

ปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา

นิศารัตน์ มาคำ¹ เพชรรัตน์ โฉมศรี¹ สิริพร ศิริเสรี¹ อินทิรา นุ่มวงศ์¹ พงษ์สันดี ต้นหยง^{1*}
และพัชรกันต์ นิมิตรศติกุล¹

¹ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

* beeteek@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนโรงเรียนภัทรญาณวิทยา จำนวน 406 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 202 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินค่าความตรงด้านเนื้อหาและค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา ด้านภาพลักษณ์ของโรงเรียน ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก และผลการเปรียบเทียบระดับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักเรียนที่มีเพศ ระดับการศึกษาในปัจจุบัน และเกรดเฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยาไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ โรงเรียนภัทรญาณวิทยา

Factors affecting marketing mix in decision making to study in Matthayom 1 and 4 of Phattharayan Witthaya School

Nisarath Makham¹, Petcharat Chomsri¹, Siriporn Siriseri¹, Inthira Numwong¹,
Pongsan Tanyong^{1*}, and Patcharakan Nimitsadikul¹

¹General Management Program, Faculty of Management Science,
Nakhon Pathom Rajabhat University

* beeteek@gmail.com

Abstract

The objectives of this research were 1) to study level of marketing mix in decision making to study in Matthayom 1 and 4 of Phattharayan Witthaya School 2) to compare level of marketing mix in decision making to study according to personal factors. This research used the quantitative research methodology. Population of this research amount 406 students in Matthayom 1 and 4 of Phattharayan Witthaya School. Sample of 202 students recruited by Stratified random sampling. The research tool was a questionnaire that were evaluated for content validity and reliability. Data were analyzed with percentage, mean, t-test one-way ANOVA and double differential Analysis by LSD.

The results showed that the opinions of the marketing mix on the decision to study in Matthayom 1 and 4 at Phattharayan Witthaya School Image, tuition fees, school's location and physical aspects were at the highest level as for personnel, marketing promotion and process were at a high level and the comparison of the marketing mix on the decision to study classified by personal factors, it was found that students with gender current education level and GPA differences in opinions towards the marketing mix on the decision to study in Matthayom 1 and 4 were statistically different at the 0.05 level, which is in accordance with the hypothesis. Average family income per month there was no difference in the opinions of the marketing mix on the decision to study Matthayom 1 and 4 at Phattharayan Witthaya School.

Keywords: Marketing Mix, Decision making to study, Phattharayan Witthaya School

1. บทนำ

การศึกษาในปัจจุบันถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประชาชนส่วนใหญ่ในสังคมให้ความสำคัญและให้ความสนใจเกี่ยวกับระบบของการศึกษาอย่างมาก มนุษย์ในวัยเรียนศึกษาเล่าเรียนเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ความสามารถและประสบการณ์เพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่การทำงาน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรหรือบริษัทเชื่อมั่นในตัวผู้สมัครงานได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งการศึกษาเป็นเครื่องมือที่จะสร้างคนให้มีความรู้ ความสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้เลี้ยง

ตนเองและครอบครัว รู้เท่าทันโลก และอยู่ในสังคมได้โดยไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ ผู้ปกครองและนักเรียนจึงให้ความสำคัญกับสถาบันการศึกษามากขึ้น และสถาบันการศึกษาในปัจจุบันมีการก่อตั้งเพิ่มมากขึ้นจากแต่ก่อนอย่างเห็นได้ชัดทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน นักเรียนจึงมีตัวเลือกเพิ่มมากขึ้นในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อส่งผลให้สถาบันการศึกษาเกิดการแข่งขันกันมากขึ้นตามไปด้วย อีกทั้งรัฐบาลมีการส่งเสริมสนับสนุนและช่วยเหลือระบบของการศึกษาไทยในปัจจุบัน ซึ่งเป็นรากฐานของการดำเนินชีวิตและประกอบสัมมาอาชีพในสังคมปัจจุบัน แต่ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563) พบว่า จำนวนและสัดส่วนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุในวัยเด็ก จากปี พ.ศ. 2558-2562 มีแนวโน้มลดลงทุกปี ดังตารางที่ 1

ปี พ.ศ.	2558	2559	2560	2561	2562
จำนวนประชากรวัยเด็ก (0-14 ปี)	11,557,397	11,433,331	11,304,871	11,153,397	10,947,179
จำนวนลดลง (คน)		124,066	128,460	151,474	206,218
จำนวนลดลง (%)		1.07	1.14	1.35	1.89

