

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต
จังหวัดปทุมธานี

FACTORS AFFECTING THE PARENTS' DECISION TO SELECT A
SECONDARY SCHOOLS OF IN RANGSIT DISTRICT, PATHUM THANI PROVINCE

นางสาวกานดา กาญจนดิษฐ์

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

KANDA KANCHANADIT

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng
University Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้ปกครองในเขตรังสิตที่ตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ปกครองในเขตจังหวัดปทุมธานีที่ตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์พรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย T-Test

และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบว่าค่า Sig < 0.05 ต้องทดสอบโดยใช้วิธี Post Hoc เพื่อหาว่าคู่ไหนทำให้เกิดความแตกต่าง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ปกครองในเขตรังสิตที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และความสัมพันธ์ของเด็กในความปกครองต่างกันทำให้ภาพรวมทำให้การตัดสินใจของผู้ปกครองโดยภาพรวมไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี

ABSTRACT

Factors affecting the parents' decision to select a secondary schools of in Rangsit District, Pathum Thani Province.

The purposes of this research are 1) to study the characteristic of the student parents in Rangsit area on choosing the secondary schools 2) to study the factors that affect student parents choosing the secondary schools in Rangsit area.

The sampling group of this research is the student parent in Pathumtani province who chose the secondary schools in total 400 people. By use a questionnaire as a tool, collecting information, the statistics in this analysis are that percentage, average and standard deviation. Assumption tested by T-Test and statistics of one-way ANOVA, if value of Sig < 0.05 must be tested by Post Hoc method, to verify that which pairs is make a difference.

The result of assumption found that student parents in Rangsit area by gender, age, marital status, occupation, income, education level and relation between student parents and their children does not make a difference on decision making in overall. The factors of marketing mix; product, price, place, promotion. Human resources, physical characteristics and process affected to decision making on choosing the secondary schools of student parents at Rangsit area, Pathumtani province.

บทนำ

ปัจจุบันการศึกษาเริ่มมีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้น เนื่องจากเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ เพราะการศึกษาเป็นกระบวนการที่ทำให้มนุษย์สามารถประพฤติปฏิบัติตน และประกอบอาชีพการงานร่วมกับบุคคลอื่นๆ ได้อย่างเหมาะสม ไม่ใช่เพียงเพื่อประโยชน์ของคนแต่ละคนเท่านั้น แต่ต้องมุ่งไปสู่สังคมในภาพรวมคือการนำไปสู่สังคมที่เข้มแข็งและมีคุณภาพ (ปรัชญา เวสารัชช, 2545) ดังนั้น สิ่งที่จะช่วยในการพัฒนามนุษย์และสังคม

ก็คือ สถานบันการศึกษาอันได้แก่โรงเรียน ซึ่งถือ ว่า เป็นสถาบันที่ทำหน้าที่ในการให้การศึกษแก่สมาชิกของสังคม นั่นก็คือนักเรียน

การศึกษาในปัจจุบันมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วเนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่นสังคม ด้านเศรษฐกิจ หากคนในสังคมไม่มีความรู้หรือไม่มีความสามารถก็จะไม่สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ รัฐบาลจึงได้มีการสนับสนุนการศึกษาของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยการจัดกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ก.ย.ศ. ที่สามารถกู้เงินจากรัฐบาลมาเรียนก่อนแล้วผ่อนคืนทีหลังจึงสร้างโอกาสให้กับการศึกษามากยิ่งขึ้น และปัจจุบันยังมีการเปิดสถาบันการศึกษาเอกชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและสถาบันการศึกษาของรัฐบาลเองก็ได้มีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารโดยจะบริหารคล้ายกับสถาบันการศึกษาเอกชน

ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงเรียนรัฐบาลทั้งหมด32,238 แห่ง มีโรงเรียนเอกชนแบ่งเป็นนอกระบบ 10,265 แห่งและในระบบ 4,106 แห่ง โดยในเขตรังสิตจะมีโรงเรียนทั้งหมด 262 แห่ง มีสถิติจำนวนนักเรียนที่เข้าเรียนของรัฐประมาณ 1,933,139 คน และเอกชน320,918 คน คิดเป็นอัตราส่วน 86: 14 (สถิติการศึกษาประจำปี, 2559)ขณะนี้สถาบันการศึกษาได้มีการก่อตั้งขึ้นอย่างมากมาย โดยเฉพาะโรงเรียนเอกชนได้เข้า มามีบทบาททางการศึกษา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักเรียนหรือผู้ปกครอง โดยส่วนใหญ่ ผู้ปกครองจะเลือกสถาบันศึกษาให้แก่บุตรหลาน โดยคาดหวังให้บุตรหลานได้รับการศึกษาที่ดีมีประสิทธิภาพ สามารถดูแลและแก้ไขข้อบกพร่องของการพัฒนาการ พร้อมทั้ง จะปรับปรุงเมื่อมีการ เปลี่ยนแปลง (สถิติการณ์ วงศ์เขียว, 2544) เพราะเด็กเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่ทรงคุณค่า สามารถสร้าง ความเจริญก้าวหน้าให้กับสังคมและประเทศชาติได้

