

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

7PS MARKET MIX FACTORS INFLUENCING PARENTS' DECISION TO SEND THEIR CHILDREN TO PRIVATE SCHOOLS MUEANG SURIN DISTRICT, SURIN PROVINCE

ภัทรนันท์ นิลแก้ว<sup>1</sup>

Pattaranan Ninkaew<sup>1</sup>

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ปกครอง และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ กลุ่มปกครองของนักเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที ค่าความแปรปรวนทางเดียว และสมการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31-40 ปี อยู่ในสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ผู้ปกครองมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจโดยภาพรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผู้ปกครองที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนเอกชน

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับนักบริหารรุ่นใหม่ มหาวิทยาลัยรามคำแหงสาขาวิทยาเขตสุรินทร์, Master's Student in Business Administration Program for Young Executives, Ramkhamhaeng University Surin Campus

## ABSTRACT

This independent study aims to compare parents' decision to send their children to private schools. Mueang Surin District, Surin Province and to study the 7Ps market mix factors that influence parents' decision to send their children to private schools. Mueang Surin District, Surin Province Parent group of private school students, Mueang Surin District, Surin Province 400 samples. The statistics used in the research consisted of frequency, percentage, mean, standard deviation, t- test, One-way Anova and multiple regression equations.

The study found that the majority of parents are female, aged between 31-40 years old, in marital status, have a bachelor's degree, and work as employees or employees of private companies with an average monthly income between 20,001-30,000 baht. The results of the research hypothesis test showed that parents with different demographic factors in terms of gender, age, status, and education level had different decision to send their children to private schools. In addition, it was found that market mix factors including product, price, place, personnel, processes, and physical evidence influenced parents' decision to send their children to private schools with statistically significant at 0.05.

**Keywords:** Marketing mix factors, The decision to send children to school, Private school

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของคนไทยทุกคนที่รัฐต้องจัดเตรียมเพื่อพัฒนาคนไทยทุกวัยให้มีความรู้และความสามารถในทุกด้านในฐานะที่เป็นปัญหาที่สำคัญ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาทักษะคุณลักษณะและความสามารถในอาชีพและการใช้ชีวิตอย่างสงบสุขกับผู้อื่นในสังคม ซึ่งจะนำไปสู่ความมั่นคงและความมั่นคงของประเทศที่จะต้องพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันกับประเทศอื่น ในโลก ในขณะเดียวกันกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สภาพสังคม ไปจนถึงวิถีชีวิตของประชาชนเป็นไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งคุณภาพของการจัดการศึกษานั้นถือเป็นตัวบ่งชี้ความพัฒนาของประเทศที่สำคัญประการหนึ่งโดยสำหรับความพร้อมในการเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 อย่างเต็มรูปแบบ ถูกได้รับการมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและยกระดับคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัย ให้เกิดเป็นพลเมืองโลกที่ดี (Global Citizen) พร้อมก้าวสู่สากล นำไปสู่การสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562)

โรงเรียนเอกชน เป็นหนึ่งในสถาบันทางการศึกษาที่จัดการศึกษาไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนในระบบหรือโรงเรียนนอกระบบ ที่มีใช้เป็นที่ตั้งของสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษา

เอกชน ซึ่งเข้ามามีบทบาทในการแบ่งเบาภาระทางการศึกษาของรัฐบาล โดยคุณค่าของโรงเรียนเอกชนที่ก่อตั้งขึ้นมานั้น เพื่อมุ่งพัฒนาการศึกษาอย่างแท้จริงด้วยการกระบวนกรสร้างความรู้ มีกระบวนการเรียนการสอนเข้าถึงผู้ปกครอง ซึ่งมีหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานการณ์โลกปัจจุบัน มีครูประจำวิชาที่มีคุณภาพ มีสภาพห้องเรียนที่มีนักเรียนในจำนวนที่ได้มาตรฐาน มีสภาพสถานที่ที่สะอาด สวยงาม สถานที่ที่มีบรรยากาศที่น่าเรียน มีการบริการที่น่าประทับใจให้กับผู้ปกครองในหลายๆ ด้าน มีกิจกรรมหลากหลายที่จะช่วยบูรณาการการเรียนการสอนให้ได้ตามวัตถุประสงค์ตามนโยบายของแต่ละโรงเรียน มีรถรับส่งนักเรียนไว้บริการที่สำคัญมีผู้รับใบอนุญาต เจ้าของ และผู้บริหารคอยดูแลตลอดเวลา (ชิตวร ลีละผลิน, 2564)

อย่างไรก็ตามโรงเรียนเอกชนนั้นมีค่าธรรมเนียมโรงเรียนเอกชนที่ค่อนข้างสูงกว่าโรงเรียนของรัฐบาล เนื่องจากต้องใช้นโยบายค่าธรรมเนียมที่ต้องคุ้มกับค่าใช้จ่ายของการลงทุน และจะต้องให้มีรายรับกลับมาเพื่อใช้เป็นค่าใช้จ่าย และส่วนหนึ่งต้องเหลือเป็นกำไรที่จะไว้ใช้ในการลงทุน และใช้ในการบริหารจัดการต่าง ๆ เช่น การอบรมพัฒนาครู พัฒนาผู้บริหาร ใช้ในการพัฒนากิจกรรมเด็กนักเรียน ตลอดจนเป็นค่าบำรุงซ่อมแซมรักษาตึก อาคาร สถานที่ เป็นต้น (ชิตวร ลีละผลิน, 2564)

ทั้งนี้โรงเรียนจึงเป็นสถาบันที่จะช่วยส่งเสริมให้เยาวชนได้รับการศึกษาตามสิทธิขั้นพื้นฐาน จึงเป็นผลให้ในปัจจุบันธุรกิจการศึกษามีแนวโน้มการเติบโตที่น้อยลง เนื่องจากอัตราการเกิดที่ลดลงทำให้โรงเรียนเอกชนส่วนใหญ่กำลังเผชิญหน้ากับสภาวะทางสังคมที่มีโครงสร้างประชากรวัยเรียนที่ค่อนข้างน้อย (รัชวดี แสงมหะหมัด, 2560) ด้วยสาเหตุนี้เองการแข่งขันในธุรกิจโรงเรียนเอกชนจึงมีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากโรงเรียนเอกชนต่างมีความต้องการจำนวนนักเรียนที่มากกว่าคู่แข่ง การมีจำนวนนักเรียนที่มากจะทำให้ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลเพิ่มมากขึ้นตามมา (ราชกิจจานุเบกษา, 2560) เนื่องจากโรงเรียนเอกชนส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่สูง เงินในส่วนนี้จะสามารถนำมาลดต้นทุนด้านการบริหารจัดการของโรงเรียนได้ส่วนหนึ่งและส่วนที่เหลือยังสามารถนำมาพัฒนาทั้งด้านวิชาการและด้านการบริการของโรงเรียนได้อีกด้วย ดังนั้นโรงเรียนเอกชนต่างต้องปรับตัวและพัฒนาด้านการบริการการศึกษาให้ดีขึ้นเพื่อการเพิ่มจำนวนเด็กนักเรียนเข้าใหม่และลดจำนวนการลาออกของเด็กนักเรียนเดิมให้น้อยลง

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงเรียนเอกชนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ในหัวข้อ “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์” เนื่องจากจังหวัดสุรินทร์มีโรงเรียนเอกชนหลายแห่ง และพบว่ายังประสบปัญหาดังกล่าวข้างต้นเช่นเดียวกัน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของทั้งโรงเรียนและผู้ปกครองมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ปกครอง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1.โรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ หมายถึง โรงเรียนเอกชนที่อยู่ในเขต อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

2.ผู้ปกครอง หมายถึง พ่อแม่ พ่อหรือแม่ ผู้อุปการะเลี้ยงดูรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

3.การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ปกครอง ซึ่งกระบวนการตัดสินใจ มี 5 ขั้นตอน ประกอบด้วยการตระหนักค่านึงถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การเปรียบเทียบทางเลือก การตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน และพฤติกรรมหลังจากเรียนของบุตรหลาน

4.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ นำมาใช้ในการวางแผนการตลาดของโรงเรียนเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และใช้อย่างสอดคล้องกันเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้หลักสูตรหรือการบริการของโรงเรียนเอกชน

## ขอบเขตการวิจัย

1.ด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และการตัดสินใจเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

2.ด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

3.ด้านระยะเวลา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 4 เดือน ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2566 ถึง 30 เมษายน 2566 ซึ่งเป็นการศึกษาการตัดสินใจเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนในปีการศึกษา 2566

4.ด้านกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มปกครองของนักเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยได้จากสูตรของ W.G.Cochran (1953)

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1.แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

Hanna and Wozniak (2001) และ Shiffman and Kanuk (2003) ได้กล่าวถึงความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้คล้ายคลึงกัน พวกเขา กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้และเชื้อชาติ ซึ่งอาจมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะเบื้องต้นที่นักการตลาดมักจะใช้พิจารณา สำหรับการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการความชอบ และอัตราการเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน ของผู้ปกครอง

## 2.แนวคิดเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้อง กับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ

## 3.แนวคิดเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

Kotler and Keller (2017) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักค่านึงถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การเปรียบเทียบทางเลือก การตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน และพฤติกรรมหลังจากหลังเรียนของบุตรหลานซึ่งผู้ปกครองอาจไม่ได้พิจารณาถึง 5 ขั้นตอนโดยลำดับก็ได้ผู้ปกครองจะมีกระบวนการในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การตระหนักค่านึงถึงปัญหา ผู้ปกครองจะรับรู้ถึงปัญหาหรือความจำเป็นในการใช้ทักษะการความรู้ที่ได้รับการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอกของบุตร 2) การแสวงหาข้อมูล เมื่อผู้ปกครองมีความต้องการเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน รับรู้ปัญหาว่าต้องการอะไรต่อไป ผู้ปกครองหาข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน นั้นว่าจะเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน ที่ไหน อย่างไรบ้าง 3) การเปรียบเทียบทางเลือก ผู้ปกครองจะพิจารณาข้อมูลที่ได้รับมาประเมินผลทางเลือกว่าจะเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนที่สถาบันใดจากปัจจัยต่าง ๆ ของแต่ละสถาบัน 4) การตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน ผู้ปกครองจะเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ เช่นราคา ความโดดเด่น ชื่อเสียง คุณภาพการเรียนการสอน เป็นต้น และ 5) พฤติกรรมหลังจากเรียนของบุตรหลาน เมื่อผู้ปกครองใช้การเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน หรือบริการที่เลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน ไปแล้วจะเกิดผลสองแบบ ได้แก่ พึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อไป

## สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ปกครองแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยประยุกต์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการทบทวนวรรณกรรม โดยสามารถจำแนกเป็น 4 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ปกครอง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ

**ตอนที่ 2** ข้อคำถามระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความเห็น (rating scale) 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert) เป็นคำถามที่ใช้ประเมินระดับความคิดเห็น โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน

**ตอนที่ 3** ข้อคำถามระดับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ มีเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับการตัดสินใจ (rating scale) 5 ระดับของ ลิเคิร์ต (Likert) เป็นคำถามที่ใช้ประเมินระดับการตัดสินใจ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน

**ตอนที่ 4** ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน

## 3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้การดำเนินการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) เป็นการหาค่าเชื่อมั่นแบบวัดความสอดคล้องภายใน โดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยกำหนดให้ค่าความเชื่อมั่นต้องมากกว่า 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามสามารถใช้ในการเก็บข้อมูลได้ จากการศึกษาพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) ของกลุ่มตัวอย่างทดลอง 40 คน เท่ากับ 0.946 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถนำแบบสอบถามชุดนี้ไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับผู้ปกครองจำนวน 400 รายต่อไปได้

