

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ กรณีศึกษา โรงเรียนนานาชาติโครสเบอร์รี่ กรุงเทพฯ

ชนินทร์ แสงดี*

บุญอนันต์ พินัยทรัพย์**

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ กรณีศึกษา โรงเรียนนานาชาติโครสเบอร์รี่ กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ และศึกษาปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติสูงสุดคือ ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.806) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสิ่งแวดลอม ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.854) ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.898) และปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.956) ตามลำดับ ดังนั้น โรงเรียนควรมุ่งเน้นการส่งเสริมทางการตลาด (promotion) ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ผู้ปกครองนักเรียนที่กำลังตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติให้แก่บุตรหลานของตนได้ทราบ โดยอาจประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทางการศึกษา ประชาสัมพันธ์ตามงานด้านการศึกษา หรือผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์อื่น ๆ โดยโรงเรียนควรดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดในด้านอื่น ๆ ซึ่งมีความสำคัญในลำดับรองลงมาควบคู่ไปด้วย

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาด การตัดสินใจ โรงเรียนนานาชาติ

* โรงเรียนนานาชาติโครสเบอร์รี่

อีเมล: thunjack@hotmail.com

** คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

อีเมล: boon@nida.ac.th

Marketing Factors Influence on Decision Making to Choose the International School: A Case Study on Shrewsbury International School Bangkok

Chanin Sangdee^{*}

Boon-anan Phinaitrup^{**}

Abstract

This study aimed to investigate the marketing factors which influence on decision making to choose international school. Shrewsbury International School Bangkok was the case study in this studying. The specific purposes of the studying included determining the affect of decision making on individual essence, reputation, educational school, location and environment in international school. The study found out that majority of parents in Shrewsbury International School Bangkok chose educational systems for the most significantly ($\bar{X}$ = 4.38, S.D. = 0.806), followed in turn by location and environment ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.854). The finding also showed the significant influence of reputation and school fees affect decision marking for choosing international school by $\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.898 and $\bar{X}$ = 3.83, S.D. = 0.956. Therewith, school should focus on market promotion by doing public relations to promote school information relate to educational system. In order to reach the need of parents who are looking for the information which meet their needs. The channel to transfer information would be the way to transfer information direct to parents efficiently. Besides, promoting educational system also need to support other factor which is minor important.

Keywords: Marketing factors, decision making, international school

^{*} Shrewsbury International School.

E-mail: thunjack@hotmail.com

^{**} Graduate School of Public Administration, National Institute of Development Administration (NIDA).

E-mail: boon@nida.ac.th

บทนำ

การศึกษาเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ดีที่สุดอย่างหนึ่ง ทุกประเทศทั่วโลกทั้งประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนาจะให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการให้การศึกษาที่ดีแก่ประชากรของตน การศึกษาจึงนับได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง และเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ไม่มีวันสิ้นสุด การเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลานของผู้ปกครองจึงเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญ โดยคาดหวังว่า บุตรหลานของตนจะได้รับการศึกษาที่ดี มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การศึกษายังเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้าน (Supanakarn & Sophonthammarn, B.E.2554: 423)

การจัดการศึกษาในประเทศไทยมีวิวัฒนาการและเติบโตมาอย่างต่อเนื่อง โดยกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมโลกทำให้ประเทศไทยต้องปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง การเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในช่วงปลายปี พ.ศ.2558 นี้ ก็เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อการเติบโตทางการศึกษาของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาในรูปแบบนานาชาติ ซึ่งภาครัฐได้ให้การสนับสนุนสถาบันการศึกษาต่างประเทศที่ต้องการจะเปิดสาขาในประเทศไทย และตั้งเป้าหมายที่จะเป็นศูนย์กลางทางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคอาเซียน โดยใช้กลยุทธ์ด้านความหลากหลายของสาขาวิชาและค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ ในระดับคุณภาพมาตรฐานที่ทัดเทียมกัน (Buranasomphop, B.E.2557)

โรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยเป็นหนึ่งในสถานศึกษารูปแบบนานาชาติที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการให้เปิดทำการเรียนการสอนให้กับนักเรียนในระดับชั้นอนุบาล ประถมศึกษา และมัธยมศึกษา ปัจจุบัน ผู้ปกครองและนักเรียนให้ความสนใจการศึกษาในโรงเรียนนานาชาติเป็นอย่างมาก จากสถิติของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (B.E.2557) พบว่านักเรียนในโรงเรียนนานาชาติปี พ.ศ.2556 มีจำนวนสูงถึง 42,024 คน ซึ่งสูงขึ้นจากปี พ.ศ.2555 ที่มีจำนวนนักเรียนในโรงเรียนนานาชาติเพียง 35,436 คน คิดเป็นอัตราเติบโตสูงถึง 18.6% อีกทั้งในปี พ.ศ.2556 มีจำนวนโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยทั้งสิ้น 143 แห่ง โดยในจำนวนนี้เป็นโรงเรียนเปิดใหม่ถึง 5 แห่ง จากสถานการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงอุปสงค์และสภาพการแข่งขันของโรงเรียนนานาชาติที่เพิ่มสูงขึ้น

โรงเรียนนานาชาติโซर्सเบอรี กรุงเทพฯ เป็นหนึ่งในโรงเรียนนานาชาติที่เปิดทำการสอนเมื่อปี พ.ศ.2546 ในช่วงที่เริ่มมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักเรียนในโรงเรียนนานาชาติ โดยเปิดสอนนักเรียนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งโรงเรียนได้บริหารจัดการเพื่อตอบสนองและเข้าถึงความต้องการของผู้ปกครองและนักเรียนโดยอาศัยปัจจัยทางการตลาดต่าง ๆ อาทิ ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม โดยปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้โรงเรียนก้าวขึ้นสู่การเป็นโรงเรียนนานาชาติในระดับแนวหน้า (Samuthvanich, B.E.2555)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
5. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ กรณีศึกษา โรงเรียนนานาชาติโพธิ์เบอรี่ กรุงเทพฯ” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้ทำการรวบรวมวรรณกรรมและนำเสนอแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามประเด็นดังต่อไปนี้

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจโรงเรียนนานาชาติ

Philip Kotler (2003) ได้ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจ (marketing mix) ไว้ว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) 4 อย่าง (4P's) ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยจะต้องจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจนั้น ๆ โดยอดุลย์ จาตุรงค์กุล (B.E.2546: 16-17) กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจโรงเรียนนานาชาติไว้ว่า ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง การสร้างคุณค่า (value) ให้เกิดขึ้นและเป็นสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงเรียนนานาชาติ ผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับชื่อเสียงของโรงเรียน หลักสูตรที่เปิดสอน เอกสารประกอบการเรียนการสอน เป็นต้น 2) ราคา (price) หมายถึง การตั้งราคาเป็นคุณค่าในรูปตัวเงิน โดยมีการเรียกราคาได้หลายแบบ เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าบริการ ค่าเช่า ค่าธรรมเนียม เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะเรียกอย่างไร ราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับคิดค่าบริการมักได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมทั้งต้นทุนและเป็นการสร้างกำไร การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะรับรู้บริการด้วย ลูกค้าอาจจะประเมินบริการด้วยราคา เพราะบริการนั้นยากที่จะประเมิน ดังนั้น ราคาจึงมักจะมีความสำคัญในการชี้วัดระดับคุณภาพของการให้บริการในธุรกิจโรงเรียน ได้แก่ ราคา ค่าเล่าเรียนที่เหมาะสมหรือการชำระเงินด้วยวิธีการต่าง ๆ 3) การจัดจำหน่าย (place) หมายถึง การจัดจำหน่ายบริการ เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการได้ตามต้องการและเกิดความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาให้เกิดประสิทธิภาพ เช่น การมีสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทาง หรือสามารถติดต่อผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวก เป็นต้น 4) การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง การส่งเสริมการขาย โดยสิ่งที่ท้าทายการสื่อสารการตลาดคือ การที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ความไม่มีตัวตนของบริการมักทำให้เป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ก่อนการซื้อ ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดจำเป็นต้องอธิบายว่าบริการคืออะไรและให้คุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร เช่น การมีใบปลิวแนะนำหลักสูตร หรือการส่งเสริมการขายในด้านต่าง ๆ เช่น การลดราคาค่าเล่าเรียน เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ อันได้แก่ ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน และปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้แก่บุตรหลานของตน ผู้วิจัยจึงใช้ปัจจัยดังกล่าวในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ กรณีศึกษา โรงเรียนนานาชาติโพธิ์เบอรี่ กรุงเทพฯ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจและการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ

กุลชลี ไชยนันตา (B.E.2550 cited in Peremei, B.E.2550) ได้อธิบายว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการของการเปรียบเทียบผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากทางเลือกหลาย ๆ ทาง โดยที่ผู้ตัดสินใจจะเลือกทางเลือกที่มีผลตอบแทนมากที่สุด การตัดสินใจเป็นสิ่งที่จำเป็นเนื่องจากทรัพยากรมีจำกัด แต่ความต้องการของมนุษย์มีไม่จำกัด จึงจำเป็นที่จะต้องตัดสินใจเพื่อให้ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้ทรัพยากรนั้น ๆ โดยกระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ 1) การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ข้อจำกัด ทางเลือก 2) การเลือกทางเลือกที่ดี

ที่สุด ซึ่ง รัชชัย สันติวงษ์ (B.E.2538: 35-39) ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีการตัดสินใจไว้ว่า เป็นทฤษฎีที่มุ่งอธิบายและเสนอกระบวนการตัดสินใจที่มนุษย์ควรยึดถือเป็นหลักปฏิบัติเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ โดยประกอบด้วย 3 ทฤษฎี ดังนี้ 1) ทฤษฎีการตัดสินใจเพื่อความคาดหวังสูงสุด 2) ทฤษฎีการตัดสินใจเพื่ออรรถประโยชน์สูงสุด 3) ทฤษฎีการตัดสินใจเพื่ออรรถประโยชน์ที่คาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับที่ เมธาวิ สุขปาน (B.E.2556: 23) ได้อธิบายไว้ว่า โดยทั่วไป ผู้บริโภคมักจะเลือกบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด และจะหลีกเลี่ยงการตัดสินใจใด ๆ ที่ทำให้เสียประโยชน์ ไม่มีประโยชน์หรือได้รับประโยชน์น้อยที่สุด โดยใช้แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า การตัดสินใจเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งเพื่อให้ตนเองได้รับความพึงพอใจสูงสุดหรืออรรถประโยชน์สูงสุด (utility maximization) และได้รับผลสูงสุด (maximize profit) ภายใต้เงินหรือรายได้ที่มีอยู่จำกัด และทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งการตัดสินใจที่ผิดพลาดไม่เพียงแต่จะได้รับประโยชน์น้อย แต่อาจจะไม่ได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์ก็เป็นได้

จากปัญหาของการมีทรัพยากรหรือปัจจัยทางการเงินอยู่อย่างจำกัด ทำให้ผู้ประกอบการนักเรียนต้องประสบปัญหาในการวิเคราะห์และตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติให้แก่บุตรหลานของตน โดยในทางเลือกต่าง ๆ มักก่อให้เกิดต้นทุนทางตรง ทางอ้อม รวมถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสที่มาพร้อมกับการตัดสินใจเลือกทางเลือกนั้น ๆ ด้วย ดังนั้น การตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองจึงจำเป็นต้องตัดสินใจภายใต้งบประมาณที่มีอยู่ ประกอบกับปัจจัยทางการตลาดต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจได้ว่าโรงเรียนนานาชาติใดจะก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดหรืออรรถประโยชน์สูงสุด

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ

Barnett, Jermier และ Lafferty (2006: 34) ได้ทบทวนวรรณกรรมและตกลักษณะความหมายของคำว่าชื่อเสียงขององค์การว่า เป็นการตัดสินใจโดยรวมของผู้สังเกตการณ์เกี่ยวกับองค์การใด ๆ บนพื้นฐานของการประเมินถึงผลกระทบด้านการเงิน สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับองค์การนั้น โดยถือได้ว่า ชื่อเสียงขององค์การเป็นผลรวมของความดึงดูดใจ (overall attractions) เกี่ยวกับองค์การที่สะสมอยู่ในความรู้สึกของผู้เกี่ยวข้องทุก ๆ กลุ่ม (Martinez & Norman, 2004: 26) สอดคล้องกับแนวคิดของ พนม พงษ์ไพบูลย์ (B.E.2541) ที่กล่าวว่า

“ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้ลูกเรียนโรงเรียนดี ๆ มีชื่อเสียง เพราะเชื่อว่า หากลูกได้เรียนโรงเรียนมีชื่อเสียง ลูกก็จะได้เป็นคนเก่ง คนดี เหมือนคนอื่นที่เขาเก่ง เขาดี และเคยจบมาจากโรงเรียนนี้ ซึ่งความมีชื่อเสียงของโรงเรียนอาจเป็นตัวบ่งบอกความมีคุณภาพของโรงเรียน”

เช่นเดียวกับที่ จิตตภาภัทร์ นุชดอนไผ่ และ กาญจนา เขียววิทย์การ (B.E.2556: 2) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกโรงเรียนเอกชนในระดับอนุบาลของผู้ปกครองในเขตอำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ และสรุปผลการศึกษาว่า ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นสิ่งสำคัญในการเข้าศึกษา ซึ่งผู้ปกครองจะรู้สึกว่าการเรียนมีชื่อเสียงจะช่วยให้เด็กมีความรู้เพิ่มเติมจากการเรียนการสอนที่หลากหลาย เช่น การสอนผ่านระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย การสอนโดยใช้วิธีการที่หลากหลาย หรือการสอนโดยใช้สื่อการสอนที่มีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน โดย ฟาโสม นามเทียร และ นันทรัตน์ เจริญกุล (B.E.2557: 327) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนขนาดเล็กในกรุงเทพมหานคร และพบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงโรงเรียนมีความสำคัญอยู่ในระดับมากต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับที่ ศิริพร สุพรรณกร และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาน (B.E.2554: 430) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมหลังการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของผู้ปกครอง และสรุปผลการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนมีผลต่อ

การตัดสินใจเลือกโรงเรียนราษฎร์บำรุงศิลป์ในระดับมาก นอกจากนี้ วาริน รัตนเพียร และ ณัฐพันธ์ บัววรารณ์ (B.E.2556: 392) ยังกล่าวสรุปผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจนำบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนประถมศึกษารัฐบาลในอำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์ ไว้ว่า ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นปัจจัยที่มีผลสูงที่สุดในการตัดสินใจนำบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในอันดับต้น ๆ โรงเรียนจึงจำเป็นต้องสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ปกครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับผู้ปกครองที่ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติโดยคำนึงถึงชื่อเสียงของโรงเรียน