แต่เดิมนั้นการศึกษาของประเทศไทยมีการเรียนการสอนแบบเก่า เป็นการเรียนแบบสร้างผู้ตามที่ดีผลิตคนขยัน เชื่อฟัง และทำตามให้ถูกต้อง คนที่ท่องจำเก่งจึงประสบความสำเร็จได้ ทั้งในการเรียนและการทำงาน เพราะโลกยังเปลี่ยนแปลงช้ามาก และคำตอบที่ถูกต้องมีเพียงคำตอบเดียว แต่ขณะที่โลกยุคใหม่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วขึ้นเรื่อยๆ กระแสโลกยุคใหม่ที่เข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digitalization) ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงทั้งพฤติกรรมและความเชื่อ ค่านิยมของเด็กรุ่นใหม่ และการเปิดเสรีทางการศึกษามากขึ้นทำให้การแข่งขันรุนแรงมากขึ้น (Hyper Competition) โลกเปลี่ยนจากการหาคำตอบที่ถูกต้อง มาสู่การหาคำตอบที่น่าพึงพอใจตามบริบท ดังนั้นทักษะในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ความสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์และสร้างสรรค์ด้วยตนเอง รวมถึงความเป็นผู้นำที่สามารถสื่อสารและทำให้คนรอบข้างเชื่อว่าสิ่งใหม่สิ่งที่แตกต่างกันนั้นเป็นไปได้ จึงเป็นทักษะที่มีคุณค่ามากสำหรับบุคลากรยุคใหม่ กระแสการศึกษาทั่วโลกกำลังมุ่งสร้างทักษะเหล่านี้ในระบบการศึกษารวมถึงประเทศในอาเซียนเองอย่างมาเลเซียหรือสิงคโปร์ ต่างก็เน้นแนวคิด Study less Learn More

ประเทศไทยเองก็อยู่ระหว่างการปรับเปลี่ยนแนวทางการเรียนการสอน และมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการ อาทิ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาในรูปแบบผู้ช่วยคุณครูอัจฉริยะ ช่วยลดงานเอกสารของคุณครู เช่น การเตรียมการสอน การเช็คชื่อ การวัดผลการเรียน มีระบบอัจฉริยะคอยอัปเดตสถานะและแจ้งเตือนคุณครูหากมีเด็กคนไหนน่าเป็นห่วง ทำให้คุณครูมีเวลามากขึ้นในการทำกิจกรรมกับเด็ก ๆ และให้ความใส่ใจแบบใกล้ชิดได้มากขึ้น (กาญจนา มั่งเขี้ยว, 2558)

เทศบาลนครรังสิต หรือ นครรังสิต เป็นเทศบาลนครในตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี มีประชากรประมาณ 76,973 ความหนาแน่นประชากรโดยเฉลี่ย 3,701 คนต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โดยเป็นเมืองปริมณฑลที่รองรับการขยายตัวของกรุงเทพมหานครในทางตอนเหนือ ในปัจจุบัน รังสิตกลายเป็นจุดศูนย์กลางในการเดินทางต่อไปยังจังหวัดต่าง ๆ ในภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก เป็นทำเลหนึ่งที่มีมหาวิทยาลัยชั้นนำรวมตัวอยู่มากและมีโรงเรียนที่หลากหลาย

