากผู้ปกครองของนักเรียนที่เรียนโรงเรียนแห่งนี้	3.51	.72	มาก
43	ศึกษาข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายรับสมัครและฝ่ายวิชาการของโรงเรียน	3.60	.72	มาก



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทุกด้าน (n=297) (ต่อ)

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
44	ค้นหาจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น แผ่นป้ายโฆษณา โบรชัวร์	3.36	.81	ปานกลาง
45	ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพชบุค ของโรงเรียน	3.59	.80	มาก
	ด้านการประเมินผลทางเลือก			
46	หลักสูตรการเรียนการสอนของโรงเรียน	3.87	.66	มาก
47	เปรียบเทียบค่าเล่าเรียนกับโรงเรียนอื่นที่จัดการศึกษาในมาตรฐานใกล้เคียงกัน	3.58	.74	มาก
48	ทำเลที่ตั้งของโรงเรียน	3.89	.70	มาก
49	สภาพแวดล้อมของโรงเรียน	3.88	.70	มาก
50	ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครอง	3.90	.72	มาก
	ด้านการตัดสินใจซื้อ			
51	ความเชื่อมั่นด้านหลักสูตรของโรงเรียน	3.87	.70	มาก
52	ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงเรียน	3.90	.75	มาก
53	โปรโมชั่นพิเศษสำหรับส่วนลดค่าแรกเข้า/ค่าเล่าเรียน/ค่ากิจกรรมพิเศษ	3.45	.83	ปานกลาง
54	ความสะดวกในการเดินทาง	3.96	.70	มาก
55	บุคลากรของคนที่รู้จักเรียนที่โรงเรียนแห่งนี้	3.42	.97	ปานกลาง
	ด้านการตัดสินใจซื้อ			
56	พึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน	3.77	.69	มาก
57	จะให้บุตรหลานเรียนต่อที่โรงเรียนแห่งนี้ในระดับที่สูงขึ้น	3.70	.76	มาก
58	จะให้บุตรหลานเรียนต่อที่โรงเรียนแห่งนี้จนจบหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย	3.55	.87	มาก
59	มั่นใจว่าเมื่อบุตรหลานจบจากโรงเรียนแห่งนี้จะสามารถเลือกศึกษาต่อได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	3.61	.71	มาก
60	จะแนะนำผู้ปกครองท่านอื่นให้นำบุตรหลานมาเรียนที่โรงเรียนแห่งนี้	3.70	.78	มาก
รวม		3.92	.02	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ โรงเรียนมีหลักสูตรที่ได้มาตรฐาน และได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์กรทางการศึกษา ($\bar{X}=4.01$) ด้านราคา มากที่สุด คือ ค่าแรกเข้ามีความเหมาะสม ($\bar{X}=3.45$) ด้านทำเลที่ตั้ง มากที่สุด คือ การเดินทางมาโรงเรียนสะดวก ($\bar{X}=3.96$) ด้านการส่งเสริมการตลาด มากที่สุด คือ โรงเรียนมีการแจ้งข้อมูลของนักเรียนให้ผู้ปกครองรับทราบอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}=3.89$) ด้านบุคลากร มากที่สุด คือ ผู้บริหารมี



ลักษณะความเป็นผู้นำ ($\bar{X}=4.04$) ด้านลักษณะทางกายภาพ มากที่สุด คือ โรงเรียนมีอาคารสถานที่ และห้องเรียนที่เพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน ($\bar{X}=3.84$) ด้านกระบวนการ มากที่สุด คือ โรงเรียนมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนที่ดี ($\bar{X}=3.96$) ด้านการรับรู้ปัญหา มากที่สุด คือ การศึกษาพื้นฐานขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และความเป็นชาติไทย เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการจัดการศึกษาในประเทศไทย ($\bar{X}=3.92$) ด้านการค้นหาข้อมูล มากที่สุด คือ ศึกษาข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายรับสมัครและฝ่ายวิชาการของโรงเรียน ($\bar{X}=3.60$) ด้านการประเมินผลทางเลือก มากที่สุด คือ ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครอง ($\bar{X}=3.90$) ด้านการตัดสินใจซื้อ มากที่สุด คือ ความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X}=3.96$) ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มากที่สุด คือ พึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน ($\bar{X}=3.77$)

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา (Price) ด้านทำเลที่ตั้ง (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (n=297)

ปัจจัยส่วนประสม	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval Of the Difference	
						Lower	Upper
ด้านผลิตภัณฑ์	2.48	297	.014	.49	.20	.10	.87
ด้านราคา	3.62	297	.005	.56	.15	.25	.87
ด้านทำเลที่ตั้ง	3.12	297	.002	.51	.16	.19	.84
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.28	297	.012	.71	.17	.39	1.11
ด้านบุคลากร	3.65	297	.000	.47	.11	.34	.79
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.59	297	.001	.53	.12	.16	.82
ด้านกระบวนการ	4.12	297	.002	.56	.21	.42	.74
รวม	3.67	297	.000	.55	.15	.25	.84

จากตารางที่ 2 พบว่า การเปรียบเทียบเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

การวิเคราะห์เปรียบเทียบการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตัวแปรด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (n=297)

ปัจจัยส่วนประสม	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Differenc e	Std. Error Difference	95% Confidence Interval Of the Difference	
						Lower	Upper
ด้านการรับรู้ปัญหา	.81	297	.005	.42	.33	.12	.14
ด้านการค้นหาข้อมูล	.65	297	.000	.51	.12	.09	.25
ด้านการประเมินผลทางเลือก	.57	297	.012	.55	.26	.10	.13
ด้านการตัดสินใจซื้อ	.45	297	.001	.65	.16	.10	.25
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	.72	297	.014	.33	.31	.16	.11
รวม	.34	297	.000	.62	.20	.09	.15

จากตารางที่ 3 พบว่า การเปรียบเทียบเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้นำผลการตอบแบบสอบถามของผู้ปกครองนักเรียนมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ โรงเรียนมีหลักสูตรที่ได้มาตรฐาน ได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์กรทางการศึกษา โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความสามารถเต็มศักยภาพ ด้านราคา ค่าแรกเข้า ค่าเล่าเรียน ค่าอุปกรณ์การเรียน ค่าอาหาร ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ มีความเหมาะสม ด้านทำเลที่ตั้ง โรงเรียนตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปราศจากมลภาวะทางเสียง และกลิ่น ตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของผู้ปกครอง ด้านการส่งเสริมการตลาด โรงเรียนมีการแจ้งข้อมูลของนักเรียนให้ผู้ปกครองรับทราบอย่าง เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของโรงเรียน และมอบสิทธิในการลดหย่อนค่าแรกเข้าและค่าเล่าเรียนให้แก่ผู้ปกครองตามเงื่อนไขต่าง ๆ ด้านบุคลากร โรงเรียนมีผู้บริหารมีลักษณะความเป็นผู้นำ ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการและมีวิสัยทัศน์ที่ดี ครูมีคุณธรรมจริยธรรมที่เหมาะสมตามหลักวิชาชีพ



ด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนมีอาคารสถานที่และห้องเรียนที่เพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน และโรงเรียนมีขนาดห้องเรียนและจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องที่เหมาะสม ด้านกระบวนการ โรงเรียนมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนที่ดี มีระเบียบแบบแผนในการรับสมัครนักเรียน มีกระบวนการบริหารจัดการสถานศึกษาที่ดี

2. ผลศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่ามีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าด้านการรับรู้ปัญหาการบริหารจัดการที่มีอิสระจะมีความคล่องตัวในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ดำเนินกิจการ ด้านการค้นหาข้อมูล ศึกษาข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายรับสมัครและฝ่ายวิชาการของโรงเรียน ด้านการประเมินผลทางเลือก ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครอง ทำเลที่ตั้งของโรงเรียนสภาพแวดล้อมของโรงเรียน หลักสูตรการเรียนการสอนของโรงเรียน และเปรียบเทียบค่าเล่าเรียนกับโรงเรียนอื่นที่จัดการศึกษาในมาตรฐานใกล้เคียงกัน ด้านการตัดสินใจซื้อความสะดวกในการเดินทาง ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงเรียน ความเชื่อมั่นด้านหลักสูตรของโรงเรียน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ พึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน จะให้บุตรหลานเรียนต่อที่โรงเรียนแห่งนี้ และจะแนะนำผู้ปกครองท่านอื่นให้นำบุตรหลานมาเรียนที่โรงเรียนแห่งนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรเพิ่มเติมด้านข้อมูลการส่งเสริมปัจจัยทางการตลาด เช่น ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และบริบทของโรงเรียน เพื่อความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. โรงเรียนควรมีการบริหารจัดการและมีวิสัยทัศน์ที่ดีครุมีคุณธรรมจริยธรรมที่เหมาะสมตามหลักวิชาชีพ ผู้บริหารมีการรับฟังปัญหา กล้าเผชิญปัญหา ข้อขัดแย้งต่าง ๆ และแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ

2. โรงเรียนควรจัดให้มีอาคารสถานที่และห้องเรียนที่เพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน สะอาด ส่งผลต่อสุขอนามัยที่ดีของผู้เรียน มีสภาพแวดล้อมทั้งภายในห้องเรียนและภายนอกห้องเรียนที่เอื้อต่อการเรียนรู้ มีขนาดห้องเรียนและจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการเลือกโรงเรียนเอกอโยธยา กับโรงเรียนเอกชนแห่งอื่น ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล ทรัพย์วีระปกรณ. (2558). *การพัฒนารูปแบบการให้การปรึกษากลุ่มแบบบูรณาการ เพื่อแรงจูงใจเป้าหมายในการเรียนของนักศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2558). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- โรงเรียนเอกอโยธยา. (2565). *รู้จักโรงเรียน*. สืบค้น 25 มกราคม 2565, จาก https://aay.ac.th/known_school/
- สโรชิน สุวิสุทธิ และคณะ. (2557). โอกาสและอุปสรรคของการศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานไทย ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2555-2564). *วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 10(2), 104-112.
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมหลังการขาย*. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- Likert, R. (1967). *New Patterns of Management*. New York: McGraw-Hill.
- Wayne, K. H. & Cecil, G. (2013). *Transformational leadership theory for educational institution administrators*. New York: McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