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ

การจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนในประเทศไทยตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ.2551 นั้น จะใช้กระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายเป็นเครื่องมือพัฒนาผู้เรียนให้บรรลุเป้าหมายของหลักสูตร อันได้แก่ 1) กระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการ 2) กระบวนการสร้างความรู้ 3) กระบวนการความคิด 4) กระบวนการทางสังคม 5) กระบวนการเผชิญสถานการณ์และแก้ปัญหา 6) กระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง 7) กระบวนการปฏิบัติลงมือทำจริง 8) กระบวนการจัดการ 9) กระบวนการเรียนรู้ของตนเอง 10) กระบวนการพัฒนาลักษณะนิสัย (Prampitak: B.E.2553) แต่การจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนนานาชาติได้นำเอารูปแบบการเรียนการสอนและหลักสูตรจากต่างประเทศมาใช้ ซึ่งถือว่ายังเป็นเรื่องใหม่ในสังคมไทย

สมาคมโรงเรียนนานาชาติแห่งประเทศไทย (B.E.2557) ได้จำแนกหลักสูตรของโรงเรียนนานาชาติออกเป็น 4 หมวดหลักคือ 1) หลักสูตรอเมริกัน 2) หลักสูตรแห่งสหราชอาณาจักร 3) หลักสูตรนานาชาติ International Baccalaureate (IB) 4) หลักสูตรของประเทศอื่น ๆ เช่น เกาหลี แคนาดา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เยอรมัน สิงคโปร์ สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย อินเดีย ซึ่งแม้ว่า การจัดการเรียนการสอนของแต่ละหลักสูตรจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันไป แต่ยังคงมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้รับความรู้และประสบการณ์ตามที่หลักสูตรนั้น ๆ ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ การตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองขึ้นอยู่กับความต้องการและความเหมาะสมของผู้เรียนและครอบครัวเป็นสำคัญ โดยผู้ปกครองส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนที่มีหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่ดีและเหมาะสมให้กับบุตรหลานของตน สอดคล้องกับที่ จีราวรรณ อุปพันธ์ และ ชญาพิมพ์ อูสาโห (B.E.2556: 1546) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติใน กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน และสอดคล้องกับที่ ปิยนุช ทองทั่ว (B.E. 2552: Abstract) ได้ศึกษาถึงปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนไทยในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติหลักสูตรประเทศอังกฤษ ระดับประถมศึกษา ในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยด้านวิชาการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติ และสอดคล้องกับที่ วีระ แสงแก้ว (B.E. 2556: 69) ได้ศึกษาถึงการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในห้องเรียนทดลองสองภาษา ไทย-จีน โรงเรียนช่องฟ้าซินเชิงวานิชบำรุง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษา และผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนเอกชนระดับอนุบาลในจังหวัดอุบลราชธานีของ นวลประภัสสร เขาว์ศรีกุล และ กิตติมา จิงสุวดี (B.E.2555: 76) ก็พบว่า ผู้ปกครองมีความต้องการให้บุตรหลานได้เรียนในโรงเรียนที่มั่นใจว่ามีคุณภาพการเรียนการสอนที่ดี โดยผู้ปกครองได้ทำการศึกษาข้อมูลของแต่ละโรงเรียนก่อนการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน นอกจากนี้ จันทนา สุวรรณดุก (B.E.2552: 94) ก็ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอนถือเป็นปัจจัยสำคัญลำดับแรกๆ ที่ผู้ปกครองส่วนใหญ่คำนึงถึงในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

โดย สาวิตรี ขัตตินา (B.E.2553: 45) ก็สรุปผลการศึกษาไว้ในแนวทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนมีผลต่อผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้บุตรหลานศึกษาต่อในระดับชั้นประถมต้น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และมีผู้วิจัยอีกหลายท่านที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ได้แก่ เพชรพร ขำเนียม (B.E.2551: Abstract) อัฐกร แผ่นทอง (B.E.2547: Abstract) วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (B.E.2544: 73) จิรา ขาววิเศษ (B.E.2556: 137) ซึ่งผลการศึกษาของแต่ละท่านสอดคล้องกันทำนองเดียวกันว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน

ดังนั้น จากการที่ผู้ปกครองได้ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนที่มีหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่ดีและเหมาะสมดังที่ได้กล่าว จึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติให้แก่บุตรหลานของตน

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ

ค่าธรรมเนียมการเรียนของโรงเรียนโดยส่วนใหญ่ ประกอบด้วย ค่าบำรุงการศึกษา ค่าใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ค่าบำรุงห้องสมุด ค่าอุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์ และค่าหนังสือเรียน โดยโรงเรียนเอกชนหลายแห่งมีการคิดค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เพิ่มเติมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของค่าธรรมเนียมการเรียนด้วย เช่น ค่าเรียนวิชาดนตรี ค่าอาหารว่าง ค่าอาหารกลางวัน ค่ากิจกรรมเสริมหลังเลิกเรียน ส่งผลให้ค่าธรรมเนียมการเรียนที่สูงกว่าโรงเรียนอื่น ๆ และถือได้ว่า โรงเรียนนานาชาติเป็นโรงเรียนที่มีค่าธรรมเนียมการเรียนที่สูงกว่าโรงเรียนเอกชนทั่วไป เพราะเหตุว่า โรงเรียนนานาชาติส่วนใหญ่ได้จ้างครูและบุคลากรชาวต่างประเทศมาทำหน้าที่สอนและจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปตามหลักสูตรการศึกษาที่โรงเรียนได้กำหนดไว้ โดยการว่าจ้างครูและบุคลากรดังกล่าว มีอัตราค่าจ้างและเงินเดือนที่แตกต่างกันไปตามความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ตำแหน่งงาน และเชื้อชาติ ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินการของโรงเรียน จึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้โรงเรียนนานาชาติแต่ละแห่งกำหนดค่าธรรมเนียมการเรียนที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ เมื่อค่าธรรมเนียมการเรียนของโรงเรียนนานาชาติอยู่ในระดับที่สูงแล้ว ผู้ปกครองก็มักจะคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนที่ดีของโรงเรียนด้วย

แม้ผู้ปกครองทุกคนจะประสงค์ให้บุตรหลานของตนได้รับการศึกษาในโรงเรียนที่ดีและมีการจัดการเรียนการสอนที่ดี แต่รายได้และฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันของแต่ละครอบครัวย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนที่แตกต่างกันของผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับที่ ทิพย์วรรณ นพวงศ์ ณ อยุธยา (B.E.2526) ได้กล่าวไว้ว่า

“ครอบครัวใดที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มักจะพยายามส่งเสียบุตรหลานให้ได้เรียนถึงระดับสูงสุดเท่าที่สติปัญญาจะเอื้ออำนวย”

ซึ่งผู้ปกครองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีจะสามารถเลือกสถานที่เรียนและสนับสนุนอย่างเต็มที่ในเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษาในโรงเรียนนานาชาติได้ (Jaekajad, B.E.2547: 13) โดย จิรากรณ์ ในฝัน (B.E.2546: 48) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ และสรุปผลการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนมีผลในระดับมากต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติ และ ปิยนุช ทองท้ว (B.E.2552: Abstract) ได้ศึกษาถึงปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนไทยในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติหลักสูตรประเทศอังกฤษ ระดับประถมศึกษา ในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติ และสอดคล้องกับที่ จิราวรรณ อุปพันธ์ และ ชญาพิมพ์ อุดาโห (B.E.2556: 1547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน อีกทั้งงานวิจัยของ สินีนาฏ นาเจริญ (B.E.2554: 110) ก็พบว่า ผู้ปกครองมีความคาดหวังในด้านความเหมาะสม

ของค่าธรรมเนียมการเรียนของโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ เพชรพร ขำเนียม (B.E.2551: Abstract) และ อัฐกร แผ่นทอง (B.E.2547: Abstract) ก็ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนมีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนในระดับมาก

ดังนั้น การที่แต่ละโรงเรียนมีค่าธรรมเนียมการเรียนที่แตกต่างกันไป และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อโรงเรียนนานาชาติมีค่าธรรมเนียมการเรียนที่สูงกว่าโรงเรียนประเภทอื่น ๆ จึงทำให้ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติให้แก่บุตรหลาน

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ

ด้วยระบบขนส่งสาธารณะของกรุงเทพมหานครที่ยังไม่ดีเท่าที่ควรในปัจจุบัน นักเรียนส่วนใหญ่จึงยังคงเดินทางมาโรงเรียนโดยทางรถยนต์ ประกอบกับสภาพการจราจรที่ติดขัดอย่างหนักในช่วงเวลาเช้าของวันทำการ เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเดินทางไปโรงเรียนของนักเรียน ทำให้นักเรียนต้องตื่นนอนไวกว่าปกติและใช้เวลาเดินทางเป็นระยะเวลานาน ผู้ปกครองส่วนใหญ่จึงคำนึงถึงสถานที่ตั้งของโรงเรียนในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้บุตรหลานของตน โดย จิราภรณ์ ในฝัน (B.E.2546: 48) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ และพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติ ซึ่งสอดคล้องกับที่ ปิยนุช ทองทั่ว (B.E.2552: Abstract) ศึกษาถึงปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนไทยในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติหลักสูตรประเทศอังกฤษ ระดับประถมศึกษา ในกรุงเทพมหานคร และพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติ และ ปวิณ พงษ์โอภาส สมพร พวงเพชร และรัชชนก สวนสีดา (B.E.2555: 32) ก็ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า สถานที่ตั้งและการเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญที่นักเรียนมัธยมปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี นำมาพิจารณาในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ เพชรพร ขำเนียม (B.E.2551: Abstract) ที่สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่และทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับมาก ซึ่ง อัฐกร แผ่นทอง (B.E.2547: Abstract) ก็ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งมีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนในระดับมัธยมปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ในระดับมาก นอกจากนี้ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (B.E.2544: 73) ก็ได้สรุปผลการศึกษาไปในแนวทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งมีผลในระดับปานกลางต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ทั้งนี้ นอกจากสถานที่ตั้งของโรงเรียนจะเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองคำนึงถึงในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้แก่บุตรหลานแล้ว สภาพแวดล้อมของโรงเรียนก็เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งด้วย ดังที่ สุทธิวรรณ ตันตรจนาวงศ์ (B.E.2546: 297) ได้กล่าวไว้ว่า

“สิ่งแวดล้อมในสถานศึกษามีความสำคัญ เพราะเป็นสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ล้อมรอบตัวเรา อาจเป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น โดยสถานศึกษาเป็นสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ใช้ในการฝึกอบรมเยาวชน เด็บโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการประกอบอาชีพ มีคุณธรรม เป็นพลเมืองที่ดีของประเทศต่อไป”

ซึ่ง จิราวรรณ อุปพันธ์ และ ชญาพิมพ์ อุสาโห (B.E.2556: 1546) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาตินี้ว่า กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโรงเรียนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน และ ฟ้าใส นามเทียร และ นันทรัตน์ เจริญกุล (B.E.

2557: 333) ก็ได้สรุปผลการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนขนาดเล็กในกรุงเทพมหานครไว้ว่า ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในระดับมาก โดยผู้ปกครองพิจารณาจากการที่สภาพอาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคงแข็งแรง และปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิกานต์ สุวรรณแสง (B.E.2552: 134) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และพบว่า ความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนระดับอนุบาล 1 ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนด้านอาคารสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพราะสภาพอาคารเรียน เป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ มีบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ดี หากสภาพอาคารเรียนของโรงเรียนมั่นคง แข็งแรง ก็ย่อมสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ปกครองและนักเรียน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับที่ พิศมัย ธิณะแก้ว (B.E.2542: 155-156) ได้กล่าวไว้ว่า

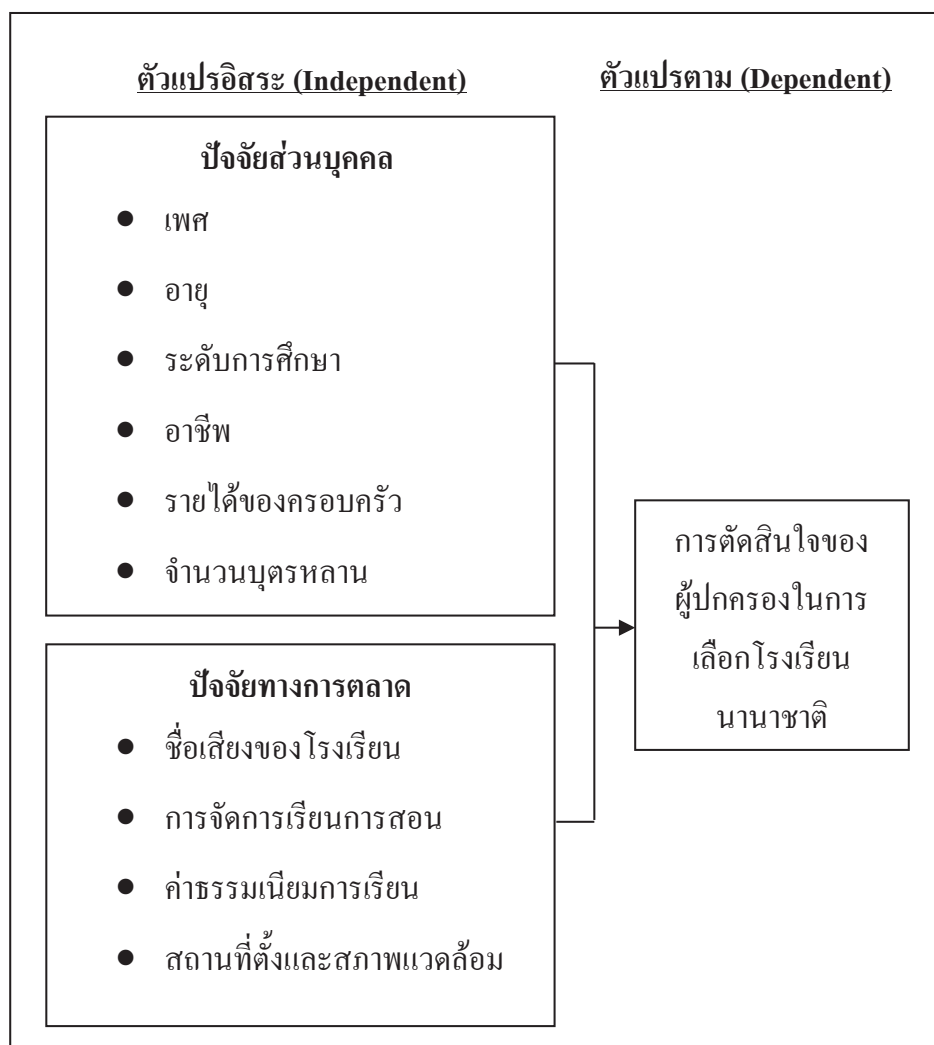
“อาคารเรียนควรมีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งานและมีเครื่องใช้ครบถ้วนตามความจำเป็นของแต่ละส่วนที่โรงเรียนควรมี ควรบำรุงรักษาซ่อมแซมอาคารเรียนให้อยู่ในสภาพดีสามารถใช้งานได้อยู่เสมอ ซึ่งผู้ปกครองจะไม่เพียงแต่พิจารณาในด้านอาคารสถานที่เท่านั้น แต่ยังพิจารณาถึงด้านสิ่งแวดล้อมที่สร้างบรรยากาศในการเรียนด้วย ผู้ปกครองจึงให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนที่มีอาคารสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมกับบุตรหลานของตนเอง”

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อตัวนักเรียนทั้งในด้านการเดินทางและสภาพแวดล้อมที่นักเรียนได้รับจากโรงเรียนตลอดระยะเวลาที่เข้ารับการศึกษา

วิธีการศึกษาและกรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้รวบรวมปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ กรณีศึกษา โรงเรียนนานาชาติโซर्सเบอรี กรุงเทพฯ โดยกำหนดตัวแปรในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครอบครัว จำนวนบุตรหลาน) ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน และปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ซึ่งตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนนานาชาติ

จากตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ได้จากการศึกษา สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ปกครองของนักเรียนสัญชาติไทยที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนนานาชาติ โครสส์เบอร์รี่ กรุงเทพฯ ระดับชั้น EY1 ถึงชั้น Year 13 ซึ่งเทียบเท่าชั้นอนุบาลปีที่ 1 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งมีจำนวน 1,126 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ.2558) ขนาคกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 295 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบตามข้อเท็จจริง โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเองและนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลไปประมวลผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และเสนอผลการศึกษาโดยใช้ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การแจกแจงความถี่ (frequency) การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) การวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรผ่าน Scheffé Analysis และการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (coefficient correlation)

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ กรณีศึกษา โรงเรียนนานาชาติโครสเบอร์รี่ กรุงเทพฯ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ ดังนี้

1. เพศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
2. อายุมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
3. ระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
4. อาชีพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
5. รายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
6. จำนวนบุตรหลานในปกครองที่รับภาระเลี้ยงดูทั้งหมดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
7. ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
8. ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
9. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ
10. ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ กรณีศึกษา โรงเรียนนานาชาติโครสเบอร์รี่ กรุงเทพฯ ผลการศึกษาได้นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการอธิบาย ซึ่งแบ่งผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. เพศ		
ชาย	65	22.0
หญิง	230	78.0
รวม	295	100.0
2. อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	10	3.4
31 - 40 ปี	65	22.0
41 - 50 ปี	165	56.0
51 ปีขึ้นไป	55	18.6
รวม	295	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	0.0
ปริญญาตรี	110	37.3
ปริญญาโท	185	62.7
ปริญญาเอก	0	0.0
รวม	295	100.0
4. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	5.0
พนักงานบริษัทเอกชน	65	22.0
ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว	170	57.7
อื่น ๆ	45	15.3
รวม	295	100.0

ตารางที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
5. รายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน		
ไม่เกิน 100,000 บาทต่อเดือน	20	6.8
100,001 - 200,000 บาทต่อเดือน	60	20.3
200,001 - 300,000 บาทต่อเดือน	65	22.0
300,001 - 400,000 บาทต่อเดือน	50	17.0
400,001 - 500,000 บาทต่อเดือน	25	8.5
มากกว่า 500,000 บาทต่อเดือน	75	25.4
รวม	295	100.0
6. จำนวนบุตรหลานในปกครองที่รับภาระเลี้ยงดูทั้งหมด		
1 คน	110	37.3
2 คน	140	47.5
3 คน	45	15.2
4 คน	0	0.0
มากกว่า 4 คน	0	0.0
รวม	295	100.0
7. จำนวนบุตรหลานในปกครองที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนนานาชาติไชร์สเบอรี กรุงเทพฯ		
1 คน	190	64.4
2 คน	95	32.2
3 คน	10	3.4
4 คน	0	0.0
มากกว่า 4 คน	0	0.0
รวม	295	100.0

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท ประกอบอาชีพค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 500,000 บาท มีจำนวนบุตรหลานในปกครองที่รับภาระเลี้ยงดูทั้งหมด 2 คน และมีจำนวนบุตรหลานในปกครองที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนนานาชาติโครสเบอร์รี่ กรุงเทพฯ 1 คน

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ แยกเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน

ตารางที่ 2. ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน

ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน	n	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
1.โรงเรียนเป็นเครือข่ายของโรงเรียนที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศและมีชื่อโรงเรียนเดียวกัน	295	4.17	1.078	มาก
2.โรงเรียนได้รับการประกันคุณภาพการศึกษาจากหน่วยงานสากลที่มีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ และเชื่อถือได้	295	4.42	0.787	มากที่สุด
3.ผู้บริหารด้านการศึกษาของโรงเรียน เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง มีประสบการณ์ความสามารถในการบริหารการศึกษา	295	4.05	0.930	มาก
4.ผู้บริหารกิจการโรงเรียน เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง มีคุณธรรม จริยธรรม ในการบริหารกิจการ	295	4.20	0.820	มาก
5.การรับฟังคำบอกเล่าเกี่ยวกับชื่อเสียงของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จากบุคคลที่ท่านรู้จัก เช่น ด้านวิชาการ ด้านดนตรี ด้านกีฬา	295	4.14	0.874	มาก
รวม	295	4.20	0.898	มาก

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนที่มีค่าเฉลี่ยของระดับอิทธิพลสูงสุดคือ โรงเรียนได้รับการประกันคุณภาพการศึกษาจากหน่วยงานสากลที่มีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ และเชื่อถือได้ โดยมีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.42) รองลงมาคือ ผู้บริหารกิจการโรงเรียน เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง มีคุณธรรม จริยธรรม ในการบริหารกิจการ มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20) โรงเรียนเป็นเครือข่ายของโรงเรียนที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ และมีชื่อโรงเรียนเดียวกัน มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.17) การรับฟังคำบอกเล่าเกี่ยวกับชื่อเสียงของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จากบุคคลที่ท่านรู้จัก เช่น ด้านวิชาการ ด้านดนตรี ด้านกีฬา มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.14) และผู้บริหารด้านการศึกษาของโรงเรียน เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง มีประสบการณ์ความสามารถในการบริหารการศึกษา มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.05) ตามลำดับ

ด้านที่ 2 ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน

ตารางที่ 3. ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน

ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน	n	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. โรงเรียนใช้หลักสูตรการศึกษาของประเทศอังกฤษ	295	4.46	0.768	มากที่สุด
2. ครูผู้สอนชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ	295	4.58	0.719	มากที่สุด
3. ครูผู้สอนทุกคนมีวุฒิการศึกษาด้านการสอน	295	4.56	0.766	มากที่สุด
4. ครูผู้สอนมีประสบการณ์ ความรู้ และความสามารถสูง	295	4.53	0.699	มากที่สุด
5. จำนวนนักเรียนในชั้นเรียนมีความเหมาะสม	295	4.41	0.740	มากที่สุด
6. มีการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนใหม่	295	3.98	1.035	มาก
7. โรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมความถนัดและความสามารถพิเศษของนักเรียน	295	4.24	0.811	มากที่สุด
8. โรงเรียนจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนานักเรียนทั้งด้านสมอง ร่างกาย และจิตใจ	295	4.42	0.829	มากที่สุด
9. มีการนำนักเรียนไปร่วมกิจกรรมหรือแข่งขันกีฬาภายนอกโรงเรียน	295	4.08	0.927	มาก
10. มีการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหา	295	4.51	0.769	มากที่สุด
รวม	295	4.38	0.806	มากที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนที่มีค่าเฉลี่ยของระดับอิทธิพลสูงสุดคือ ครูผู้สอนชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ โดยมีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.58) รองลงมาคือ ครูผู้สอนทุกคนมีวุฒิการศึกษาด้านการสอน มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.56) ครูผู้สอนมีประสบการณ์ ความรู้ และความสามารถสูง มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.53) มีการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหา มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.51) โรงเรียนใช้หลักสูตรการศึกษาของประเทศอังกฤษ มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.46) โรงเรียนจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนานักเรียนทั้งด้านสมอง ร่างกาย และจิตใจ มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.42) จำนวนนักเรียนในชั้นเรียนมีความเหมาะสม มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.41) โรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมความถนัดและความสามารถพิเศษของนักเรียน มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.24) มีการนำนักเรียนไปร่วมกิจกรรมหรือแข่งขันกีฬาภายนอกโรงเรียน มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08) และมีการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนใหม่ มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.98) ตามลำดับ

ด้านที่ 3 ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน

ตารางที่ 4. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน	n	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. ค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมต่อคุณภาพและการให้บริการ	295	3.98	0.771	มาก
2. มีกำหนดระยะเวลาการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนที่เหมาะสม	295	3.80	0.841	มาก
3. มีการแจ้งเตือนให้ชำระค่าธรรมเนียมการเรียนที่ชัดเจน	295	3.76	0.982	มาก
4. ความสะดวกจากการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้หลายช่องทาง	295	3.71	1.076	มาก
5. ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนสำหรับนักเรียนที่มาจากครอบครัวเดียวกัน	295	3.92	1.111	มาก
รวม	295	3.83	0.956	มาก

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนที่มีค่าเฉลี่ยของระดับอิทธิพลสูงสุดคือ ค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมต่อคุณภาพและการให้บริการ โดยมีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.98) รองลงมาคือ ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนสำหรับนักเรียนที่มาจากครอบครัวเดียวกัน มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.92) มีกำหนดระยะเวลาการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนที่เหมาะสม มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.80) มีการแจ้งเตือนให้ชำระค่าธรรมเนียมการเรียนที่ชัดเจน มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.76) และความสะดวกจากการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้หลายช่องทาง มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.71) ตามลำดับ

ด้านที่ 4 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 5. ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม	n	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
1. โรงเรียนมีสถานที่ตั้งหาง่าย ตั้งอยู่ใจกลางเมือง และสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางรถยนต์และทางเรือ	295	4.37	0.688	มากที่สุด
2. โรงเรียนมีสถานที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา	295	3.53	1.360	มาก
3. โรงเรียนตั้งอยู่ในทำเลที่ปลอดภัยจากมลพิษรอบด้าน	295	4.22	0.923	มากที่สุด
4. โรงเรียนจัดพื้นที่บริเวณต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม	295	4.22	0.826	มากที่สุด
5. โรงเรียนจัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยแก่นักเรียน เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และการให้นักเรียน ผู้ปกครอง และบุคลากรแขวนบัตรประจำตัวเพื่อผ่านเข้าออกบริเวณโรงเรียน	295	4.58	0.644	มากที่สุด
6. โรงเรียนมีที่จอดรถรองรับนักเรียนที่สะดวกและปลอดภัย	295	4.02	1.067	มาก
7. โรงเรียนใช้สื่ออุปกรณ์ในการเรียนการสอนที่ทันสมัย	295	4.61	0.522	มากที่สุด
8. โรงเรียนมีสนามกีฬากลางแจ้ง สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม เพียงพอและเหมาะสมต่อการเรียนการสอนและทำกิจกรรม	295	4.36	0.840	มากที่สุด
9. โรงเรียนมีโรงอาหารที่สะอาดและถูกต้องตามหลักสุขอนามัยที่ดี	295	4.36	0.880	มากที่สุด
10. โรงเรียนมีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครอง เมื่อเข้าร่วมกิจกรรมของโรงเรียน	295	4.31	0.788	มากที่สุด
รวม	295	4.26	0.854	มากที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนที่มีค่าเฉลี่ยของระดับอิทธิพลสูงสุดคือ โรงเรียนใช้สื่ออุปกรณ์ในการเรียนการสอนที่ทันสมัย โดยมีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย = 4.61 รองลงมาคือ โรงเรียนจัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยแก่นักเรียน เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และการให้นักเรียน ผู้ปกครอง และบุคลากรแขวนบัตรประจำตัวเพื่อผ่านเข้าออกบริเวณโรงเรียน มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.58) โรงเรียนมีสถานที่ตั้งที่ง่าย ตั้งอยู่ใจกลางเมือง และสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางรถยนต์และทางเรือ มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.37) โรงเรียนมีสนามกีฬากลางแจ้ง สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม เพียงพอและเหมาะสมต่อการเรียนการสอนและทำกิจกรรม และโรงเรียนมีโรงอาหารที่สะอาดและถูกต้องตามหลักสุขอนามัยที่ดี มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.36) โรงเรียนมีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมของโรงเรียน มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.31) โรงเรียนตั้งอยู่ในทำเลที่ปลอดภัยจากมลพิษรอบด้าน และโรงเรียนจัดพื้นที่บริเวณต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.22) โรงเรียนมีที่จอดรถรองรับนักเรียนที่สะดวกและปลอดภัย มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.02) และโรงเรียนมีสถานที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 5. รวมทุกด้าน

ปัจจัยทางการตลาด	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับอิทธิพล
1. ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน	295	4.20	0.898	มาก
2. ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน	295	4.38	0.806	มากที่สุด
3. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน	295	3.83	0.956	มาก
4. ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม	295	4.26	0.854	มากที่สุด
รวม	295	4.17	0.878	มาก

โดยภาพรวม ปัจจัยทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.17) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติสูงสุดคือ ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.38) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.26) โดยปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน (ค่าเฉลี่ย = 4.20) และปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน (ค่าเฉลี่ย = 3.83) มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ กรณีศึกษา โรงเรียนนานาชาติไชร์เบอรี กรุงเทพฯ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติหรือไม่ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีความสอดคล้องและไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพศที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. อายุที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
4. อาชีพที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
5. รายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
6. จำนวนบุตรหลานในปกครองที่รับภาระเลี้ยงดูทั้งหมดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
7. ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
8. ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
9. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
10. ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน

จากการที่โรงเรียนมีชื่อเสียงทั้งในเรื่องชื่อเสียงของโรงเรียน มาตรฐานการศึกษา การบริหารกิจการโรงเรียน และชื่อเสียงทางวิชาการ ดนตรี และกีฬา จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองรับรู้และเชื่อมั่นว่าโรงเรียนเป็นโรงเรียนที่ดีเหมาะสมให้บุตรหลานของตนเข้ารับการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พนม พงษ์ไพบูลย์ (B.E.2541) ที่ว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องการให้ลูกเรียนโรงเรียนดี ๆ มีชื่อเสียง เพราะเชื่อว่าหากลูกได้เรียนโรงเรียนมีชื่อเสียง ลูกก็จะได้เป็นคนเก่ง คนดีเหมือนคนอื่นที่เขาเก่ง เขาดี และเคยจบมาจากโรงเรียนนี้ ซึ่งความมีชื่อเสียงของโรงเรียนอาจเป็นตัวบ่งบอกความมีคุณภาพของโรงเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตตาภรณ์ นุชดอนไผ่ และ กาญจนา เขียววิทย์การ (B.E.2556: 2) ที่พบว่า ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นสิ่งสำคัญในการเข้าศึกษา ซึ่งผู้ปกครองจะรู้สึกว่าการเรียนมีชื่อเสียงจะช่วยให้เด็กมีความรู้เพิ่มเติมจากการเรียนการสอนที่หลากหลาย เช่น การสอนผ่านระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย การสอนโดยใช้วิธีการที่หลากหลาย หรือการสอนโดยใช้สื่อการสอนที่มีความทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟ้าใส นามเที่ยง และ นันทรัตน์ เจริญกุล (B.E.2557: 327) ที่พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงโรงเรียนมีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร สุพรรณการ และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาน (B.E.2554: 430) ที่พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีราวรรณ อุปพันธ์ และ ชญาพิมพ์ อุสาโห (B.E.2556: 1545) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในระดับปานกลางเท่านั้น

ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน

เนื่องจากการที่โรงเรียนจัดการเรียนการสอนโดยใช้หลักสูตรการศึกษาของประเทศอังกฤษ มีครูผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษซึ่งมีวุฒิการศึกษาด้านการสอนและมีความรู้ ประสบการณ์ ความสามารถสูง รวมถึงการจัดจำนวนนักเรียนในชั้นเรียนอย่างเหมาะสม และส่งเสริมความพร้อม การเรียนรู้ และการแก้ปัญหาของนักเรียนนั้น เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถด้านการใช้ภาษาดังเช่นเจ้าของภาษา อีกทั้งทำให้นักเรียนได้รับการถ่ายทอดวิชาความรู้ต่าง ๆ อย่างถูกต้องเหมาะสม โดยจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนมีอิทธิพลสูงสุดเมื่อเทียบกับปัจจัยทางการตลาดในด้านอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับที่ จันทนา สุวรรณดุก (B.E.2552: 94) สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอนถือเป็นปัจจัยสำคัญลำดับแรกของผู้ปกครองส่วนใหญ่นำมาใช้ในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลประภัสสร เขาว์ศรีกุล และ กิตติมา จิงสุวดี (B.E.2555: 76) ที่พบว่า ผู้ปกครองมีความต้องการให้บุตรหลานได้เรียนในโรงเรียนที่มั่นใจว่ามีคุณภาพการเรียนการสอนที่ดี โดยผู้ปกครองได้ทำการศึกษาข้อมูลของแต่ละโรงเรียนก่อนการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราวรรณ อุปพันธ์ และ ญาพิมพ์ อุสาโห (B.E.2556: 1546) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช ทองทั่ว (B.E. 2552: Abstract) ที่พบว่า ปัจจัยด้านวิชาการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน ในโรงเรียนนานาชาติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวิตรี ชัดินา (B.E.2553: 45) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนมีผลต่อผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้บุตรหลาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระ แสงแก้ว (B.E. 2556: 69) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษา

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน

จากการที่ผู้ปกครองทุกคนมีความประสงค์ให้บุตรหลานของตนได้รับการศึกษาในโรงเรียนที่ดี โดยหากโรงเรียนมีค่าธรรมเนียมการเรียนอยู่ในอัตราที่สูง ผู้ปกครองจึงมักคาดหวังว่าโรงเรียนจะมีคุณภาพทางการศึกษาในระดับที่สูงเหมาะสมกับค่าธรรมเนียมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับที่ สินีนาฏ นาเจริญ (B.E.2554: 110) พบว่าผู้ปกครองมีความคาดหวังในด้านความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเรียนของโรงเรียนนานาชาติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราวรรณ อุปพันธ์ และ ญาพิมพ์ อุสาโห (B.E.2556: 1547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรากรณ์ ไนฝัน (B.E.2546: 48) ที่พบว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนมีผลในระดับมากต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช ทองทั่ว (B.E.2552: Abstract) ที่พบว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติ

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

เนื่องจากสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของนักเรียน ทั้งในเรื่องการเดินทาง สภาพแวดล้อม ความสะดวกและความปลอดภัยด้านอาคารสถานที่ต่าง ๆ จึงเป็นปัจจัยที่ผู้ปกครองมักจะคำนึงถึง ซึ่งสอดคล้องกับที่ ศศิกานต์ สุวรรณแสง (B.E.2552: 134) สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเอกชนด้านอาคารสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพราะสภาพอาคารเรียนเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ มีบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมจึงทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ดี หากสภาพอาคารเรียนของโรงเรียนมั่นคง แข็งแรง ก็ย่อมสร้างความเชื่อมั่น

ให้ผู้ปกครองและนักเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีราวรรณ อุปพันธ์ และ ชญาพิมพ์ อูสาโท (B.E.2556: 1546) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโรงเรียนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟ้าใส นามเทียร และ นันทรัตน์ เจริญกุล (B.E.2557: 333) ที่พบว่า ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในระดับมาก โดยผู้ปกครองพิจารณาจากการที่สภาพอาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคงแข็งแรง และปลอดภัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชมัย ถิระแก้ว (B.E.2542: 155-156) ที่พบว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนที่มีอาคารสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมกับบุตรหลานของตนเอง

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติ กรณีศึกษา โรงเรียนนานาชาติไชร์สเบอรี กรุงเทพฯ จากผลการวิจัยที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองเลือกปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนเป็นอันดับความสำคัญแรกในการตัดสินใจ โดยนอกจากการที่โรงเรียนเน้นการเรียนการสอนตามหลักสูตรเพื่อให้นักเรียนเกิดพัฒนาการในทุก ๆ ด้านแล้ว โรงเรียนควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับการพิจารณาคัดเลือกครูผู้สอนที่มีความรู้ ประสบการณ์ ความสามารถ และมีคุณสมบัติที่จะเข้ามาเป็นครูในประเทศไทยครบถ้วนตามที่กระทรวงศึกษาธิการได้วางหลักเกณฑ์ไว้ เพื่อนักเรียนจะได้รับการถ่ายทอดความรู้อย่างถูกต้องเหมาะสม นอกจากนั้น โรงเรียนควรพิจารณาสอดแทรกเรื่องวัฒนธรรมไทย ศิลธรรม และจิตสำนึกที่ดีให้แก่นักเรียนด้วย