เนื่องจากโรงเรียนมีรูปแบบคล้ายกันทุกโรงเรียนจนยากแก่การตัดสินใจของผู้ปกครอง เพราะปัจจุบันทั้งโรงเรียนรัฐบาลและเอกชนต่างก็มีการสนับสนุนในด้านของ 3 ภาษา ส่งนักเรียนไปแข่งขันได้รางวัลระดับประเทศ ดังนั้นผู้ปกครองจึงดูจากผลการทดสอบระดับชาติการศึกษาขั้นพื้นฐาน(O-NET) ในแต่ละปีประกอบการตัดสินใจร่วมด้วย ซึ่งเทศบาลนครรังสิตเป็นพื้นที่ค่อนข้างใหญ่และมีประชาชนหนาแน่นประกอบกับมีโรงเรียนค่อนข้างมากจึงทำให้ผู้ปกครองมีทางเลือกค่อนข้างเยอะในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นในฐานะผู้วิจัยเป็นบุคลากรในโรงเรียนเสริมมิตรวิทยา ซึ่งเป็นโรงเรียนเอกชนจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต ปทุมธานี เพื่อจะได้รับทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา ได้ทราบถึงหลักเกณฑ์ตลอดจนรูปแบบส่วนประสมการตลาดที่ทำให้เกิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาในเขตรังสิต ปทุมธานี เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาทางการศึกษาให้ตรงกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคได้ใช้ปรับกลยุทธ์การแข่งขันและส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถแข่งขัน คู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดที่ครองอยู่ได้ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัด การศึกษาของโรงเรียนให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น และพัฒนานการเรียนให้สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้ปกครองและประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้ปกครองในเขตรังสิตที่ตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต ปทุมธานี โดยการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตของงานวิจัยดังหัวข้อต่อไปนี้

1. ขอบเขตของเนื้อหา

1.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และ

ความสัมพันธ์กับนักเรียน

- ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกอบไปด้วย ประเภทของสถานศึกษา เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือก วิธีการเปรียบเทียบ และเลือกสถานศึกษาและลักษณะการตัดสินใจ(คนเดียวหรือร่วมกัน)

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับ

มัธยมศึกษา ประกอบไปด้วย ประเภทของสถานศึกษา เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือก วิธีการเปรียบเทียบ และเลือกสถานศึกษาและลักษณะการตัดสินใจ(คนเดียวหรือร่วมกัน)

ประโยชน์ของงานวิจัย

1. เพื่อทราบถึงลักษณะประชากร และพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาในเขตรังสิต และเพื่อทราบถึงปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครอง

2. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาในเขตรังสิต ข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 และ 2 จะเป็นประโยชน์ต่อโรงเรียนสามารถนำผลวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาปรับปรุงทางการบริหารจัดการและการจัดการเรียนการสอน

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบการของโรงเรียน และการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของสถาบันการศึกษาที่ชัดเจนเพื่อให้สามารถบริหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครอง

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากร

ศศิธร สุภาวรรณ (2554) กล่าวว่าแนวคิดด้านประชากรเป็นแนวคิดที่พยายาม ชี้ให้เห็นถึงประเด็นของความแตกต่างในด้านคุณสมบัติทางประชากรระหว่างบุคคลซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่แตกต่างกันออกไป หรือก็คือมองว่าคนที่มีคุณสมบัติทาง ประชากรที่แตกต่างกัน ก็จะมี ความต่างกันไปด้วย

กรกมล แสงจันทร์ฉาย (2559) กล่าวว่า บุคคลที่มีเพศอายุอาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว ฯลฯ ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับสารความเชื่อ ทักษะคิดรวม ไปถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของแต่ละคน ให้มีความแตกต่างกัน

2. ด้านส่วนประสมการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งใดๆที่นำเสนอต่อตลาดเพื่อสนองความต้องการ หรือความจำเป็นของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ยังหมายถึงสินค้าที่เป็นรูปธรรม (physical goods) บริการ (service) ประสบการณ์ (experience) สารสนเทศ (information) และความคิด (idea)

2. ราคา (Price) คือต้นทุนของลูกค้าในรูปจำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่ลูกค้าจ่าย ไปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์มา การตั้งราคาจะต้องสอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า ในจิตใจของลูกค้า

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ช่องทางการส่งมอบสินค้า บริการ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือการรณรงค์กิจกรรมทางด้าน การตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่บริษัทตั้งเป้าหมายไว้โดยการใช้เครื่องมือ ประเภทใดประเภทหนึ่ง

5. ด้านบุคคล (People) คือ ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6. ด้านกระบวนการ (Process) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในด้านการบริการ

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปณิตา อุบลน้อย (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการส่ง บุตรหลานเข้าศึกษาในระดับประถมศึกษา (หลักสูตรสองภาษา) ของโรงเรียนอรุณประดิษฐ์ จังหวัดเพชรบุรีพบว่าเหตุผลหลักในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนคือเห็นถึงความจำเป็นของภาษาอังกฤษ โรงเรียนได้เน้นการสอนเป็นภาษาอังกฤษโดย

มีครูชาวไทยคอยช่วยแปลและโรงเรียน อรุณประดิษฐ์มีสภาพแวดล้อมที่ดี ปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการเข้าศึกษาในหลักสูตรสองภาษาระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ กับความไว้วางใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงเรียน

สุทธานุช เจนโชติสุวรรณ (2555) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ผู้ปกครองให้ความสำคัญในระดับมากในด้าน หลักสูตรและสื่อการสอน ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และสถานที่ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านทางกายภาพ และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อจะให้ความสำคัญในงานด้านสุขภาพอนามัยมากที่สุด

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง และเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง ใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ปกครองที่เลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา ของผู้ปกครองในเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1.แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาและความสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับผู้ปกครอง มีจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

1.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต ปทุมธานี ได้แก่ความสนใจที่จะให้บุตรหลานเรียนใน รร. ในเขตรังสิต ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ช่องทางในการรับข้อมูลเกี่ยวกับสถานศึกษา และชื่อสถานศึกษาที่คิดว่าจะเลือกให้บุตรหลานของท่านเรียน มีจำนวนทั้งหมด 5 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (multiple choice) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

1.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต ปทุมธานีเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสม ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 30 ข้อ ประกอบด้วยคำถามใน ลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ โดยมีการให้คะแนนเพื่อตีความหมายดังนี้ ระดับความสำคัญมากที่สุด 5 คะแนน ระดับ

ความสำคัญมาก 4 คะแนน ระดับความสำคัญปานกลาง 3 คะแนน ระดับความสำคัญน้อย 2 คะแนน และระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1 คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
 - 1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีการวัดเชิงกลุ่ม
 - 1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ
2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้
 - 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต ปทุมธานี จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One- way ANOVA)
 - 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต ปทุมธานี จำแนกตาม เพศ จะใช้การ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ได้นำมาทดสอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 อายุอยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปีมากที่สุด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 สถานภาพสมรสเป็นสมรสมากที่สุด จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.30 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาทมากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 การศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.50 และความสัมพันธ์ของเด็กในความปกครองพบว่าเป็นลูกมากที่สุด จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.80
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี พบว่าพบว่า ผู้ปกครองที่มีความสนใจที่จะให้บุตรหลานเรียนใน รร. ในเขตรังสิต มีมากที่สุด จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.80 มีความสนใจที่จะให้บุตรหลานเรียนใน รร. ในเขตรังสิตมากที่สุดคือ บ้าน/ที่พัก อยู่ในพื้นที่เขตรังสิต รองลงมาคือสะดวกต่อการรับ-ส่งนักเรียน และมีโรงเรียนขนาดใหญ่เป็นจำนวนมาก มีน้อยที่สุด คิดเป็นจำนวน 152 96 58 53 41 ตามลำดับ และคิดเป็นร้อยละ 38.00 24.00 14.50 และ 13.30 ตามลำดับ พฤติกรรมผู้มื่อทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือเด็กและผู้ปกครองตัดสินใจเลือกสถานศึกษา ร่วมกันมีมากที่สุด ผู้ปกครองตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพียงคนเดียว และเด็กในปกครองของท่านตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพียงคนเดียว คิดเป็นจำนวน 242 106 11 ตามลำดับ และคิดเป็นร้อยละ 60.50 26.50 2.80 ตามลำดับ ช่องทางในการรับข้อมูลเกี่ยวกับสถานศึกษาที่ผู้ปกครองเลือกมากที่สุดคือ Facebook ของโรงเรียน รองลงมาคือ Website ของโรงเรียน ป้ายประกาศ และใบปลิววน้อยที่สุด คิดเป็นจำนวน 185 98 63 13

ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 46.30 24.50 15.80 3.30 ตามลำดับ ชื่อสถานศึกษาที่คิดว่าจะเลือกให้บุตรหลานของท่านเรียน (3 อันดับ) มากที่สุดอันดับ 1 คือ โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย รังสิต อันดับที่ 2 คือ โรงเรียนสายปัญญา รังสิต และอันดับที่ 3 คือ โรงเรียนธรรมศาสตร์คลองหลวงวิทยาคม คิดเป็นจำนวน 349 218 175 ตามลำดับ และคิดเป็นร้อยละ 29.10 18.20 14.60 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านระดับความคิดของส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านคือด้านสินค้า บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี (ทดสอบสมมุติฐาน) พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และความสัมพันธ์ของเด็กในความปกครองมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากผู้วิจัยเป็นบุคลากรในโรงเรียนแห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นโรงเรียนเอกชนจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต ปทุมธานี เพื่อจะได้รับทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา และทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ปกครอง

1. ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

เนื่องจากแบบสอบถามพบว่า เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส เป็นต้นต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาต่างกัน สอดคล้องกับภรณ์ แยมพันธ์ (2559) ปณิศา มีจินดาและศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2554, น. 70-71) อ่างถึง นางสาวชลันธร อนันต์ไวทยะกิจม (2560) กล่าวว่าลักษณะทางประชากรประกอบด้วยอายุ เพศ รายได้ การศึกษา อาชีพ ฯลฯ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคและยังเป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด

2. ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา

เนื่องจากพบว่าผู้ที่มีอิทธิพลตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับมัธยมศึกษามากที่สุดคือผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับณรงค์ ธนาวิภาส (2545) ได้กล่าวถึงตัวกำหนดการบริโภคหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยรวมคือผู้ปกครองเป็นผู้พิจารณาในการเลือกสถานที่ศึกษาให้กับบุตรหลานอย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาและการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการวางแผนทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับโรงเรียน อีกทั้งยังสามารถช่วยพัฒนาจุดแข็งและจุดด้อยของโรงเรียนที่ควรพัฒนาหรือส่งเสริมเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ปกครองและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ปกครองได้มากยิ่งขึ้น โดย

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากปัจจุบันมีโรงเรียนมัธยมศึกษาเป็นจำนวนมาก ควรเพิ่มหลักสูตรเนื้อหาที่โดดเด่น ทันสมัย และมีเทคโนโลยีมารองรับ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ปกครอง

2.2 ด้านราคา เนื่องจากผู้ปกครองมักจะเปรียบเทียบค่าเทอมก่อนตัดสินใจมาสมัครเรียน ดังนั้นทางโรงเรียนจึงควรสำรวจค่าเทอมของโรงเรียนต่างๆ เพื่อให้การตั้งราคาค่าเทอมมีความเหมาะสม

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากสถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทางเป็นปัจจัยหลักดังนั้น ที่ตั้งของโรงเรียนจึงเป็นจุดสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา

2.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด การบริการที่ดีเป็นสิ่งสำคัญ มีการให้คำปรึกษาต่างๆ ตลอดจนการตอบคำถามในเรื่องต่างๆ

2.5 ด้านบุคลากร คุณวุฒิที่เหมาะสมของครูผู้สอนเป็นสิ่งสำคัญ การสอนที่สามารถให้เด็กเข้าใจได้ กระจำง่าย กล้าถามกล้าตอบ มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับครูผู้สอน

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ สถานที่เรียนควรจะมีวิว ทิวทัศน์ที่เหมาะสมแก่การเรียน บรรยากาศร่มรื่น และควรมีที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ปกครอง

2.7 ด้านกระบวนการ จำนวนนักเรียนในห้องเรียนไม่ควรแออัด และต้องมีระบบการรับสมัครที่ชัดเจน และเป็นไปตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรในปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี เช่นปัจจัยด้าน แรงจูงใจ ปัจจัยด้านทัศนคติและปัจจัยด้านพฤติกรรมและนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาโรงเรียนให้ตรงกับความต้องการของผู้ปกครองต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมยิ่งขึ้น เช่นอาจจะสำรวจไปยังพื้นที่ต่างจังหวัดด้วย

3. ควรให้มีการนำสถิติอื่นมาใช้ในการวิเคราะห์ที่นอกเหนือจากที่ใช้วิเคราะห์ผล ในครั้งนี้เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายแตกต่างกันก่อให้เกิดความน่าสนใจ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา มักเขียว. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลาน

เข้าศึกษาในโรงเรียนโชติกาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร

กรกมล แสงจันทร์ฉาย. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกซื้อน้ำนมถั่วเหลืองพร้อมดื่มโทฟูซังของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นิชากา ภาปัทมาสน์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาของนักเรียน
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บรรยงศ์ โตจินดา. (2548). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ รวมสาส์น.

ปัทมา วิชิตะกุล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อคณะวิศวกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี

ณัฐพล พงศ์พฤติ. (2556). “ความคิดเห็นของนิสิตคณะมนุษยศาสตร์ต่อการตัดสินใจเลือก
เข้าศึกษาสาขาวิชาดนตรีไทย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.” รายงานการวิจัย ปริญญาศิลปศาสตร
บัณฑิต สาขาวิชาดนตรีไทย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภรณ์ แยมพันธ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูป
ตราดอยคำ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. (2540). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: เทคนิค 19.

ศศิธร สุภาวรรณ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อความ
งาม (Beauty Drink) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รชตวัน สุวรรณดี. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต