



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6  
วันที่ 6 กันยายน 2566

ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง  
ในจังหวัดชุมพร

Priority Needs of Parents to Enroll Their Children in a Private School in Chumphon

ศศิอำไพ มัยโกคา<sup>1</sup>

ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข<sup>2</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการศึกษาและความเป็นผู้นำ คณะการจัดการการศึกษาเชิง  
สร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

tongthinktong@hotmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำคณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

prapawan.tra@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร ประเด็นที่ศึกษาประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน คือ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ปัจจัยด้านบุคลากร 6) ปัจจัยด้านกระบวนการ และ 7) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ปกครองนักเรียนในระดับปฐมวัย ประถมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนต้น ของปีการศึกษา 2565 รวมจำนวน 174 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $PNI_{Modified} = 0.064$ ) อันดับที่สองคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ( $PNI_{Modified} = 0.046$ ) อันดับที่สามคือ ปัจจัยด้านราคา ( $PNI_{Modified} = 0.045$ ) อันดับที่สี่คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ( $PNI_{Modified} = 0.041$ ) อันดับที่ยี่ห้าคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $PNI_{Modified} = 0.039$ ) อันดับที่ยี่หกคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ( $PNI_{Modified} = 0.034$ ) และอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ( $PNI_{Modified} = 0.027$ )

**คำสำคัญ** โรงเรียนเอกชน, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ความต้องการจำเป็น



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6  
วันที่ 6 กันยายน 2566

## Abstract

This study was conducted to study the priority needs of the parents' decision to enroll their children in a private school in Chumphon province regarding the seven Ps of the marketing mix – these include product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. A samples group of 174 guardians of early childhood, primary school, and lower-secondary school students of the academic year 2022 participated in this study. The research instrument was a five-point Likert scale questionnaire. The data were analyzed using the mean, standard deviation, and Priority Needs Index Modified. The finding revealed that product had the highest priority needs index ( $PNI_{Modified} = 0.064$ ), followed by process ( $PNI_{Modified} = 0.046$ ), price ( $PNI_{Modified} = 0.045$ ), physical evidence ( $PNI_{Modified} = 0.041$ ), place ( $PNI_{Modified} = 0.039$ ), and promotion ( $PNI_{Modified} = 0.034$ ), respectively. On the other hand, people had the lowest priority needs index ( $PNI_{Modified} = 0.027$ ).

**Keywords** Private School, Marketing Mix (7 Ps), Priority Needs

## บทนำ

ปัจจุบัน การจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญและมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการจัดการการศึกษาและคุณภาพนักเรียนไทย มีส่วนช่วยในการแก้ไขปัญหาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับการจัดการศึกษาของประเทศไทย และมีส่วนสำคัญในการแบ่งเบาภาระด้านการจัดการศึกษาของทางภาครัฐ โดยบทบาทของโรงเรียนเอกชน ประกอบด้วย 1) แบ่งเบาภาระของรัฐ 2) เป็นโรงเรียนใกล้บ้าน 3) ให้บริการเด่นเป็นพิเศษ 4) ช่วยให้เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพการศึกษา 5) มีการบริหารจัดการที่มีความคล่องตัว และ 6) พัฒนาคุณภาพผู้เรียน (ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานเลขานุการกรม สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2556) แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579 เล็งเห็นความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษาของสถานศึกษาในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นสถานศึกษาของภาครัฐหรือภาคเอกชน สำหรับภาคเอกชน รัฐบาลมีการกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของภาคเอกชน มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการบริหารจัดการการศึกษาของโรงเรียนเอกชน อาทิเช่น การให้เงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัว การให้เงินอุดหนุนปัจจัยพื้นฐานสำหรับนักเรียนยากจน และการขับเคลื่อนโครงการเรียนฟรี 15 ปี ในโรงเรียนเอกชน เป็นต้น (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) นโยบายการให้เงินงบประมาณสนับสนุนโรงเรียนเอกชนต่าง ๆ เหล่านี้ ช่วยให้โรงเรียนเอกชนสามารถดำเนินกิจการได้อย่างสะดวกคล่องตัวขึ้น และยังสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้า



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6  
วันที่ 6 กันยายน 2566

เรียนในโรงเรียนเอกชนได้ แต่ถึงกระนั้น นโยบายเหล่านี้ก่อให้เกิดการแข่งขันด้านการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และการเร่งเพิ่มยอดจำนวนนักเรียนในสถานศึกษา การแข่งขันเกิดขึ้นทั้งระหว่างสถานศึกษาของภาคเอกชน ด้วยกันเองและระหว่างสถานศึกษาของภาคเอกชนกับภาครัฐบาล ด้วยเหตุนี้ โรงเรียนเอกชนจำเป็นต้องมีการขับเคลื่อนเชิงรุก ต้องมุ่งพัฒนาการจัดการศึกษาและงานด้านต่าง ๆ ของสถานศึกษาให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ให้ตรงต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้ปกครอง นักเรียนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พร้อมมีการทำการตลาดที่ดี สิ่งเหล่านี้ล้วนมีส่วนช่วยให้โรงเรียนเอกชนกลายเป็นที่รู้จัก เป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ สามารถแข่งขันเทียบกับสถานศึกษาอื่น และเป็นที่ต้องการของตลาดได้

The Chartered Institute of Marketing (CIM) (2015) ให้ความหมายของคำว่า “Marketing” หรือ “การตลาด” ไว้ว่า “การตลาด” คือ กระบวนการจัดการที่มีส่วนรับผิดชอบต่อการระบุ การคาดการณ์ และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมีกำไร ความสำเร็จด้านการตลาดขึ้นอยู่กับพิจารณาถึงประเด็นหลัก ๆ ประกอบด้วย สิ่งที่บริษัทกำลังจะผลิต ราคาที่จะเรียกเก็บ การส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ ไปสู่ลูกค้า การสื่อสารกับลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ หรือที่เดิมนักวิชาการในนาม “the Four Ps – Product, Price, Place และ Promotion” ตามลำดับ ภายหลัง เมื่อการตลาดมีความซับซ้อนมากขึ้น “the Fifth P – People” หรือประเด็นการพิจารณาด้านบุคลากรหรือคณะทำงานในองค์กรได้ถูกเพิ่มเข้ามา จนล่าสุด ได้มีการเพิ่ม “the Sixth P – Process” หรือขั้นตอนกระบวนการในการส่งสินค้าและ/หรือบริการถึงลูกค้าและรวมถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ส่งสินค้าและ/หรือบริการ และ “the Seventh P – Physical Evidence” หรือลักษณะทางกายภาพขององค์กร เข้ามาประเด็นพิจารณาในการทำการตลาด หรือปัจจุบันเป็นที่รู้จักกันในนาม “the Seven Ps of Marketing” บางครั้งถูกเรียกว่า “Marketing Mix” หรือ “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด” ดังนั้น การที่โรงเรียนเอกชนนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มาพิจารณาและใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงเรียน จะช่วยให้การวางแผนงานและการตัดสินใจในการดำเนินงานทางการตลาดของโรงเรียนมีความดึงดูด น่าสนใจ เป็นที่พึงพอใจ ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในที่นี้คือผู้ปกครองและนักเรียน และอาจส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายพิจารณาตัดสินใจเลือกส่งบุตรหลานในความปกครองมาเข้าเรียนในสถานศึกษาได้

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร ตามแนวคิดและทฤษฎีเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิจัยที่ได้ ถือเป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีคุณค่าต่อโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชุมพรและโรงเรียนที่มีบริบทเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน ซึ่งโรงเรียนสามารถนำไปใช้เป็นกรอบในการกำหนดแนวทางในการบริหารและการจัดการการศึกษาของสถานศึกษาให้สอดคล้องตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในขณะเดียวกัน สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางานด้านการบริหารและการจัดการงานด้านต่าง ๆ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6  
วันที่ 6 กันยายน 2566

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานด้านการจัดการเรียนการสอนและงานด้านการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ให้มีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพสูงขึ้น บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่สถานศึกษาได้วางไว้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ มุ่งศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร ใน 7 ด้าน ตามแนวคิดเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler (2011, อ้างถึงใน กันตรัตน์ สุจิตวนิช, 2563) ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ปัจจัยด้านบุคลากร 6) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ปกครองของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปฐมวัย ประถมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนต้น ของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 รวมจำนวนทั้งสิ้น 174 คน

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามความคิดเห็น (Questionnaire)

#### 2. ขั้นตอนการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ ผู้ปกครองของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปฐมวัย ประถมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนต้น ของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 306 คน (กำหนดอัตราส่วน ผู้ปกครอง 1 คน ต่อนักเรียน 1 คน) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณของ Krejcie & Morgan (1970) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนรวมทั้งสิ้น 174 คน จากนั้น สุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน จากนั้น ดำเนินการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94

#### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6  
วันที่ 6 กันยายน 2566

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามความคิดเห็นและซองส่งกลับให้แก่ผู้ปกครอง โดยดำเนินการผ่านคุณครูประจำชั้น และนำแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมาตรวจสอบความเรียบร้อย เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วน จึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่เก็บรวบรวมได้โดยใช้สถิติพื้นฐาน โดยดำเนินการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่า PNI Modified

#### ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร ประเด็นที่ศึกษาประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร จากนั้น ดำเนินการหาค่า PNI Modified เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาและจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร ในภาพรวม สามารถเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อันดับที่หนึ่งคือ ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในเรื่องของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (PNI Modified = 0.064) อันดับที่สองคือ ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในเรื่องของปัจจัยด้านกระบวนการ (PNI Modified = 0.046) อันดับที่สามคือ ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในเรื่องของปัจจัยด้านราคา (PNI Modified = 0.045) อันดับที่สี่คือ ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในเรื่องของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (PNI Modified = 0.041) อันดับที่ยี่ห้าคือ ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในเรื่องของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (PNI Modified = 0.039) อันดับที่ยี่หกคือ ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในเรื่องของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (PNI Modified = 0.034) และอันดับที่ยี่เจ็ดคือ ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในเรื่องของปัจจัยด้านบุคลากร (PNI Modified = 0.027)

#### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง ความต้องการจำเป็นของผู้ปกครองในการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชุมพร ตามแนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ปกครองมีความต้องการจำเป็นในเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริม



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6  
วันที่ 6 กันยายน 2566

การตลาด และปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ในการเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลาน ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนการสอน รูปแบบและเทคนิควิธีการจัดการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และการเลือกใช้สื่อประกอบการเรียนรู้ของสถานศึกษามากที่สุด ดังนั้น โรงเรียนจึงควรเร่งพัฒนางานด้านวิชาการและงานในส่วนที่เกี่ยวข้องให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ปกครอง กล่าวคือ หลักสูตรสถานศึกษาควรมุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ทางวิชาการ มีทักษะและสมรรถนะที่จำเป็น มีคุณธรรม จริยธรรม และมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ และหลักสูตรสถานศึกษาควรมีความเหมาะสมกับช่วงวัย และศักยภาพของผู้เรียน นอกเหนือไปจากนั้น โรงเรียนควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูจัดการเรียนการสอนและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยวิธีที่หลากหลาย และให้มีการใช้สื่อและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอนที่มีความเหมาะสม ทันสมัย และเอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพชรรัตน์ รงควงศ์ (2563) ที่ค้นพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือปัจจัยด้านหลักสูตรและสื่อการสอนมีผลต่อความคิดเห็นของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชนมาตรฐานสากล (หญิงล้วน) เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ในระดับมาก และสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ เอื้อง โคตรหนองปิง และเพ็ญณี แนนรอต (2559) ที่ว่า โรงเรียนควรจัดหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาคุณภาพและศักยภาพทั้งทางด้านวิชาการ ด้านคุณธรรมจริยธรรมในการดำรงชีวิต ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และด้านการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม และควรจัดให้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดการเรียนการสอน

ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ในการเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลาน ผู้ปกครองพิจารณาถึงกระบวนการบริหารและจัดการงานด้านต่าง ๆ ของโรงเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการด้านการจัดการเรียนการสอนและการบริหารจัดการงานทั่วไปของสถานศึกษา ในที่นี้รวมถึงกระบวนการด้านการให้บริการต่าง ๆ แก่นักเรียน ผู้ปกครอง ชุมชนและสังคม ดังนั้น กระบวนการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนต้องมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาผู้เรียนให้บรรลุเป้าหมายด้านคุณภาพผู้เรียนตามที่สถานศึกษาได้กำหนดไว้ และเป็นไปตามความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในขณะเดียวกัน กระบวนการบริหารจัดการงานด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนต้องมีระบบ มีระเบียบแบบแผน มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ และควรมีความสอดคล้องกับกระบวนการจัดการเรียนการสอน นอกเหนือไปจากนั้น โรงเรียนควรให้ความสำคัญกับการบริหารและจัดการงานด้านการให้บริการของโรงเรียน ไม่ว่าจะเป็นการดูแลเอาใจใส่นักเรียนทุกคนอย่างใกล้ชิด ทั้งถึง และเท่าเทียม การใส่ใจในเรื่องของสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสุขอนามัยของนักเรียน การต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองหรือบุคคลภายนอกเมื่อมาติดต่อธุระที่โรงเรียน การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งต่อหรือเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างโรงเรียน ผู้บริหาร ครู นักเรียนและผู้ปกครอง การรับฟังและแก้ไขปัญหาหรือข้อร้องเรียนของนักเรียนและผู้ปกครอง และการบริการและสนับสนุนงานของชุมชนและสังคมโดยรอบ โดยโรงเรียนจะต้องรักษาระดับคุณภาพงานด้านการให้บริการให้ได้อย่างต่อเนื่อง ให้เป็นที่พึงพอใจต่อนักเรียน ผู้ปกครอง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กันตรัตน์ สุจิตวนิช (2563) ที่ค้นพบว่า



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6  
วันที่ 6 กันยายน 2566

ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนสองภาษาเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่นักเรียนที่ดี การจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ การรับฟังความคิดเห็นจากผู้ปกครองและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ การมีกระบวนการบริหารจัดการสถานศึกษาที่ดี มีการวางแผนการปฏิบัติงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และการมีช่องทางติดต่อสื่อสารระหว่างโรงเรียน ครูประจำชั้น และผู้ปกครองที่สะดวก รวดเร็ว และทันสมัย

นอกจากนั้น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ในการเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลาน ผู้ปกครองคำนึงถึงอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา อัตราค่าธรรมเนียมอื่นหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่สถานศึกษาเรียกเก็บ นโยบายการให้มีการผ่อนผันหรือการผ่อนชำระเงินค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และนโยบายการให้ทุนการศึกษา ส่วนลด และเงินช่วยเหลือแก่นักเรียนและครอบครัวนักเรียน ดังนั้น เพื่อให้ปัจจัยด้านราคาตอบสนองต่อความต้องการของผู้ปกครอง โรงเรียนควรเรียกเก็บอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ อย่างเหมาะสม และควรรักษาระดับอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ที่เรียกเก็บไม่ให้เป็นสูงเกินไป อีกทั้ง โรงเรียนควรมีนโยบายที่ช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง เช่น การอนุญาตให้มีการผ่อนชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นงวด ๆ ได้ การให้ทุนการศึกษา และการให้ส่วนลด เป็นต้น ในขณะที่เดียวกัน โรงเรียนควรเร่งพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาของสถานศึกษาและการให้บริการต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ให้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้ปกครอง เพื่อให้ผู้ปกครองเล็งเห็นถึงความคุ้มค่าของจำนวนเงินที่เสียไป สอดคล้องกับผลงานวิจัยของประกาศิต กิตติลาภ และสุนทรี วรรณไพเราะ (2561) ที่ค้นพบว่า ปัจจัยด้านราคาส่งผลกระทบต่อระดับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลกิตติเวชม์ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก ผู้ปกครองต้องการให้โรงเรียนจัดระบบการแบ่งชำระค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าบริการต่าง ๆ เป็นรายงวดให้แก่ผู้ปกครอง และมีการกำหนดการเก็บเงินค่าธรรมเนียมการเรียนอย่างเหมาะสมโดยคำนึงถึงคุณภาพและบริการ และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ The Chartered Institute of Marketing (CIM) (2015) ที่ว่า ราคาที่ลูกค้าจ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจะต้องมีความสามารถในการแข่งขัน บริษัทหรือองค์กรไม่ได้จำเป็นต้องกำหนดราคาต่ำที่สุดในท้องตลาดเสมอไป แต่ควรกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เหมาะสมกับมูลค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้าได้รับความรู้สึกคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนเงินที่จ่ายไป

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1. โรงเรียนควรพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาให้สอดคล้องต่อการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นผู้มีพัฒนาการสมบูรณ์รอบด้าน มีความรู้ด้านวิชาการ มีทักษะและสมรรถนะผู้เรียนที่จำเป็น มีคุณธรรม จริยธรรม และมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ อีกทั้ง โรงเรียนควรพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาให้มีความเหมาะสมกับช่วงวัยและศักยภาพผู้เรียน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6  
วันที่ 6 กันยายน 2566

2. โรงเรียนควรส่งเสริมให้ครูจัดการเรียนการสอนและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยรูปแบบและวิธีที่หลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการ ช่างวัย และศักยภาพที่แตกต่างกันออกไปของผู้เรียน โดยสนับสนุนให้ครูมีการใช้สื่อและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอนที่มีความเหมาะสม ทันสมัย เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี

3. โรงเรียนควรพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานด้านต่าง ๆ ให้มีความเป็นระบบ มีระเบียบแบบแผน ให้มีความสำคัญกับการให้บริการและการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองหรือผู้มาติดต่อธุระเมื่อมาใช้บริการในสถานศึกษา ควรรับฟังและพิจารณาทุกความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของนักเรียนและผู้ปกครองอย่างทันท่วงที และใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างโรงเรียน ผู้บริหาร ครู นักเรียน และผู้ปกครองที่มีความสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย และเข้าถึงได้ง่าย ในขณะเดียวกัน โรงเรียนควรพัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอนของครูให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมวางแผนและควบคุมการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน และการจัดโครงการหรือกิจกรรมประจำปีต่าง ๆ ของโรงเรียนให้สอดคล้องกัน เอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนรอบด้าน

4. โรงเรียนควรเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงคุณภาพการจัดการเรียนการสอน การบริการ และสภาพแวดล้อมของโรงเรียน และควรคำนึงสภาพเศรษฐกิจของประเทศและรายได้ครัวเรือนของผู้ปกครองประกอบด้วย

5. โรงเรียนควรคัดสรรบุคลากรที่เป็นผู้มีคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบ โรงเรียนควรอบรมให้บุคลากรทุกคน ทุกตำแหน่ง ตระหนักถึงการเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม และเป็นแบบอย่างที่ดี เป็นผู้มีความรับผิดชอบ มีความตั้งใจในการทำงาน และมีความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังความสามารถ เป็นผู้มีความรักความเมตตา ให้การดูแลเอาใจใส่ นักเรียนทุกคนเป็นอย่างดี เป็นผู้มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และโรงเรียนควรส่งเสริมให้บุคลากรของสถานศึกษาทุกคนมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเอง ให้ได้เข้ารับการฝึกอบรมในเรื่องต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและพัฒนาทักษะและสมรรถนะตามวิชาชีพ พร้อมนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงานของตนเองต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

กันตรัตน์ สุจิตวานิช. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษา เอกชน A ของผู้ปกครองสำหรับบุตรหลานในจังหวัดปทุมธานี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี]. มหาวิทยาลั ย รั ง สิ ต . <http://rsuir-library.rsu.ac.th/bitstream/123456789/609/1/Kantarat%20Suchitwanich.pdf>



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6  
วันที่ 6 กันยายน 2566

ประกาศิต กิตติลาโภ และสุนทรี วรณไพเราะ. (2561, 20 กรกฎาคม). ปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสงขลา [เอกสารนำเสนอในที่ประชุม]. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 9, มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่, สงขลา.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานเลขานุการกรม สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน.

(2556). บทบาทของโรงเรียนเอกชน. สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน.

<https://sites.google.com/site/prachasampan56/bthbath-khxng-rongreiyn-xekchn>

เพชรรัตน์ รงควงศ์. (2563). ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครองกับส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนเอกชนมาตรฐานสากล (หญิงล้วน) เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์]. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

<http://elibrary.pim.ac.th/Record/833953>

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579 (พิมพ์ครั้งที่ 1). บริษัท พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.

เอื้อง โคตรหนองปิง และเพ็ญณี แนนรท. (2559, 19 สิงหาคม). ปัจจัยที่ทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา กรณีศึกษา ตำบลบ้านไต้ อำเภอยะยี่น จังหวัดขอนแก่น [เอกสารนำเสนอในที่ประชุม]. โครงการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 3 “การเปลี่ยนผ่าน และการปฏิรูปการบริหาร สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน”, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.

The Chartered Institute of Marketing (CIM). (2015). *Marketing and the 7Ps: A brief summary of marketing and how it work*. <https://www.cim.co.uk/media/4772/7ps.pdf>