## 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูล (Secondary Source) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการค้นคว้าจากเอกสารบทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ วารสาร ผลงานวิจัย เอกสารอื่น ๆ จากห้องสมุดฐานข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ จากผู้ที่ได้ศึกษาเรื่องนี้ไว้ก่อนแล้วและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นศึกษาข้อมูลที่มา เพื่อใช้ประกอบอ้างอิงการวิจัย และมีกรอบที่วางไว้เบื้องต้น

2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้รับการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบของอาจารย์นำมาจัดทำแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องทำแบบสอบถามหลักก่อน เพื่อเป็นการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างตามเป้าหมายในการทำวิจัย พร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด และจะดำเนินการในขั้นต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

## 5.การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทางสถิติ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ อธิบายสถิติค่าที่ (Independent t-test) สถิติ F-test (One Way ANOVA) และสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

### ผลการวิจัย

1. ผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31-40 ปี อยู่ในสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

2. ผู้ปกครองมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1) ด้านกระบวนการให้บริการ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านผลิตภัณฑ์ 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ อยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวม และรายด้าน โดยสามารถเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ 1) ด้านการตัดสินใจ 2) ด้านการเปรียบเทียบทางเลือก 3) ด้านการแสวงหาข้อมูล 4) ด้านพฤติกรรมหลังจากส่งบุตรหลานเข้าเรียน และ 5) ด้านการตระหนักถึงปัญหา

### 4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1.) ผู้ปกครองที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2.) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 1



ตารางที่ 1 การวิเคราะห์หาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้สถิติสมการถดถอยพหุคูณ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.933	.152		12.712	.000*
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.253	.538	.323	11.099	.021*
2. ด้านราคา	.411	.423	.121	11.021	.001*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.301	.415	.141	13.677	.009*
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	.036	.047	.038	0.758	.449
5.ด้านบุคลากร	.141	.122	.211	12.076	.000*
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	.321	.319	.121	14.437	.002*
7.ด้านลักษณะทางกายภาพ	.274	.213	.214	24.818	.000*
R=0.885 R Square= 0.816 Adjusted R Square= 0.810 SEE.= 0.270					

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี 7 ด้าน มี 6 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันพยากรณ์ที่ร้อยละ 81.6 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ และสามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 1.933 + (0.253) X_1 + (0.411) X_2 + (0.301) X_3 + (0.141) X_5 + (0.321) X_6 + (0.274) X_7$$

### อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ปกครอง จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ผู้ปกครองที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าผู้ปกครองที่มีเพศต่างกันมีความสนใจในบุตรหลานต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะพบว่าเพศหญิงมักมีความใส่ใจเรื่องการเรียนของบุตรหลานมากกว่า และเมื่ออายุต่างกัน ทำให้มีความสามารถทางด้าน