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า จำนวนประชากรในวัยเด็กที่มีอายุตั้งแต่แรกเกิด - 14 ปี มีจำนวนลดลง และอาจมีแนวโน้มการลดลงในอนาคตอย่างต่อเนื่อง โดยทีมข่าวเศรษฐกิจของไทยรัฐออนไลน์ ได้มีการวิเคราะห์ไว้ว่า ในปี 2583 หรืออีก 20 ปีข้างหน้า จะมีแนวโน้มประชากรวัยเด็ก (แรกเกิด - 14 ปี) ลดลงเหลือประมาณ 8.4 ล้านคน (ไทยรัฐออนไลน์, 2563) จากข้อมูลดังกล่าว อาจส่งผลให้สถานศึกษาอาจประสบปัญหาผู้เรียนน้อยลง และอาจต้องปิดโรงเรียนในที่สุด

โรงเรียนภัทรญาณวิทยาเป็นโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนครปฐม ที่ได้รางวัลพระราชทานในปี พ.ศ. 2548 และได้รับคัดเลือกให้เป็นโรงเรียนคุณธรรมชั้นนำจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในปี พ.ศ. 2550 ได้รับการรับรองเป็นโรงเรียนต้นแบบในฝันรุ่นที่ 1 ในปี พ.ศ. 2558 และมีจุดเด่นที่แตกต่างกว่าโรงเรียนมัธยมศึกษาทั่วไป ด้วยการเปิดรับนักเรียนที่บกพร่องทางร่างกายและสมอง แต่ถึงแม้ว่าจะมีรางวัลเป็นการกระตุ้นความมีคุณภาพทางการศึกษา แต่ก็ได้ไม่ได้หมายความว่า จะทำให้นักเรียนหรือผู้ปกครองมีความเชื่อมั่นกับโรงเรียนภัทรญาณวิทยาได้ ด้วยเหตุนี้ ทำให้โรงเรียนต้องพัฒนาด้วยวิธีการตลาดควบคู่ไปด้วยเพื่อเป็นข้อมูลอีกด้านหนึ่งในการพัฒนาองค์กร สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และรองรับกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่มีจำนวนผู้ศึกษาลดลงในอนาคต

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา ซึ่งประโยชน์ที่ได้จะนำมาใช้ในการกำหนดทิศทาง ตลอดจนการแนะนำเพื่อให้นักเรียนเกิดความสนใจและตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนภัทรญาณวิทยาต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา

2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาในปัจจุบัน เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยาแตกต่างกัน

4. การทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา ผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานของงานวิจัย ดังนี้

4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7 P ของฟิลลิปคอตเลอร์ (Kotler, 2003) ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านส่งเสริมการตลาด 5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน 6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 7. ด้านกระบวนการ

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จำลอง สุริวงศ์ และนันทิยา น้อยจันทร์ (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียน เอกชนในจังหวัดพิจิตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายด้านทั้ง 7 ด้าน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนสูงสุดลงมา ได้แก่ 1) ด้านแนวทางการจัดการเรียน การสอน 2) ด้านมาตรฐานของสถานศึกษา 3) ด้านสภาพแวดล้อม 4) ด้านผู้บริหารสถานศึกษา 5) ด้านการเดินทาง 6) ด้านค่าใช้จ่ายของผู้ปกครอง และ 7) ด้านชื่อเสียงของสถานศึกษา ตามลำดับ

กาญจนา มักเขียว (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนโชติกาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นในเรื่องการตัดสินใจศึกษาต่อต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา ความสัมพันธ์ของเด็กในปกครอง และจำนวนเด็กนักเรียนที่มีภาระดูแลที่แตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจเลือกศึกษา ส่วนเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างในเรื่องการตัดสินใจเลือกศึกษา

สุทธานุช เจนโชติสุวรรณ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า อายุ อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจศึกษาต่อ ส่วนเพศ ระดับการศึกษา อายุ ความสัมพันธ์ของเด็กในปกครอง และจำนวนเด็กนักเรียนที่มีภาระดูแลที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของกลุ่มผู้ปกครอง ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจศึกษาต่อ ส่วนเพศที่แตกต่างกันมีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของกลุ่มนักเรียน

5. วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินงานวิจัยดังนี้

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ นักเรียนโรงเรียนภัทรญาณวิทยา ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 273 คน และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 133 คน รวม 406 คน คำนวณตัวอย่างได้ 202 คน (Yamane, 1967) สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบ่งชั้นภูมิดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

ระดับชั้น	ประชากร (คน)	ตัวอย่าง (คน)
มัธยมศึกษาปีที่ 1	273	136
มัธยมศึกษาปีที่ 4	133	66
รวม	406	202

ที่มา: งานทะเบียน โรงเรียนภัทรญาณ, 2560

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในงานวิจัยนี้เครื่องมือที่ใช้ในการแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ตอน

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาในปัจจุบัน เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามปลายเปิดให้เลือกตอบ

5.2.2 แบบวัดระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของโรงเรียน (Product) ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน (Price) ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) เป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ ให้เลือกตอบ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

5.2.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิดให้เขียนตอบ

5.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้นำเอาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมาตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

5.3.1 นำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและสถิติจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของวัตถุประสงค์ เนื้อหาและภาษาที่ใช้ หลังจากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเนื้อหาของคำถามแต่ละข้อของแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของคำถามวิจัย โดยมีดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

5.3.2 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอาแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบกับกลุ่มคล้ายตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเพื่อดูความเชื่อมั่นว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้หรือไม่ โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.96

จากการทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนั้นผ่านเกณฑ์การทดสอบทั้ง 2 ข้อ

5.4 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากปรับปรุงคุณภาพของแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างด้วยจนครบจำนวนตาม 202 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยจะคอยแนะนำการตอบในกรณีที่ผู้ตอบแบบไม่สอไม่เข้าใจคำถามและวิธีการตอบแบบสอบถาม

5.5 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2561 - กุมภาพันธ์ 2562

5.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.6.1. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.6.2. การเปรียบเทียบระดับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้การทดสอบแบบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง

เดียว (One -way analysis of variance) กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้สถิติ Fisher's Least Significant Difference (LSD)

6. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของโรงเรียน ($\bar{X}=4.70$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ($\bar{X}=4.84$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ($\bar{X}=4.59$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร ($\bar{X}=4.48$) อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=4.47$) อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ($\bar{X}=4.42$) อยู่ในระดับมาก และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=4.68$) อยู่ในระดับมากที่สุด

2. การเปรียบเทียบระดับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อทดสอบสมมติฐานสรุปผลได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบระดับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนประสมทางการตลาด	เพศ		ระดับการศึกษาในปัจจุบัน		เกรตเฉลี่ยสะสม		รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	
	t	Sig	t	Sig	F	Sig	F	Sig
ด้านภาพลักษณ์ของโรงเรียน	7.148*	.000	4.660*	.000	43.731*	.000	2.516	.114
ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน	3.341*	.001	1.440	.152	18.002*	.000	11.624*	.001
ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน	-1.228	.221	-1.068	.287	511.252*	.003	24.652*	.000
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-3.503*	.001	-3.382*	.001	6.123*	.003	.059	.809
ด้านบุคลากร	12.666*	.000	8.048*	.000	322.273*	.000	6.235*	.013
ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน	3.260*	.002	4.415*	.000	92.486*	.000	126.803*	.000
ด้านลักษณะทางกายภาพ	5.772*	.000	2.468*	.014	489.374*	.000	1.013	.315
ภาพรวม	6.274*	.000	3.340*	.001	40.211*	.000	.058	.810

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า นักเรียนที่มีเพศ ระดับการศึกษาในปัจจุบัน และเกรตเฉลี่ย แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยาไม่แตกต่างกัน

7. อภิปรายผล

1. ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของจำลอง สุริวงค์ และนนทยา น้อยจันทร์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร ซึ่งอภิปรายได้ว่า การบริหารจัดการเกี่ยวกับปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนภัทรญาณมี

ประสิทธิภาพค่อนข้างมาก ซึ่งเห็นได้จากระดับความคิดเห็นของด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ด้านภาพลักษณ์ของโรงเรียน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

2.1 นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ยกเว้นด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา มักเขียว (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนโชติกาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นในเรื่องการตัดสินใจศึกษาต่อต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน อภิปรายได้ว่า แต่ละเพศมีความแตกต่างกัน โดยเพศหญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อน มีความจดจำค่อนข้างดี และมีความถนัดด้านงานฝีมือ ซึ่งแตกต่างจากเพศชายมีความถนัดด้านการคำนวณ และมีการเคลื่อนไหวได้ดีกว่าเพศหญิง จากลักษณะดังกล่าว จึงทำให้เห็นได้ว่า แต่ละเพศมีลักษณะที่ต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดต่างกันด้วย