นอกจากนั้น ยังพบว่า ผู้ปกครองเลือกปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเป็นอันดับที่สองในการตัดสินใจ ซึ่งแม้ว่า โรงเรียนตั้งอยู่ใจกลางเมืองและสามารถเดินทางมายังโรงเรียนได้ทั้งรถยนต์และทางเรือ แต่ปัจจุบันเมื่อนักเรียนมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและผู้ปกครองมารับส่งบุตรหลานด้วยรถยนต์ส่วนตัวเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาการจราจรทั้งภายในโรงเรียนและต่อชุมชนโดยรอบ ซึ่งทำให้การเดินทางเข้าสู่โรงเรียนและออกจากโรงเรียนทั้งในช่วงเวลาเช้าและหลังเลิกเรียนทำได้ยาก รวมถึงสถานที่จอดรถยนต์เพื่อรองรับนักเรียนขณะเลิกเรียนมีไม่เพียงพอ และมีเพียงที่จอดรถยนต์กลางแจ้งซึ่งไม่มีรั้วกั้น ก่อให้เกิดความไม่สะดวกแก่ผู้ปกครอง ดังนั้น โรงเรียนจึงควรพิจารณาปรับปรุงด้านการจราจรและสถานที่จอดรถของโรงเรียน

References

- Aupapan, J., & Usaho, C. (B.E.2556). A study of decisive factors for parents in selecting Niva International School, Bangkok. *OJED*, 8(1), 1541-1551.
- Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38.
- Buranasompop, D. (B.E.2557). *Rongriannanachart Nai Pratet Thai Prom Sumrub Prachakom Satetakrit Asian*. Retrieved from <http://th.aectourismthai.com>.
- Chaosrikul, N., & Jeungsuwadee, K. (B.E.2555). Marketing factors influencing decision to use private kindergarten schools in Ubon Ratchathani primary education service area 5. *Journal of Srivanalai Vijai*, 2(4), 70-84.
- International Schools Association of Thailand. (B.E.2557). *Education Systems*. Retrieved from <http://www.isat.or.th>.
- Jakajud, O. (B.E.2547). *Factors Affecting on the Motivation of Enrollment of the Thai Students at Intermediate Level of Ekamai International School, in khet Wattana, Bangkok*. Master of Education (Psychology Education), Srinakharinwirot University.
- Jaturongkakul, A. (B.E.2546). *Marketing Management Strategies and Tactics*. Bangkok: Thammasat Printing House.
- Katinam, S. (B.E.2553). *Factors Influencing Parents Decision on Choosing Primary Schools for their Children in Mueang District, Chiang Mai Province*. Independent Study, Master of Economics, Chiang Mai University.
- Khamniam, P. (B.E.2551). *Pujjai Tee Mee Pol Tor Karntudsinjai Rian Kuadvicha Lae Kwam Kidhen Tor Karn Boriarn Judkarn Rongrian Kuadvicha Kong Purian Nai Changwad Phranakhon Si Ayutthaya*. Master of Business Administration, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.
- Khamvisas, C. (B.E.2556). Marketing factors affecting the decision motives to choose the tutorial school of high school's students in Chonburi province. *Journal of Thonburi University*, 8(17), 55-71.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Martinez, R. J., & Norman, P. M. (2004). Whiter reputation? The effects of different stakeholders. *Business Horizons*, 47(5), 25-32.
- Nacharoen, S. (B.E.2554). *Parent Expectation Towards Marketing Mix of International School in Chiang Mai Province*. Independent Study, Master of Business Administration, Chiang Mai University.
- Naifun, J. (B.E.2546). *Factors affecting the Selection of International Schools of Parents in Chiang Mai Province*. Master of Business Administration, Chiang Mai University.
- Namtian, F., & Charernkul, N. (B.E.2557). Factors that affect parents' decision to enroll their children in private kindergartens in metropolitan Bangkok. *OJED*, 9(3), 327-338.

- Noppawong Na Ayutthaya, T. (B.E.2526). *Rangjoongjai*. Bangkok: SP Printing.
- Nuchdonpai, J., & Chialvitkarn, K. (B.E.2555). *Pajjai Suan Prasom Karn Talad Borikarn Tee Me Phol Tor Preudtikum Karn Leauk Reongrian Eakkachon Nai Radub Anubarn Kong Pooprokkrong Nai Kate Amphur Ladyao Changwat Nakhonsawan*. Master of Business Administration, Economics and Communication, Naresuan University.
- Office of The Private Education Commission. (B.E.2557). *School Statistics*. Retrieved from <http://www.opec.go.th>.
- Pantong, A. (B.E.2547). *Marketing Mix Factors Affecting the Selection of the Tutorial Schools of Secondary School Students in Mueang District, Phayao Province*. Independent Study, Master of Business Administration, Chiang Mai University.
- Peremei, J. (B.E.2550). *Factors Influencing Parent's Choice for Admission of Their Children to Grade 7, Assumption College Lampang*. Independent Study, Master of Economics, Chiang Mai University.
- Pongopas, P., Puangpetch, S., & Suanseeda, R. (B.E.2555). Factors affecting high school student's decision on studying at Thepsatri Rajabhat University, Muang district, Lopburi province. *Journal of Management, Management Science, Lampang Rajabhat University*, 5(1), 26-33.
- Pongpaiboon, P. (B.E.2541). *Rongriandee Rongriandung*. Retrieved from <http://www.moe.go.th>.
- Prampitak, K. (B.E.2553). *Karn Judkarn Rianroo Sentang Soo Kwam Sumrej Nai Karn Num Laksoot Soo Chunrian*. Retrieved from <http://www.myfirstbrain.com>.
- Rattanapian, V., & Buawaraporn, N. (B.E.2556). Determination of factors that attract parents to enroll their children to government pratom school (primary school) at Nonghong prefecture Buri Ram province. *Journal of Marketing and Communication*, 1(2), 392-406.
- Ruachaipanich, V. (B.E.2544). *Marketing Mix Factors Affecting the Selection of the Tutorial Schools of Secondary School Students in Muang District, Chiang Mai Province*. Independent study, Master of Business Administration, Chiang Mai University.
- Samootvanich, C. (B.E.2555). *Rongriannanachart*. Retrieved from <http://www.manager.co.th>.
- Sangkaew, V. (B.E.2556). Guardians' decision to enroll their children in Mini-Chinese-Thai Program at Chongfah Sinseung Wanichbamrung School, Chiang Mai Province. *FEU Graduate Journal*, 1(1), 63-76.
- Santiwong, T. (B.E.2538). *Prudtikum Ongkarn*. Bangkok: Thai Watana Panich.
- Sukpan, M. (B.E.2555). *Factors Affecting the Decision to Study for High Vocational Certificate: A Case Study of Thonburi Commercial College*. Thesis, Master of Economics, Dhurakij Pundit University.

- Supunkarn, S. & Sophonthumaparn, K. (B.E.2554). *Factors Affecting Post Behavior of Parent's School Selection: Case Study of Radbumroongsilp School*. Bangkok University Research Conference. Bangkok, Thailand.
- Suwanduk, J. (B.E.2552). *Marketing Mix Factors Affecting Needs of Parents for Their Children to Study in Private Kindergartens in Sansai District, Chiang Mai Province*. Thesis, Master of Business Administration, Maejo University.
- Suwansang, S. (B.E.2552). *A Study of Decision Factors Parents in Selecting Private Primary Schools in the Northeast of Thailand*. Thesis, Master of Education, Chulalongkorn University.
- Tantirotjanawong, S. (B.E.2546). *Singwaedlom Nai Satarn Sueksa*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Teetakaew, P. (B.E.2542). *Kwam Pungporjai Nai Karn Patibatngan Kong Ajarn Satabun Rajabhat Suan Dusit*. Bangkok: National Research Council of Thailand (NRCT).
- Thongtua, P. (B.E.2552). *Factors Affecting Thai Parents' Decisions on Sending Their Primary Aged Children to a British Curriculum International School in Thailand*. Thesis, Master of Education, Dhonburi Rajabhat University.