การเงินต่างกันจึงทำให้มีกำลังใจการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนที่แตกต่างกัน เมื่อมีสถานภาพต่างกัน เนื่องจากผู้ที่มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เป็นพ่อแม่ที่มีหน้าที่ดูแลเอาใจใส่การศึกษาของบุตรจึงทำให้ตั้งใจที่จะส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนต่างกัน เมื่อผู้ปกครองมีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้มีการให้ความสำคัญกับการศึกษาที่ต่างกันออกไป โดยสอดคล้องกับการศึกษาของสมศักดิ์ หงส์สุวรรณ (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ออสเตรเลีย อคาเดมี่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันภาษาแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และขัดแย้งกับเลิศศิลป์ กาบแก้ว (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุของความนิยมที่มีต่อโรงเรียนเอกชน พบว่าปัจจัยเชิงสาเหตุของความนิยมที่มีต่อโรงเรียนเอกชนโดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้ปกครองที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นปัจจัยเชิงสาเหตุของความนิยมที่มีต่อโรงเรียนเอกชนกับการตัดสินใจต่อโรงเรียนเอกชนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะว่าโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ที่บุตรหลานเรียนมีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ มีหลักสูตรที่ช่วยส่งเสริมความถนัดของบุตรหลาน มีกิจกรรมที่ช่วยพัฒนาทักษะความรู้ได้มากขึ้น ชื่อเสียงและเชื่อถือได้ ค่าใช้จ่ายของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์มีการแจ้งไว้อย่างชัดเจน มีการกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ชำระเงินแบบเงินสด ชำระเงินแบบโอนเงิน ชำระเงินแบบบัตรเครดิต หากมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ มักมีการแจ้งก่อนล่วงหน้าให้ทราบเสมอ เช่น การทัศนศึกษา ค่าเดินทางนอกสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น ค่าใช้จ่ายในการเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพการเรียนการสอน มีการรักษาความปลอดภัยสูง มีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ มีที่ตั้งอยู่ในสถานที่สะดวกต่อการเดินทาง มีพื้นที่กว้างขวาง สามารถรองรับนักเรียนได้จำนวนมาก ผู้สอนในโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาทักษะความรู้ของนักเรียน มีใบประกอบวิชาชีพครู มีความสามารถในการอธิบายและสอนได้อย่างเข้าใจง่าย เข้าใจถึงปัญหาของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี มีรายละเอียดและเงื่อนไขในการสมัครเรียนที่ชัดเจน สามารถดูแลนักเรียนภายในโรงเรียนเป็นไปอย่างมีคุณภาพทั่วถึง ในกรณีนักเรียนป่วยฉุกเฉินทางโรงเรียนมีการดูแลอย่างใกล้ชิด ขั้นตอนการสมัครเรียนเป็นไปอย่างรวดเร็ว ห้องเรียนของโรงเรียนมีอากาศที่สามารถถ่ายเทได้สะดวก ไม่อับชื้น การตกแต่งห้องเรียนมีความสวยงาม เครื่องมือ และอุปกรณ์มีความพร้อมสำหรับ

นักเรียนทุกคน โดยสอดคล้องกับการศึกษาของพรหมล สุชะตะวิจิตร (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนดำน้ำลึก (Scuba Diving) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนดำน้ำลึก (Scuba Diving) ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านหลักสูตรการสอน และบุคลากรของสถาบัน และสรพล เมฆพัฒน์ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดย ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียง โดยลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผู้สอน และความเหมาะสมของหลักสูตร ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงสถาบัน ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกิตติคุณ ทวนสุวรรณ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความสำคัญระดับมาก โดยในด้านบุคคลมีระดับความสำคัญสูงสุด ส่วนการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนนั้นการตัดสินใจเลือกทางเลือกมีความสำคัญระดับ สูงสุด และพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างไรก็ตาม เหตุผลที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนั้นอาจเป็นเพราะว่าการสร้างโปรโมชั่นลดแลกแจกแถมนั้นอาจไม่ได้อยู่ในปัจจัยที่ผู้ปกครองนำไปประกอบการตัดสินใจ เนื่องจากแต่ละโรงเรียนที่เลือกให้บุตรหลานเข้าเรียนนั้นต้องเจาะจงเลือกจากคุณภาพของกระบวนการเรียนการสอน หลักสูตรต่าง ๆ ที่สำคัญ รวมถึงการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนมากกว่าการกังวลเรื่องการลดราคาหรือโปรโมชั่นส่วนลด และการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนแล้วนั้น ผู้ปกครองย่อมเห็นถึงศักยภาพของตนเองในเรื่องของการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้อธิบายได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดจึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนั่นเอง โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของสรพล เมฆพัฒน์ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดย ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1) ด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ควรมีการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ปกครองได้มากขึ้น จากข้อมูลที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับโรงเรียนเอกชนมีรายละเอียดและเงื่อนไขในการสมัครเรียนที่ชัดเจนมากที่สุด รองลงมาคือโรงเรียนดูแลนักเรียนภายในโรงเรียน เป็นไปอย่างมีคุณภาพทั่วถึง