2.2 นักเรียนที่มีระดับการศึกษาในปัจจุบันแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ยกเว้นด้านค่าธรรมเนียมการเรียน แลด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน อภิปรายได้ว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 อาจมีความแตกต่างกันในด้านอายุ และวุฒิภาวะ จึงทำให้มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดต่างกันด้วย

2.3 นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานทุกด้าน อภิปรายได้ว่า นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยแตกต่างกันอาจมีลักษณะนิสัย และความสนใจแตกต่างกัน จึงส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านต่างกันด้วย

2.4 นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยาไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านภาพลักษณ์ของโรงเรียน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธานุช เจนโชติสุวรรณ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

8.1.1 ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นโรงเรียนภัทรญาณวิทยาควรรักษามาตรฐานดังกล่าวไว้ โดยมีการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการตรวจสอบผลการบริหารงานของโรงเรียน หากผลการสำรวจความคิดเห็นมีระดับที่ลดลง จะได้ดำเนินการแก้ไขได้ทันที่ เพราะหากระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่สูง ส่งผลให้นักศึกษาเดิมเกิดความพึงพอใจกับการบริหารงานของโรงเรียน นักเรียนกลุ่มดังกล่าวจะสามารถบอกต่อหรือแนะนำให้รุ่นต่อไป ซึ่งอาจเป็นเหตุผลหนึ่งในการตัดสินใจเลือกเรียนต่อกับโรงเรียนภัทรญาณวิทยา

8.1.2 ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า นักเรียนที่มีเพศ ระดับการศึกษาในปัจจุบัน และเกรดเฉลี่ย แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โรงเรียนภัทรญาณวิทยา จึงควรบริหารจัดการ

โรงเรียนในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของนักเรียนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน โดยการศึกษาความต้องการของนักเรียนในแต่ละประเภทและนำมาประยุกต์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียน หรือ การเชิญตัวแทนนักเรียนในแต่ละปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้มีส่วนร่วมในการวางแผนบริหารจัดการโรงเรียนตามปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด โรงเรียนอาจต้องการบริหารจัดการที่มีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับความต้องการของผู้เรียนที่แตกต่างกัน ก็อาจจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

8.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ผู้ที่สนใจสามารถนำแนวคิดจากงานวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ด้วยการเปลี่ยนตัวแปรอิสระอื่น ๆ เช่น คุณภาพบริการของโรงเรียน คุณค่าตราสินค้า เป็นต้น ว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และปีที่ 4 ของโรงเรียนภัทรญาณวิทยา หรือไม่

8.2.2 งานวิจัยดังกล่าวศึกษาเฉพาะโรงเรียนในสังกัดของรัฐ หากผู้ที่จะสนใจจะต่อยอดงานในเชิงการเปรียบเทียบ โรงเรียนเอกชน ก็อาจจะได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

9. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร. พงษ์สันต์ ต้นหยง อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ให้คำแนะนำตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง และขอขอบคุณเจ้าของเอกสารและงานวิจัยทุกท่านที่คณะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและนำมาอ้างอิงในการทำวิจัย

10. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา มักเขียว. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนโสต

กาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

งานทะเบียน โรงเรียนภัทรญาณวิทยา. (2560). จำนวนนักเรียนโรงเรียนภัทรญาณวิทยา. เอกสารอัดสำเนา.

จำลอง สุริวงค์ และนันทิยา น้อยจันทร์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของ

ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร. เอกสารประกอบการประชุมสัมมนาวิชา ครั้งที่ 1

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 22 สิงหาคม 2559 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. 14 หน้า, 77-90.

ไทยรัฐออนไลน์. (2563). สังคมเปลี่ยน คนไทยเกิดน้อยตายช้า ทำทนายรัฐบาลรับมือผู้สูงอายุพึ่งพิงวัยแรงงาน. [ออนไลน์]

ค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2563 จาก <https://www.thairath.co.th/news/business/1750931>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). จำนวนและสัดส่วนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุ (วัยเด็ก วัยแรงงาน

วัยสูงอายุ) เพศ ภาค และจังหวัดพ.ศ. 2553 - 2562. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2563 จาก

<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>

สุทธานุช เชนโสตสุวรรณ. (2555). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัย

ศิลปากร อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. (11th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Yamane, T. (1967). *Statistic: An introductory analysis*. (2nd ed.). New York: Harper & Row.