ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กำแพงเพชร เขต 1

ไอรฎา นุ่มฤทธิ์

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
พฤษภาคม 2560
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ”
ของ นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ดร.ผดุงชัย ภู่พัฒน์)

.....ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา จันทร์ศิลา)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.นันทวัน เหลี่ยมปรีชา)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิติมา วรรณศรี)

อนุมัติ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

8 มิถุนายน 2560

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา จันทร์ศิลา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนให้การสนับสนุนและช่วยเหลือผู้วิจัยมาโดยตลอด จนการวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จิติมา วรรณศรี อาจารย์หัวหน้าภาควิชาบริหารและพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ ดร.ประจักษ์ ศรสาลี ผู้อำนวยการกลุ่มนิเทศติดตามและประเมินผลการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 และดร.ทักดนัย เพชรมารี ผู้อำนวยการโรงเรียนเจริญสุขอุดมวิทยา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือจนทำให้การวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่กลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวกเรื่องข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับสถานศึกษาเอกชน และขอขอบพระคุณ คณะผู้บริหาร คณะครู บุคลากรทางการศึกษา นักเรียน และผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดียิ่ง ในการเก็บข้อมูลและตอบแบบสอบถาม

ขอขอบคุณ คุณครูสถิรพร เชาวน์ชัย และคุณครูกุลภัทร วัฒนศิริ ที่มอบความรักความเมตตาและความเสียสละ ชี้แนะแนวทางการวิจัยครั้งนี้ ด้วยจิตวิญญาณของความเป็นครูอย่างแท้จริง

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาของผู้วิจัยที่ให้คำชี้แนะ ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน

ไอรฎา นุ่มฤทธิ์

ชื่อเรื่อง ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

ผู้วิจัย ไอรฎา นุ่มฤทธิ์

ประธานที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา จันทร์ศิลา

ประเภทสารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ กศ.ม. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2559

คำสำคัญ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด โรงเรียนเอกชน ปฐมวัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน และอาชีพของผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน จำนวน 346 คน ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยลักษณะเป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ผลการหาค่า IOC ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test independent samples) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่าง ทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ่ (Scheffe's method) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 พบว่า ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย

ได้ดังนี้ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 สรุปผลได้ดังนี้

2.1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคคล

Title	NEEDS OF PARENTS ABOUT MARKETING MIX FACTORS FOR SENDING THEIR CHILDREN TO STUDY IN EARLY CHILDHOOD OF PRIVATE SCHOOL UNDER KAMPHEANGPHET OFFICE OF PRIMARY EDUCATION SERVICE AREA 1
Author	Irada Numrith
Advisor	Associate Professor Vithaya Jansila, Ph.D.
Academic Paper	Thesis M.Ed. in Educational Administration, Naresuan University, 2016
Keywords	Marketing Mix, Private School, Primary

ABSTRACT

The objective of the research is to study marketing mix factors affecting needs of parents for their children to study in early childhood of private school under Kampheangphet office of primary education service area 1 and to compare of marketing mix factors affecting needs of parents for their children to study in early childhood of private school under Kampheangphet office of primary education service area 1. Such factors are distance to school and occupation.

Samples are 346 parents of students in private primary schools. The samples are set into Krejcie & Morgan table and selected by stratified random sampling method. The tool for this research is rating scale. There are five levels for the rating scale. The result of IOC is between 0.67–1.00 and the confident level is 0.97 . Analyzing the data with mean, standard deviation, t-test independent samples and one-way ANOVA; if there is a different, Scheffe's method will be used. The result is as follows;

1. The marketing mix factors affecting needs of parents for their children to study in early childhood of private school under Kampheangphet office of primary education service area 1 are high when consider in every factor at once. While considering each factor, every factor is still significant. The order of importance is as follow: people factor, product factor, process factor, physical evidence factor, promotion factor, place factor and price factor.

2. The result of comparing of marketing mix factors affecting needs of parents for their children to study in early childhood of private school under Kampheangphet office of primary education service area 1 are the following:

2.1 Different distance is not statistically significant in affecting marketing mix factors needs of parents for their children to study in early childhood of private school.

2.2 Different occupation is not statistically significant in affecting marketing mix factors needs of parents for their children to study in early childhood of private school. However, it affects the three following factors: product factor, price factor, and people factor.

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	**บทนำ**	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	3
	ขอบเขตของการวิจัย	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ	4
	สมมติฐานของการวิจัย	6
2	**เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	7
	การจัดการศึกษาระดับปฐมวัย	7
	แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ	18
	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	22
	พฤติกรรมผู้บริโภค	27
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	35
3	**วิธีดำเนินการวิจัย**	36
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
	การวิเคราะห์ข้อมูล	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	**ผลการวิจัย**	41
	ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
	ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1	43
	ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1	53
5	**บทสรุป**	90
	สรุปผลการวิจัย	91
	อภิปรายผลการวิจัย	95
	ข้อเสนอแนะ	99
บรรณานุกรม		100
ภาคผนวก		103
ประวัติผู้วิจัย		124

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัย จำแนกตามลักษณะการจัดการศึกษาของโรงเรียน.....	37
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียนและอาชีพของผู้ปกครอง.....	42
3	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียเอกชน.....	43
4	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านผลิตภัณฑ์	44
5	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านราคา.....	45
6	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการซองผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	46
7	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	47
8	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านบุคคล.....	48
9	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านกระบวนการให้บริการ.....	50
10	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

11 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน..... 53

12 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านผลิตภัณฑ์..... 54

13 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านราคา..... 55

14 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านการส่งเสริมการตลาด..... 57

15 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... 59

16 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านบุคคล 60

17 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านกระบวนการให้บริการ..... 62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

18 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านลักษณะทางกายภาพ..... 64

19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง..... 66

20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านผลิตภัณฑ์..... 68

21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านราคา..... 71

22 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านการส่งเสริมการตลาด..... 74

23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... 77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านบุคคล..... 80

25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านกระบวนการให้บริการ..... 83

26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านลักษณะทางกายภาพ..... 86

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย.....	35

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาในประเทศไทยเป็นการศึกษาที่จัดโดยกระทรวงศึกษาธิการของประเทศไทย โดยภาครัฐจะเข้ามาดูแลโดยตรงและเปิดโอกาสให้เอกชนมีส่วนร่วมในการศึกษาตั้งแต่ระดับการศึกษาปฐมวัยจนถึงระดับอุดมศึกษา สำหรับการศึกษาภาคบังคับในประเทศไทยนั้นได้กำหนดให้พลเมืองไทยต้องจบการศึกษาอย่างน้อยที่สุดในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและต้องเข้ารับการศึกษาอย่างช้าสุดเมื่ออายุ 7 ปี ซึ่งการศึกษาภาคบังคับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาขั้นพื้นฐาน ซึ่งแบ่งออกเป็นระดับชั้นประถมศึกษา 6 ปีและมัธยมศึกษา 6 ปี นอกจากนี้แล้วการศึกษาขั้นพื้นฐานยังรวมถึงการศึกษาปฐมวัยอีกด้วย ทั้งนี้รัฐจะต้องจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่ายตามความในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ส่วนการบริหารและการควบคุมการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจะดำเนินการโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ซึ่งเป็นแผนกหนึ่งของกระทรวงศึกษาธิการ ในปัจจุบันการศึกษาในประเทศไทยมีทั้งสิ้น 3 รูปแบบ คือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

ปัจจุบันนโยบายของรัฐบาลได้กำหนดให้เอกชนเข้ามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา โดยมีการให้การสนับสนุนส่งเสริมและช่วยเหลือในส่วนต่างๆ เช่น เงินอุดหนุน การลดหย่อนหรือการยกเว้นภาษีและจัดสิทธิ์ประโยชน์อื่นๆ เพื่อให้สถานศึกษาเอกชนมีมาตรฐานและสามารถพึ่งตนเองได้ซึ่งจะช่วยกระตุ้นในการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาเอกชนให้ดียิ่งขึ้น

การเรียนรู้ของเด็กปฐมวัยเป็นสิ่งที่เกิดกับเด็กได้ตลอดเวลา เด็กเรียนรู้จากการเล่นกับสื่อหรือสิ่งของใกล้ตัว สังเกตธรรมชาติที่อยู่รอบตัว การพัฒนาเกิดขึ้นได้จากการที่เด็กมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตาดู หูฟัง จมูกดมกลิ่น ลิ้มชิมรส มือสัมผัส (สุณี บุญพิทักษ์, 2557, หน้า 14) ในปัจจุบันการพัฒนาประสบการณ์ของเด็กปฐมวัยนั้นได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก เป็นการเน้นย้ำความสำคัญของการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา มีความรู้ คุณธรรม จริยธรรม และมีวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุขภายใต้คำจำกัดความว่าเก่ง ดี มีสุข ทำให้เกิดการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการเรียนรู้ แสดงให้เห็นว่าในช่วงปฐมวัยนั้นเป็นช่วงแห่งการพัฒนาอย่างแท้จริง เนื่องจากเด็กวัยนี้ต้องการการเรียนรู้ใน

สิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ด้าน จากบิดา มารดา คนรอบข้าง และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพัฒนาการที่เป็นรากฐานของ บุคลิกภาพ อุปนิสัย และการเจริญเติบโตทั้งทางร่างกายและจิตใจ สมอง สติปัญญา ความสามารถ การอบรมปลูกฝังสร้างเสริมพัฒนาการทุกด้านให้แก่เด็กปฐมวัยได้เจริญเติบโตเต็มศักยภาพในช่วงอายุนี้จะเป็นรากฐานที่ดีจะให้เด็กเติบโตเป็นเยาวชนและพลเมืองที่ดี เฉลียวฉลาด คิดเป็น ทำเป็น และมีความสุข เด็กปฐมวัยจะมีชีวิตรอดและเติบโตได้ก็ด้วยการพึ่งพาพ่อแม่และผู้ปกครองที่ช่วยเลี้ยงดูปกป้องจากอันตราย หากผู้ปกครองให้ความรักเอาใจใส่ใกล้ชิด อบรมเลี้ยงดูโดยเข้าใจเด็กพร้อมจะตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่เปลี่ยนไปตามวัยได้อย่างเหมาะสมแล้ว เด็กจะเติบโตแข็งแรงแจ่มใส มีความมั่นคงทางใจ รู้ภาษาใฝ่รู้ และใฝ่ดี พร้อมที่จะพัฒนาตนเองในขั้นต่อไป ให้เป็นคนเก่งและคนดีอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข ซึ่งปัจจุบันพบว่าสถานศึกษามีจำนวนมากขึ้น มีหลักสูตรการจัดการเรียนการสอน มีจุดเน้นที่แตกต่างกันไป ส่งผลให้จำนวนนักเรียนแต่ละโรงเรียนในระบบโรงเรียนประเภทสามัญศึกษามีจำนวนลดลง จากข้อมูลสารสนเทศการศึกษาเอกชน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 นักเรียนชั้นอนุบาลในปีการศึกษา 2558 ถึง ปีการศึกษา 2559 มีจำนวนลดลงดังนี้ ระดับชั้นอนุบาล 1 ลดลงร้อยละ 3.03 ระดับชั้นอนุบาล 2 ลดลงร้อยละ 1.51 ระดับอนุบาล 3 ลดลงร้อยละ 1.81 เนื่องจากพ่อแม่ ผู้ปกครองที่เป็นผู้รับผิดชอบ มีทางเลือกในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนอยู่หลายทาง ทั้งโรงเรียนของรัฐบาลและเอกชน ซึ่งมุ่งหวังที่จะให้บุตรหลานมีการเจริญเติบโตเต็มศักยภาพสมบูรณ์ตามวัย เพื่อเป็นรากฐานของการพัฒนาไปสู่วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ที่มีความสมบูรณ์พร้อมเป็นคนดี คนเก่ง ที่มีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี และประสบการณ์การเรียนรู้

ผู้ปกครอง ครอบครัว ประชาชนและสถาบันทางสังคมมีบทบาทร่วมกันในการจัดการศึกษาได้หลายประการ ทั้งในการจัดการศึกษาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือรัฐจัดให้แก่บุตรหลานของตน โดยมีส่วนร่วมในการเลือกสถานศึกษาให้แก่บุตรหลาน ร่วมตัดสินใจทิศทางการศึกษาของบุตรหลาน (ภารดี อนันต์นาวี, 2553, หน้า 257) ซึ่งสภาพของการบริหารโรงเรียนในด้านต่างๆ เช่น ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน และด้านการบริการ คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนอีกด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ทั้งนี้ผลวิจัยจะนำไปใช้เป็น

แนวทางในการวางแผนการบริหารจัดการโรงเรียนเอกชนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 และสามารถนำข้อมูลที่ศึกษามาใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาสถานศึกษาในการวางแผนนโยบายให้สอดคลองกับความต้องการของผู้ปกครองให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียนและอาชีพของผู้ปกครอง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูล/สารสนเทศสำหรับผู้บริหารสำนักงานเขตพื้นที่และผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ในการวางแผนและพัฒนาการรับนักเรียนและบริหารจัดการศึกษาในระดับปฐมวัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูล/สารสนเทศสำหรับผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกส่งบุตรหลานเข้าเรียนในระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ในปีการศึกษา 2559 จำนวน 3,465 คน จากโรงเรียนเอกชนจำนวน 21 โรงเรียน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ในปีการศึกษา 2559 จำนวน 346 คน ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) ตามสัดส่วนของผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยในแต่ละโรงเรียน

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

3.1.1 ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน จำแนกเป็น

1) ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง

2) ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป

3.1.2 อาชีพของผู้ปกครอง จำแนกเป็น

1) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2) ธุรกิจส่วนตัว

3) รับจ้าง

4) ลูกจ้างหน่วยงานราชการ

5) อื่นๆ

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ใน 7 ด้าน ดังนี้

3.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

3.2.2 ด้านราคา

3.2.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

3.2.5 ด้านบุคคล

3.2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ

3.2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ใน 7 ด้าน ดังนี้

1.1 **ด้านผลิตภัณฑ์** (Product: P) หมายถึง การจัดการศึกษาระดับปฐมวัยของโรงเรียนเอกชนที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษา ประกอบด้วย ปรัชญาและเป้าหมายของโรงเรียน ภาพพจน์ของโรงเรียน อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอน สัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน

1.2 **ด้านราคา** (Price: P) หมายถึง ค่าตอบแทนที่ผู้ปกครองยอมรับและเห็นว่าคุ้มค่า สำหรับการได้มาซึ่งคุณภาพของบริการและคุณภาพของนักเรียน ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมการเรียน ค่าอาหารและค่าบริหารต่างๆ การให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียน ระยะเวลาในการให้เครดิต

1.3 **ด้านการส่งเสริมการตลาด** (Promotion: P) หมายถึง กิจกรรมที่ใช้ความพยายามจูงใจให้เกิดความศรัทธาเชื่อถือการจัดการศึกษาของโรงเรียน ให้ผู้ปกครองรู้จักยอมรับเกิดความพึงพอใจในการบริหารโรงเรียนและคุณภาพของนักเรียน ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง

1.4 **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** (Place: P) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความต้องการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองนักเรียน ประกอบด้วย การบริการ ทำเลที่ตั้งโรงเรียน สถานที่จอดรถ รถรับส่งของโรงเรียน

1.5 **ด้านบุคคล** (People: P) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกฝ่ายของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

1.6 **ด้านกระบวนการให้บริการ** (Process: P) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านบริการของโรงเรียนเอกชน ประกอบด้วย กระบวนการเรียนการสอน กิจกรรมพัฒนานักเรียน การบริหารจัดการ สัมพันธ์ชุมชน

1.7 **ด้านลักษณะทางกายภาพ** (Physical evidence: P) หมายถึง การสร้างคุณภาพโดยรวม วิธีการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีเพื่อการบริการลูกค้า ประกอบด้วย ระบบความปลอดภัยของโรงเรียน การจัดอาคารให้ถูกสุขลักษณะ ห้องเรียนปรับอากาศ ความสะอาดในบริเวณโรงเรียนและในห้องเรียน ห้องน้ำ

2. **ผู้ปกครองนักเรียน** หมายถึง บิดามารดาหรือญาติของนักเรียนที่เป็นผู้รับผิดชอบดูแลบุตรหลานที่จะส่งเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

3. **ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน** หมายถึง ระยะเวลาในการเดินทางของนักเรียนจากบ้านที่พักอาศัยมาถึงโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกเป็น 1) ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง 2) ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป

4. **อาชีพของผู้ปกครอง** หมายถึง อาชีพของผู้ปกครองนักเรียนที่ส่งนักเรียนเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกเป็น 1) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ธุรกิจส่วนตัว 3) รับจ้าง 4) ลูกจ้างหน่วยงานราชการ 5) อื่นๆ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียนแตกต่างกัน มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 แตกต่างกัน

2. อาชีพของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาสาระตามลำดับ ดังนี้

1. การจัดการศึกษาระดับปฐมวัย
2. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
4. พฤติกรรมผู้บริโภค
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การจัดการศึกษาระดับปฐมวัย

1. การศึกษาปฐมวัย

การศึกษาปฐมวัย (กุลยา ตันติผลาชีวะ, 2545, หน้า 2) เป็นการจัดการศึกษาให้แก่เด็กปฐมวัย ลักษณะของการจัดการศึกษาเน้นการดูแลควบคู่ไปกับการให้การศึกษา มีผู้เรียกเด็กปฐมวัย (Early Childhood) แตกต่างกันออกไป เช่น เด็กก่อนวัยเรียน เด็กระดับปฐมวัย เด็กอนุบาล แต่จะเรียกอย่างไรก็มีความหมายเดียวกัน และมีผู้ให้ความหมายของคำว่าเด็กปฐมวัย ดังนี้

กุลยา ตันติผลาชีวะ (2545, หน้า 2) ได้ให้ความหมายของเด็กปฐมวัย หมายถึง เด็กอายุตั้งแต่แรกเกิดถึง 6 ปี ในที่นี้หมายถึง เด็กอนุบาลและเด็กระดับก่อนประถมศึกษา

เยาวพา เดชะคุปต์ (2542, หน้า 12) ได้ให้ความหมายของเด็กปฐมวัย หมายถึง เด็กแรกเกิดจนถึง 8 ปี

คณะกรรมการการดำเนินการวิจัย การจัดบริการศูนย์เด็กก่อนวัยเรียน (2522 อ้างอิงใน อุษา กิจนิเทศ, 2550, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของเด็กปฐมวัย หมายถึง เด็กที่อยู่ใน

ศูนย์โภชนาการเด็ก หรือสถานรับเลี้ยงเด็กกลางวัน หรือศูนย์พัฒนาเด็กเล็กหรือที่เรียกว่าศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน

1. เด็กที่อยู่ในศูนย์โภชนาการเด็ก หรือสถานรับเลี้ยงเด็กกลางวัน หรือศูนย์พัฒนาเด็กเล็กหรือที่เรียกว่าศูนย์พัฒนาเด็กอ่อนวัยเรียน

2. เด็กที่เรียนในชั้นอนุบาล 1 และ 2 ในโรงเรียนรัฐบาลของรัฐและเอกชน รวมทั้งเด็กเรียนในชั้นอนุบาล 1 และ 2 ในโรงเรียนอื่นใดที่เรียนในชั้นอนุบาล 1 และ 2 หรือชั้นเด็กเล็กเป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียนซึ่งโดยทั่วไปเด็กจะมีอายุประมาณ 3-6 ปี

สรุป เด็กปฐมวัย หมายถึง เด็กที่มีอายุตั้งแต่แรกเกิด จนถึงอายุ 6 ปี ซึ่งได้รับการพัฒนาด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาอย่างเต็มที่ ในที่นี้ผู้ศึกษารวมเด็กปฐมวัย หมายถึง เด็กอนุบาล เด็กระดับก่อนประถมศึกษา และเด็กเตรียมอนุบาล

1.1 **ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัย**

การจัดการศึกษาปฐมวัยเป็นการจัดการศึกษาโดยมีรูปแบบและจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันไปตามสภาพความต้องการ นโยบายหรือหลักปรัชญาการศึกษาของแต่ละหน่วยงานที่จัด แต่ควรมีเป้าหมายเดียวกัน คือ เน้นการพัฒนาเด็กในทุกๆด้าน (Whole Child) มีผู้ให้ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัย ดังนี้

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1945 อ้างอิงใน เยาวพา เดชะคุปต์, 2542, หน้า 14) ให้ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัย หมายถึง โครงการหรือหลักสูตรที่จัดสำหรับเด็กในโรงเรียนเด็กเล็ก โรงเรียนอนุบาล หรือชั้นประถมปีที่ 1–ชั้นประถมปีที่ 3

ฮิมส์ (Hymes, 1969 อ้างอิงใน เยาวพา เดชะคุปต์ , 2542, หน้า 14) ให้ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัย หมายถึง การจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีอายุตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 6 ปี ซึ่งการจัดการศึกษาดังกล่าวจะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากระดับอื่นๆ ทั้งนี้เพราะเด็กในวัยนี้เป็นวัยที่มีความสำคัญต่อการวางรากฐานบุคลิกภาพและการพัฒนาสมอง

สรุป ความหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัย หมายถึง การจัดการศึกษาสำหรับเด็กอายุตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 6 ปี การจัดการศึกษาในระดับนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นการวางรากฐานให้เด็กได้รับการพัฒนาด้านร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญาอย่างเต็มที่ เพื่อให้ได้รับการศึกษาในโรงเรียนอนุบาลทั้งของรัฐบาลและเอกชน สถานรับเลี้ยงเด็ก หรือศูนย์พัฒนาเด็กเล็กซึ่งเป็นการช่วยพัฒนาเด็กในรูปแบบต่างๆกันในแต่ละโปรแกรมมีวิธี มีลักษณะในการจัดกิจกรรมต่างกันและเสริมสร้างประสบการณ์ของเด็กให้มีความพร้อมให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

1.2 ความสำคัญในการจัดการศึกษาปฐมวัย

การศึกษาของเด็กปฐมวัยตั้งแต่ 0–6 ปี เป็นวัยของการวางพื้นฐานทางการศึกษาในระยะเริ่มต้นซึ่งถือว่าเป็นเรื่องสำคัญมาก ดังนั้นสถานที่ที่ให้การศึกษาเบื้องต้นแก่เด็กก็คือ โรงเรียนอนุบาล (kindergarten) สถานรับเลี้ยงเด็ก (Nursery) ศูนย์เด็กปฐมวัย (Day Care Center) ซึ่งมีจุดประสงค์ในการจัดตั้ง เพื่อเป็นการเตรียมตัวในด้านความพร้อมของเด็ก นักการศึกษาได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการศึกษาไว้ ดังนี้

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2536 อ้างอิงใน อุษา กิจนิเทศ, 2550, หน้า 16) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการศึกษาระดับวัยก่อนเรียนว่าเด็กอายุ 0–6 ขวบ เป็นระยะที่เด็กเกิดการเรียนรู้ได้มากที่สุดในชีวิตและการวางพื้นฐานทางด้านจิตใจ อุปนิสัย และความสามารถจะมีผลต่อไปในอนาคตของเด็ก

ซิกมันต์ ฟรอย (Sigmund Freud, 1856-1939 อ้างอิงใน อุษา กิจนิเทศ, 2550, หน้า 16) เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของประสบการณ์ในวัยเด็กอันมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาการและบุคลิกภาพของเด็กที่จะโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ และเป็นวัยหลักแห่งชีวิตจิตใจ บุคลิกภาพจะสร้างขึ้นมาได้ในช่วง 5 ปีแรกของชีวิต

Essa (1996 อ้างอิงใน กุลยา ตันติผลาชีวะ, 2545, หน้า 6) การศึกษาปฐมวัยมีจุดประสงค์เพื่อจัดการศึกษาเป็นบริการการดูแลและเลี้ยงดูเด็กให้เป็นไปอย่างเหมาะสมกับพัฒนาการพร้อมกันนั้นยังเป็นการให้การศึกษาเพื่อเสริมการปรับตัว เพื่อส่งเสริมการปรับตัวเข้ากับสังคม เพื่อทักษะทางปัญญา และพัฒนาการทุกด้านให้กับเด็ก รวมถึงการช่วยเด็กด้อยโอกาสและการให้การศึกษาแก่ผู้ปกครองเพื่อการเลี้ยงดูเด็กที่ดี

Woodill (Woodill in Woodill, et al., 1992 อ้างอิงใน อุษา กิจนิเทศ, 2550, หน้า 16) กล่าวว่า การศึกษาปฐมวัย (Early childhood education) การบริการ การดูแลและการให้การศึกษาแก่เด็กแรกเกิดถึง 8 ปี โดยจัดเป็นระบบเรียกว่า Educare ทำให้การศึกษาเด็กขยายขอบเขตครอบคลุมการดูแลเด็กทารก การดูแลเด็กเล็ก และโรงเรียนอนุบาล

ดังนั้น การจัดการศึกษาปฐมวัยเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นจุดเริ่มต้นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในชีวิตของเด็ก การอบรมเลี้ยงดู การปลูกฝังแนวคิดค่านิยมตลอดตนอุปนิสัยที่ดีงามจะเป็นการเตรียมตัวในระยะต้นๆของเด็กก่อนที่จะเข้าเรียนในระดับประถมศึกษา การศึกษาระดับนี้มุ่งจัดให้แก่เด็กแรกเกิด ถึง 5 ปี ซึ่งเป็นวัยสำคัญในการวางรากฐานของชีวิตเพราะเป็นช่วงที่มีพัฒนาการอย่างรวดเร็ว ทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและสติปัญญา ตลอดจนบุคลิกภาพอันเป็นพัฒนาการอย่างต่อเนื่องมาจากวัยทารก เด็กในวัยนี้จึงควรได้รับการเตรียมความพร้อมใน

ทุกด้านให้เป็นไปอย่างถูกต้องและอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับเด็กต่อไปในอนาคต

1.3 จุดมุ่งหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัย

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กำหนดความมุ่งหมายของการศึกษาไว้ ดังนี้

การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้และมีคุณธรรม มีจริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข

การศึกษาหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พ.ศ. 2546 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2547) ได้กล่าวถึงการศึกษาปฐมวัยว่า เป็นการพัฒนาเด็กตั้งแต่แรกเกิดถึง 5 ปี บนพื้นฐานการอบรมเลี้ยงดูและการส่งเสริมกระบวนการการเรียนรู้ที่สนองต่อธรรมชาติและพัฒนาการของเด็กแต่ละคนตามศักยภาพ ภายใต้บริบทสังคม วัฒนธรรมที่เด็กอาศัยอยู่ด้วยความรัก ความเอื้ออาทร และความเข้าใจของทุกคน เพื่อสร้างรากฐานคุณภาพชีวิตให้เด็กพัฒนาไปสู่ความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ เกิดคุณค่าต่อตนเองและสังคม ได้มีนักวิชาการกล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการจัดการศึกษาดังนี้

ส.วาสนา ประวาลพฤกษ์ (2518 อ้างอิงใน อุษา กิจนิเทศ, 2550, หน้า 17) มีความเห็นว่า ความมุ่งหมายของการจัดอนุบาลนั้น เพื่อเตรียมตัวให้เด็กเข้าสู่การศึกษาที่เป็นระบบ (Formal Education) ดังนั้น ในระยะที่เด็กเข้าอยู่ในชั้นอนุบาลครูควรจะเตรียมเด็กให้พร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ เปรียบได้กับการเตรียมสิ่งของเครื่องใช้ให้ครบบริบูรณ์ก่อนที่จะออกเดินทาง จุดประสงค์ที่แท้จริงของการเรียนชั้นอนุบาล คือ การฝึกการอยู่ร่วมกับผู้อื่นที่มิใช่บิดามารดาหรือพี่น้องอย่างมีความสุข

ประภาพรรณ สุวรรณศุข (2524 อ้างอิงใน อุษา กิจนิเทศ, 2550, หน้า 18) กล่าวว่า การศึกษาระดับปฐมวัยมีจุดมุ่งหมาย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อส่งเสริมให้เด็กมีสุขนิสัยที่เกี่ยวกับการกิน เล่น ออกกำลังกายและพักผ่อนอย่างถูกต้อง ตลอดจนรู้จักระวังรักษาตัวให้พ้นจากโรคภัยและอุบัติเหตุ
2. เพื่อปลูกฝังเด็กให้มีลักษณะนิสัยที่ดีงาม รู้จักควบคุมอารมณ์ของตน และรู้จักอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้
3. เพื่อส่งเสริมให้เด็กรู้จักสังเกต มีไหวพริบ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถแสดงออก ชื่นชมต่อความไพเราะและสิ่งสวยงามต่าง ๆ

4. เพื่อฝึกให้เด็กใช้ใช้ประสาทสัมผัสได้อย่างเหมาะสม และเคลื่อนไหวร่างกายได้อย่างถูกต้อง

5. เพื่อให้รู้จักปฏิบัติกิจวัตรประจำวันด้วยตนเอง

ราศี ทองสวัสดิ์ (2537) มีความคิดเห็นว่า จุดมุ่งหมายของการจัดการศึกษาระดับปฐมวัย คือ ความพร้อมในการเรียนของนักเรียนระดับปฐมวัย ซึ่งมีองค์ประกอบ คือ ความพร้อมทางด้านร่างกาย ความพร้อมทางสติปัญญา ความพร้อมทางอารมณ์ จิตใจ และสังคม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความพร้อมด้านร่างกาย ประกอบด้วย การบังคับกล้ามเนื้อใหญ่และกล้ามเนื้อเล็ก ประสาทสัมผัส การเจริญเติบโต สุขภาพอนามัย และบุคลิกภาพ

2. ความพร้อมทางด้านสติปัญญา ประกอบด้วย

2.1 ความรู้พื้นฐานทางภาษา คือ ความพร้อมในการฟัง พูด อ่าน และเขียน

2.2 ความรู้พื้นฐานทางคณิตศาสตร์ คือ การเปรียบเทียบสิ่งที่อยู่รอบตัว การจำแนกความแตกต่าง และความคล้ายคลึงของภาพและเสียง การจัดประเภทของสิ่งของ การลำดับเหตุการณ์ การนับ และรู้ค่าของจำนวนหนึ่งถึงสิบ

2.3 การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความจำ และความคิดรวบยอด

3. ความพร้อมด้านอารมณ์ จิตใจ และสังคม คือ ความสามารถในการช่วยเหลือตนเอง การปฏิบัติตนในการอยู่ร่วมกันเพื่อความอดทน อดกลั้น ความเชื่อมั่นในตนเอง ความร่าเริงแจ่มใส ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความเมตตา กรุณา มารยาทเรียบร้อย การใช้วาจาที่ไพเราะ การมีวินัยต่อตน การตรงต่อเวลา การเคารพในสิทธิของผู้อื่น การยอมรับ และเข้าใจเมื่อกระทำผิด การรู้จักแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการรักษาความสะอาด

ดังนั้น จุดมุ่งหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัยจึงเป็นการเตรียมความพร้อมของเด็กอ่อนเข้าเรียน จัดเป็นวัยที่จะต้องได้รับการดูแลและเอาใจใส่เป็นอย่างดี เพราะวันเด็กวัยนี้จะมีพัฒนาการเกือบทุกด้าน ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจริยธรรม

1.4 หลักการจัดการศึกษาปฐมวัย

ในการจัดการศึกษาปฐมวัยเป็นการจัดหลักสูตรการศึกษาโดยยึกหลักการ ดังนี้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2547)

1.4.1 การสร้างหลักสูตรที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากวัยและประสบการณ์ของเด็ก มุ่งเน้นการพัฒนาเด็กในทุกด้าน ทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา

1.4.2 การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของเด็ก จะต้องจัดสภาพแวดล้อมให้สนองกับความต้องการและความสนใจของเด็กทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน ต้องสะอาด ปลอดภัย มีอากาศสดชื่น มีสื่อวัสดุอุปกรณ์ มีของเล่นที่หลากหลายเหมาะสมกับวัย

1.4.3 การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมพัฒนาและการเรียนรู้ของเด็ก การจัดสภาพแวดล้อมและประสบการณ์ที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กเป็นการเรียนรู้ที่เด็กและผู้สอนมีส่วนร่วมด้วยกันทั้งสองฝ่าย ผู้สอนจะเป็นผู้สนับสนุนชี้แนะเรียนรู้ร่วมกับเด็ก ส่วนเด็กจะเป็นผู้ลงมือกระทำเรียนรู้และค้นพบตัวเอง ผู้สอนต้องวางแผน สร้างสภาพแวดล้อมและจัดกิจกรรมที่จะส่งเสริมพัฒนาการการเรียนรู้ของเด็กได้อย่างเหมาะสม

1.4.4 การบูรณาการการเรียนรู้ การเรียนการสอนระดับปฐมวัยยึดหลักบูรณาการ คือ หนึ่งแนวคิด เด็กสามารถเรียนรู้ได้หลายกิจกรรม หนึ่งกิจกรรมเด็กสามารถเรียนรู้ได้หลายทักษะและหลายประสบกรณ์สำคัญ ผู้สอนต้องจัดประสบการณ์ให้เด็กเรียนรู้ผ่านการเล่นที่หลากหลายกิจกรรม หลากหลายทักษะอย่างเหมาะสมกับวัยและพัฒนาการ

1.4.5 การประเมินพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็ก การประเมินเด็กปฐมวัยยึดวิธีการสังเกตโดยผู้สอนประเมินการสอนของตน และพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กว่าได้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ข้อมูลจากการประเมินจะช่วยผู้สอนในการวางแผนการจัดกิจกรรม ชี้ให้เห็นถึงความต้องการพิเศษของเด็กแต่ละคน

1.4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับครอบครัวของเด็ก เด็กแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ผู้สอน พ่อแม่ ผู้ปกครองจะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อเข้าใจพัฒนาการการเรียนรู้ของเด็ก และช่วยกันพัฒนาเด็กให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการร่วมกัน

2. **แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับปฐมวัย**

2.1 **การจัดการศึกษาตามแนวคิดของเพียเจท์** (Jean Piaget)

เพียเจท์ (Jean Piajet, 1969) มีแนวคิดที่ว่า เชาว์ปัญญาเป็นการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมทั้งทางชีวภาพและทางสังคม เชาว์ปัญญาเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่เด็กมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) อย่างต่อเนื่องกับสิ่งแวดล้อมทำให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง (Adaptation) ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดความสมดุล (Equilibrium) ระหว่างบุคคลและสิ่งแวดล้อมภายนอก รวมทั้งกระบวนการคิดของคน ซึ่งประกอบด้วย 2 มโนมติ คือ การดูดซึมเข้าโครงสร้าง (Assimilation) หมายถึง การตีความ หรือการรับรู้ข้อมูลจากภายนอกเข้าสู่โครงสร้างทางความคิด และการปรับโครงสร้าง (Accommodation) หมายถึง การสังเกตุคุณสมบัติความจริงของวัตถุ หรือสิ่งแวดล้อมแล้วปรับปรุงโครงสร้างทางความคิดให้เข้ากับความเป็นจริงนั้น ทำให้เกิดพัฒนาการ และหลักการพัฒนาการของเพียเจท์ แบ่งออกเป็น 4 ขั้น คือ

1. ขั้นประสาทสัมผัสและการเคลื่อนไหว (Sensorial motor Stage) ตั้งแต่แรกเกิด–2 ขวบ แสดงออกโดยการเคลื่อนไหวกล้ามเนื้อยังไม่ได้ใช้กระบวนการคิด แต่จะมีการเรียนรู้และเข้าใจสิ่งต่างๆ จากการกระทำ และการเคลื่อนไหว

2. ขั้นตอนการปฏิบัติการ (Preoperational Stage) เริ่มตั้งแต่ 2-7 ขวบ เด็กเริ่มใช้ภาษาและสัญลักษณ์เป็นเครื่องมือในการสร้างมโนมติเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ขั้นนี้เด็กจะยึดติดกับสิ่งที่เป็นรูปธรรมยังไม่สามารถคิดโดยใช้เหตุผล มีการยึดตนเองเป็นศูนย์กลางการตัดสินใจต่างๆตามสภาพที่รับรู้ในขณะนั้น

3. ขั้นปฏิบัติการด้านรูปธรรม (Concrete Operational Stage) อายุประมาณ 7-11 ปี ขั้นนี้เด็กสามารถคิดด้วยการใช้สัญลักษณ์และภาษา สร้างภาพในใจได้ แก้ปัญหาที่เป็นรูปธรรมได้และยึดติดตนเองเป็นศูนย์กลางน้อยลง

4. ขั้นปฏิบัติงานด้านนาธรรม (Formal Operational Stage) อายุประมาณ 12 ปีขึ้นไป ขั้นนี้สามารถเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรมได้ มีพัฒนาการทางวามคิดเจริญถึงขีดสุด คิดวิเคราะห์เชื่อมโยงเหตุการณ์ต่างๆได้ มีความคิดเป็นของตนเองและเข้าใจความคิดของผู้อื่น

2.2 **การจัดการศึกษาตามแนวคิดของเฟรอเบล** (Froebel)

เฟรอเบล (Friedrich Wilhelm August Froebel, 1782-1825 อ้างอิงในอุษา กิจนิเทศ, 2550, หน้า 11) เป็นนักปรัชญาและนักการศึกษาชาวเยอรมัน ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับเกียรติยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งการศึกษาอนุบาล และเปิดโรงเรียนอนุบาล (Kindergarten) หรือ Garden of Children ขึ้นในเยอรมันนีเป็นแห่งแรกของโลกในปี ค.ศ. 1837 โดยมีแนวคิดว่าการให้การศึกษาแก่เด็กอายุ 4-6 ปี ครูควรจะส่งเสริมพัฒนาการตามธรรมชาติของเด็กให้เจริญขึ้นด้วยการกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์อย่างเสรีโดยใช้การเล่น และกิจกรรมเป็นเครื่องมือ เฟรอเบลมีความเชื่อปรัชญาทางศาสนาว่าเป็นเด็กผู้บริสุทธิ์ และมีพลังอำนาจในตัวเองอยู่แล้ว เด็กทุกคนมีความสามารถพร้อมจะพัฒนาตนเองซึ่งจะแสดงออกเมื่อเกิดความสนใจจากสิ่งเร้า และเด็กจะพัฒนาได้ก็ต้องอาศัยการดูแลเอาใจใส่ เช่น การจัดบริเวณรอบอาคารของเด็กให้เป็นที่ร่มรื่นด้วยต้นไม้ ให้เด็กๆ ได้ออกมาวิ่งเล่นในสนามด้วยความสุข เฟรอเบลเห็นว่าการบังคับเด็กให้เด็กนั่งเรียนแต่ในห้องบังคับให้อยู่ในวินัยหลายเรื่องจะเป็นการปิดกั้นความคิดสติปัญญาตลอดจนการเคลื่อนไหว จึงริเริ่มแนวคิดการจักการศึกษาอนุบาลให้เป็นไปอย่างมีรูปแบบ กำหนดให้มีการวางแผนการสอน มีหลักสูตรสำหรับการศึกษาอนุบาล มีการฝึกหัดครู รวมถึงพัฒนาแนวการสอนด้วยการผลิตอุปกรณ์ หรือเครื่องมือการทำกิจกรรมสำหรับเด็ก เรียกว่า "ของขวัญ" (Gifts) เฟรอเบลยังเชื่อว่าเด็กต้องการคำแนะนำตลอดจนการเลี้ยงดูเป็นพิเศษที่หาไม่ได้จากที่บ้านและที่

อื่นๆ นอกจากโรงเรียนอนุบาลและโรงเรียนอนุบาลของเฟรอเบลจึงยึดถืออุปกรณ์เป็นพื้นฐานที่สำคัญ ดังนี้

2.2.1 การเล่นของเด็กเป็นสิ่งสำคัญต่อเด็ก การเล่น คือ การทำงานของเด็กซึ่งจะทำให้เด็กเกิดการพัฒนานเอง

2.2.2 เกมส์และเพลงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเด็กเพราะจะช่วยส่งเสริมให้เด็กเกิดความสนุกสนานและเกิดประสบการณ์ในการเรียนด้วยตนเอง

2.2.3 การใช้วัสดุอุปกรณ์เป็นการช่วยเสริมให้เด็กเกิดความคิดสร้างสรรค์ "Creative" ตลอดจนเกิดความคิดริเริ่มต่างๆ ตามการประดิษฐ์วัสดุอุปกรณ์

2.2.4 การฝึกให้เด็กทำงานต่างๆ จะเป็นการช่วยฝึกพัฒนาการทางนิสัย และการเรียนรู้ธรรมชาติ

แนวคิดการจัดการศึกษาของเฟรอเบลได้รับความนิยม และได้นำมาใช้ในการจัดการอนุบาลอย่างแพร่หลายในทุกประเทศ

2.3 การจัดการศึกษาตามแนวคิดของ มาเรีย มอนเตสเซอรี (Maria Montessori)

มาเรีย มอนเตสเซอรี (Maria Montessori, 1870-1952) นักจิตวิทยาชาวอิตาลี และเป็นพทย์สตรีคนแรก (มหาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช) ผู้ซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาคล้ายกับเฟรอเบล มีส่วนที่แตกต่างกันคือ การให้เสรีภาพแก่เด็ก เพื่อแสวงหาความรู้โดยปล่อยให้เด็กหาประสบการณ์จากสิ่งแวดล้อมด้วยตัวเองตามความสมัครใจ โดยถือความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual differences) เป็นแนวทางในการปฏิบัติกิจกรรม การจัดสภาพการเรียนให้เหมือนบ้านเป็นการคำนึงถึงความต้องการของเด็กในการเรียน การตระเตรียมสิ่งแวดล้อมให้เด็กได้ทำงานด้วยตนเอง เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ถูกจัดเตรียมไว้เพื่อให้เด็กได้พัฒนาตนเอง โปรแกรมต่างๆถูกจัดไว้เพื่อให้ผู้เรียนมีอิสระในการทำงานและควบคุมความผิดพลาดจากวัสดุอุปกรณ์ที่กำหนดให้เป็นไปตามขั้นตอน การออกแบบอุปกรณ์การศึกษา (Educational apparatus) ห้องเรียน วิธีการสอนเน้นการเรียนรู้จากการสัมผัส จัดกระทำตามแบบอย่างที่ครูสาธิตให้ดูด้วยการลอง ปฏิบัติเพื่อให้เห็นข้อถูกผิดของตนเอง และยังเน้นเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพอนามัยเพื่อความเจริญเติบโตของเด็ก

2.4 การจัดการศึกษาตามแนวคิดของ รูดอร์ฟ สไตเนอร์ (Rudolf Steiner)

แนวคิดของรูดอร์ฟ สไตเนอร์ (Rudolf Steiner, 1861-1925) เป็นนักปรัชญาและนักการศึกษาชาวเยอรมัน (กุลยา ตันติผลาชีวะ, 2545, หน้า 70-71) ผู้ก่อตั้งการศึกษาแบวอลดอร์ฟและจัดตั้งโรงเรียนวอลดอร์ฟขึ้น (Waldorf School) ที่เยอรมัน โดยมีความเชื่อว่าการศึกษาคือ

การช่วยคนให้ดำเนินชีวิตแห่งตนที่ถูกต้องตาธรรมชาติด้วยการให้เด็กทำกิจกรรมตามแต่ที่ตนสนใจ โดยมีครูและผู้ปกครองเป็นผู้ป้องกันเด็กจากการรบกวนของโลกสมัยใหม่และเทคโนโลยี สิ่งที่เด็กได้สัมผัสต้องเป็นธรรมชาติที่บริสุทธิ์ และมีแนวคิดว่า (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2547) เด็กปฐมวัยเรียนรู้จากการเลียนแบบ ผู้สอนต้องเป็นแบบอย่างที่ดีกับเด็กโดยมีจุดมุ่งหมาย คือ ช่วยให้มนุษย์บรรลุศักยภาพสูงสุดที่ตนมี และสามารถกำหนดความมุ่งหมายและแนวทางแก่ชีวิตของตนได้อย่างอิสระตามกำลังความสามารถของตน แต่มนุษย์จะบรรลุศักยภาพสูงสุดของตนไม่ได้ถ้าเขายังไม่มีโอกาสได้สัมผัส หรือค้นพบส่วนต่างๆหลายส่วนในตนเองโดยเน้นเรื่องจิตวิญญาณ ความรู้สึกเน้นการสร้างเจตคติในตัวเด็ก เน้นสื่อวัสดุอุปกรณ์ที่ทำจากธรรมชาติเพื่อให้เด็กได้ใช้พลังทุกด้าน ด้านสติปัญญา ด้านศิลปะ และด้านการปฏิบัติอย่างเหมาะสม

2.5 การจัดการศึกษาตามแนวคิดของ จอร์น ดิวอี้ (John Dewey)

จอหน์ ดิวอี้ (John Dewey, 1859-1952 อ้างอิงใน อุษา กิจนิเทศ, 2550, หน้า 13) มีแนวคิดว่า การสอนเด็กจะต้องถือเด็กเป็นศูนย์กลางให้เด็กได้มีบทบาทสำคัญในการเรียน และให้เด็กเรียนรู้ด้วยการกระทำ สิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นโลกของประสบการณ์ให้เด็กพึงจะได้รับจะขยายใหญ่มากขึ้น และมีความลึกซึ้งมากขึ้น ประสบการณ์เบื้องต้นของเด็กควรเป็นประสบการณ์ในสภาพการณ์จริงมากกว่าจะเรียนรู้จากตำรา ควรเป็นประสบการณ์ตรง เพื่อจะได้เป็นรากฐานที่จะสร้างความเข้าใจที่แท้จริง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการค้นพบนั้นจะเป็นความรู้ที่เด็กจะจดจำไปนาน John Dewey ได้เน้นว่าเด็กควรจะมีเสรีภาพในการคิด การแสดงออก และการศึกษาจะต้องยึดเด็กเป็นศูนย์กลาง (Child Centered)