2) ด้านราคา โรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ควรมีการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ปกครองได้มากขึ้น จากข้อมูลที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์มีการแจ้งไว้อย่างชัดเจนมากที่สุด รองลงมาคือเงื่อนไขการชำระของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์มีหลายช่องทาง เช่น ชำระแบบเงินสด ชำระเงินแบบโอนเงิน ชำระเงินแบบบัตรเครดิต

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ควรมีการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ปกครองได้มากขึ้น จากข้อมูลที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ที่บุตรหลานเรียนมีการรักษาความปลอดภัยสูงมากที่สุด รองลงมาคือโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์มีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ

4) ด้านผลิตภัณฑ์ โรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ควรมีการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ปกครองได้มากขึ้น จากข้อมูลที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ที่บุตรหลานเรียนมีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์มีหลักสูตรที่ช่วยส่งเสริมความถนัดของบุตรหลาน

5) ด้านบุคลากร โรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ควรมีการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ปกครองได้มากขึ้น จากข้อมูลที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับผู้สอนในโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาทักษะความรู้ของนักเรียนมากที่สุด รองลงมาคือผู้สอนในโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์มีใบประกอบวิชาชีพครู

6) ด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ควรมีการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ปกครองได้มากขึ้น จากข้อมูลที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับห้องเรียนของโรงเรียนมีอากาศที่สามารถถ่ายเทได้สะดวก ไม่อับชื้นมากที่สุด รองลงมาคือการตกแต่งห้องเรียนในโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุรินทร์มีความสวยงาม

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ผู้วิจัยควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความคาดหวัง และความพึงพอใจในบริการของผู้ปกครองที่มีต่อการส่งบุตรหลานเข้าเรียน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้ปกครองมากขึ้น

2) ผู้วิจัยควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ปกครองหรือผู้บริหารโรงเรียน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางพัฒนาคุณภาพของโรงเรียนเอกชนในทุกมิติมากขึ้น

3) ผู้วิจัยควรศึกษาเฉพาะเจาะจงโรงเรียนที่ใช้ในการศึกษา เพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้มีความแม่นยำมากขึ้น และสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดมากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

กิตติคุณ ทวนสุวรรณ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 การตลาด และการบริหารธุรกิจปีที่ 2 ฉบับที่ 3

ชิตวร ลีละผลิน. (2564). วิฤตการศึกษไทย ถ้าไร 'การศึกษเอกชน'. มติชนออนไลน์. เรียกใช้เมื่อ 20 มกราคม 2566 จาก <https://www.matichon.co.th/education/news>.

รัชวดี แสงมหะหมัด.(2560).ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา: คุณภาพสังคมที่คนไทยมองเห็น. วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ , 8 (1), 33-66.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. (2560). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 (ตอนที่ 40).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ .(2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด.หลักการตลาด. ปรับปรุงใหม่ ปี 2563.

สรพล เมฆพัฒน์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมศักดิ์ หงส์สุวรรณ. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาต่างประเทศอัสเปอร์ดอคาเดมี่จังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.(2562).รายงานผลการดำเนินงานประจำปี2562 ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.จาก<https://www.obec.go.th>.

Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques. New York : John Wiley & Sons..

Cronbach, L. (1984). Essential of Psychological Testing. (4th ed.). New York: Harper.

Hanna and Wozniak (2001) and Shiffman and Kanuk (2003). Consumer behavior. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip. ( 1997) . Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control. 9th Edition. New Jersey : Prentice Hall, Inc.

Kotler,P and Keller, L K.(2017). Marketing Management .14th ed.Harlow: Person Education .

Likert, R. A. (1967). Technique for the Measurement of Attitude. Archives Psychological. 3(1), pp. 42-48.