จากแนวคิดและปรัชญาความเชื่อของนักวิชาการทางการศึกษา การจัดการศึกษาและการจัดประสบการณ์การเรียนการสอนจึงเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ให้เสรีภาพแก่เด็กในการแสวงหาความรู้จากประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมรอบตัว มีเสรีภาพในการคิดคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล และกำหนดให้มีการวางแผนการสอน มีหลักสูตรสำหรับการศึกษาอนุบาล มีการฝึกหัดครูรวมถึงการพัฒนาแนวการสอนด้วนการผลิตสื่อการสอน ซึ่งเป็นแนวทางที่นำมาใช้ในการจัดการศึกษาปฐมวัย เกิดผลสัมฤทธิ์เป็นที่ยอมรับและแพร่หลายในทุกประเทศ

2.6 หลักการบริหารการศึกษาปฐมวัย

เยาวพา เดชะคุปต์ (2542, หน้า 59-61) การบริหารการศึกษาปฐมวัยขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้บริหารยึดถือว่าจะบริหารงานโดยหลักการใจจึงประสบความสำเร็จสูงสุดและบังเกิดทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลแก่หน่วยงานโดยการบริหาร ซึ่งการบริหารการศึกษาปฐมวัยให้บรรลุวัตถุประสงค์และเกิดประสิทธิภาพเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการดังนี้

2.6.1 แนวความเชื่อของผู้บริหารการศึกษา การบริหารการศึกษามีแนวความคิดเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ยึดวิธีบริหารเชิงวิทยาศาสตร์ ให้ความสนใจงานเป็นสำคัญ โดยถือว่าการบริหารเป็นการจัดระบบระเบียบวิธีการทำงาน วางแผนงานให้คนปฏิบัติงาน ถ้าคนได้ปฏิบัติตามขั้นตอนที่วางไว้งานจะดีมีประสิทธิภาพ

กลุ่มที่ 2 ยึดวิธีบริหารเชิงพฤติกรรมศาสตร์ ให้ความสนใจต่อคนเป็นสำคัญ โดยถือว่าปัจจัยของการบริหาร คือ ปัจจัยมนุษย์ คนมีชีวิตจิตใจ ถ้าพัฒนาคนที่ปฏิบัติงานให้สามารถทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความเข้าใจกันดีแล้ว ผลสำเร็จของงานจะเกิดขึ้น การบริหารเชิงพฤติกรรมศาสตร์นี้ เป็นการบริหารโดยยึดหลักมนุษยสัมพันธ์เป็นหลัก ถือว่าผู้บริหารทำงานกับคน ความสำเร็จของงานขึ้นอยู่กับผู้บริหารงานร่วมกับผู้ร่วมงานได้หรือไม่ ถ้าผู้บริหารมีมนุษย์สัมพันธ์ดีผู้ร่วมงานก็จะให้ความร่วมมือ งานก็จะประสบความสำเร็จ และผู้บริหารงานจะเป็นศูนย์กลางของพฤติกรรมของผู้ร่วมงาน กล่าวคือ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของผู้ร่วมงานด้วย เช่น ครูใหญ่มาทำงานแต่เช้า ครูในโรงเรียนก็มาแต่เช้า ครูใหญ่หมั่นเดินตรวจห้องเรียน ห้องเรียนก็จะสะอาดเรียบร้อยด้วย เป็นต้น

2.6.2 ลักษณะของการบริหารงานโรงเรียน การบริหารงานในโรงเรียนเป็นการบริหารการศึกษาซึ่งมีลักษณะเป็นการบริหารงานในรูปของคณะกรรมการบริหารโรงเรียน เป็นลักษณะเฉพาะของคณะกรรมการบริหารการศึกษา ทั้งนี้เมื่อมีปัญหาก็นำมาปรึกษาหารือกันในคณะกรรมการบริหาร ทำให้เกิดความรอบคอบและเป็นการบริหารงานที่เป็นประชาธิปไตยเพราะเปิดโอกาสให้ผู้ที่อยู่ในโรงเรียนมีส่วนร่วมในการบริหารงาน คณะกรรมการบริหารงานโรงเรียนจะประกอบด้วยคณะครูในโรงเรียนจากสายงานต่างๆโดยมีครูใหญ่เป็นประธาน

2.6.3 ปัจจัยในการบริหารงาน การบริหารงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดจะต้องมีปัจจัยด้านการบริหารงาน ที่เรียกว่า '4 M' ได้แก่

1) กำลังคน (Man Power) การทำงานจะสำเร็จได้ต้องมีคนดี มีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการทำงาน มีความสนใจและตั้งใจทำงาน งานจึงจะประสบผลสำเร็จ

2) เงิน (Money) เงินเป็นปัจจัยสำคัญ การทำงานใดหากขาดเงินงบประมาณในการทำงานแล้วย่อมไม่สำเร็จผล

3) วัสดุ (Materials) วัสดุอุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวกในการทำงานก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้งานต่างๆ เป็นไปด้วยความราบรื่น

4) ระบบงาน (Management) ระบบงานได้แก่ โครงสร้างในการบริหารงาน การแบ่งส่วนงาน การประสานงาน เป็นระบบการัดการหรือระบบการบริหารจะต้องมีระเบียบ มีการประสานงานอย่างดี

ปัจจัยทั้ง 4 ประการนี้ "คน" นับว่ามีความสำคัญมากที่สุด ถ้ามีคนดีมีความสามรถย่อมจะหาเงิน หาวัสดุ และจัดระบบงานที่ดีได้ ปัจจัยมนุษย์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารงาน ฉะนั้นจึงมีการเลือกบุคคลที่จะทำงานให้ได้คนที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามรถ มีเจตคติที่ดีต่องาน ขยัน อดทน และตั้งใจทำงาน และอุทิศเวลาเพื่องาน

2.6.4 **หลักการบริหารงาน** การบริหารงานในศูนย์เด็กจะต้องยึดถือหลักที่ว่าบริหารงานเพื่อเป็นประโยชน์แก่นักเรียน ครู และบุคลากรต่าๆในโรงเรียน การบริหารงานโรงเรียนจะต้องหยึดหลักการบริหารงานด้วยวิธิการประชาธิปไตย มุ่งหมายที่จะก่อให้เกิดความร่วมมือจากบุคลากรหลายฝ่ายในโรงเรียนเพื่อดำเนินงานให้การศึกษาแก่เด็กอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารโรงเรียนจึงต้องรู้จักการตุ้นให้ผู้ร่วมงานทุกคนได้ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานตามแผนงานที่วางไว้ร่วมกันอย่างรอบคอบและมุ่งอบรมนักเรียนให้รู้จักคิดหาเหตุผล ฝึกความรับผิดชอบ รู้จักทำงานร่วมกับผู้อื่น และพัฒนาบุคลิกภาพ ตลอดจนมีจรรยามารยาทและวัฒนธรรมอันดีงามสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ด้วยดี หลักการบริหารโรงเรียนมีดังนี้คือ

1) จัดโรงเรียนให้เหมาะสมกับปรัชญา วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการศึกษา ครูใหญ่จะต้องจัดประชุมชี้แจงให้คณะครูทุกคนได้เข้าใจปรัชญา วัตุประสงค์ และเป้าหมายของโรงเรียนให้ชัดเจนเพื่อคณะครูจะได้ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานโรงเรียนร่วมกัน

2) วางนโยบายการบริหารให้สอดคล้องกับปรัชญา วัตุประสงค์ และเป้าหมายของการศึกษา โดยการที่คณะกรรมการโรงเรียนร่วมประชุมนโยบายการบริหารงานและให้คณะครูได้ทราบแนวนโยบายเหล่านั้นด้วย

3) วางแผนงานและโครงการบริหารงานโรงเรียน โดยยึดหลักประชาธิปไตย ให้คณะครูได้มีส่วนร่วมในการตกลงในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการต่างๆ และมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามโครงการและโครงการต่างๆ ควรปฏิบัติได้ง่ายและสะดวก

4) กำหนดสิทธิและหน้าที่ของแต่ละคนให้ชัดเจน การกำหนดหน้าที่ของบุคคลต้องเหมาะกับการรับผิดชอบของบุคคลนั้น

5) การดำเนินงานใดก็ตาม ต้องดำเนินงานด้วยความระมัดระวังและเหมาะสมกับกิจการนั้นๆ

6) มีการเตรียมพร้อมสำหรับเหตุการณ์พิเศษซึ่งอาจเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดหวัง และพร้อมที่จะแก้ไข การบริหารงานที่ดีควรปฏิบัติงานต่างๆ ได้คล่องตัว

7) มีการประเมินผลงานและติดตามโครงงานต่างๆ ในโรงเรียนอยู่เสมอ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้

8) การบริหารที่ดีจะต้องมีการแบ่งสายงานให้รู้หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรต่างๆในโรงเรียน ตลอดจนสายงานและบังคับบัญชา ฉะนั้นทุกโรงเรียนควรมีแผนผังจัดสายงานของโรงเรียนให้ชัดเจน

9) การบริหารงานโรงเรียนควรส่งเสริมให้ครูพัฒนาโรงเรียน และช่วยเหลือนักเรียนให้เจริญเติบโตได้ ทั้งทางร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา

10) การบริหารงานด้านวิชาการ พยายามจัดแผนการสอนโดยยึดหลักบูรณาการนำวิชาต่างๆ มาประสมประสานกลมกลืนกัน ไม่ควรให้นักเรียนแยกเป็นรายวิชากันโดยเด็ดขาด

สรุป การบริหารงานใดๆ ในศูนย์เด็กปฐมวัย ผู้บริหารงานควรยึดหลักการดังกล่าวไว้เป็นหลักเพื่อให้สามารถจัดดำเนินการบริการศูนย์เด็กตามข้อบังคับให้บังเกิดผล

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ

อนุรักษ์ ปัญญานุวัฒน์ (2541 อ้างอิงใน จันทนา สุวรรณดุก, 2552, หน้า 11) ได้ให้ความหมายของความต้องการว่า สภาพช่องว่างระหว่างสถานการณ์ปัจจุบันกับสถานการณ์ที่คาดหวังในอนาคตในเรื่องใดเรื่องหนึ่งความต้องการไม่ใช่ปัญหา ไม่ใช่สถานการณ์ปัจจุบันที่ได้ลดความสำคัญ ลดความสมประสงค์ลงไม่ใช่จุดหมายปลายทาง และไม่ใช่เป้าหมายที่บรรลุแล้ว ความต้องการไม่ใช่มาตรการใดมาตรการหนึ่งและไม่ใช่แผนงานที่กำหนดขึ้น เพื่อดำเนินการให้ถึงจุดหมายปลายทางหรือเป้าหมายแต่ความต้องการเป็นช่องว่างระหว่างจุดหนึ่งที่ประชาชนถูกตรึงอยู่ในสภาพปัจจุบันกับจุดที่พวกเขามุ่งหวังจะไขว่คว้า

ในการพิจารณาว่าสิ่งใดคือปัญหานั้น พิจารณาจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่ทำได้ ซึ่งองค์ประกอบของปัญหามี 3 องค์ประกอบ คือ

1. สภาพปัจจุบัน หมายถึง สภาพที่เป็นจริงและกำลังดำเนินการอยู่เป็นปกติ

2. ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการหรือเป้าหมายซึ่งแสดงถึงผลสัมฤทธิ์ที่ปรารถนาโดยทั่วไป

3. สิ่งที่ทำได้จริง หมายถึง ความพยายามที่จะพัฒนาสภาพปัจจุบันให้ไปสู่ความคาดหวัง

แนวคิดของความหมายคำว่า "ความต้องการ" นั้น มีนักวิชาการอีกหลายท่านได้ระบุไว้ว่า

อนุรักษ์ ปัญญานุวัฒน์ (2541 อ้างอิงใน จันทนา สุวรรณดุก, 2552, หน้า 12) กล่าวว่า ความต้องการของคนมีหลากหลายแตกต่างกันไปตามสถานการณ์รับรู้ของแต่ละคน ถ้าบุคคลหนึ่งว่า "ความต้องการ" ของเขาคือ "สภาพเพื่อความอยู่รอด" เขาก็จะมีความต้องการอยู่ไม่กี่อย่างแต่ถ้าเขารับรู้ว่าความต้องการของเขานั้นจะต้องแสวงหามาเสริมเติมเต็มอยู่เสมอด้วยตัวเขาเองนั้นก็แปลว่าเขามีความต้องการหลากหลายที่ต้องไขว่คว้ามา

ภารดี อนันต์นาวี (2553, หน้า 119) ได้กล่าว แนวคิดของ มาสโลว์ (Maslow) ได้แบ่งระดับความต้องการแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ โดยพิจารณาจากความต้องการที่จำเป็นของมนุษย์จากต่ำไปหาสูงสุด ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดเพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2. ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทางร่างกายจนเป็นที่พอใจแล้วก็อาจจะเกิดความต้องการความปลอดภัย เช่น ต้องการได้รับความคุ้มครอง เป็นต้น

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการที่เป็นทั้งผู้ให้และผู้รับจากสังคม ถ้าไม่ได้รับความพึงพอใจจะเกิดความรู้สึกโดดเดี่ยว ว้าเหว่ ซึ่งจะสามารถเกิดผลต่อเนื่องไปถึงการปรับตัวที่ไม่ดีในสังคมได้

4. ความต้องการชื่อเสียง (Esteem Needs) เป็นความต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียง การยอมรับนับถือจากคนอื่นและความต้องการการยอมรับนับถือตนเอง เคารพตนเอง

5. ความต้องการความสำเร็จ (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการการพัฒนาตนเองตามศักยภาพสูงสุดได้แสดงออกซึ่งทักษะและความเป็นเลิศในบางสิ่งอย่างที่ตนมีและมีอารมณ์ซึ่งแสดงออกถึงบุคลิกภาพที่สมบูรณ์ ความต้องการความสำเร็จสูงสุดแห่งตนเป็นกระบวนการที่ไม่มีที่สิ้นสุด

ทฤษฎีความต้องการของ Murray

Hcnry A. Murray ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับแรงจูงใจว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถูกจูงใจจากองค์ประกอบของความต้องการ 2 ส่วน ได้แก่ ความต้องการทางด้านสรีรวิทยาและความต้องการทางสังคม โดยเข้าเชื่อว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางด้านสังคม แต่ระดับความต้องการของแต่ละบุคคลจะไม่เท่ากัน นอกเหนือไปจากนั้นเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมจะมีผลกระทบต่อความต้องการต่างๆ เหล่านี้ ตัวอย่างเช่น ถ้าบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่ผลสัมฤทธิ์สูง ได้เห็น

บุคคลที่เขายกย่องชื่นชมในความสามารถได้รับเกียรตินิยมอันดับ 1 จึงทำให้แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของบุคคลเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ประเภทความทะเยอทะยาน

1. ความต้องการประสบผลสำเร็จ (achievement) เห็นความต้องการที่แสดงออกถึงความสามารถ การเอาชนะอุปสรรคต่างๆ มีความท้าทาย กล้าที่ทำงานที่ยาก แต่ประเมินว่าสามารถทำสำเร็จได้

2. ความต้องการจำได้ (recognition) บุคคลจะแสดงการรู้จัก ทักทาย จำได้ รับรู้ หรือสำนึกต่อเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่างๆ

3. ความต้องการแสดงออก (exhibition) มีความกล้าแสดงออก เปิดเผย โอ้อวด แสดงตนต่อบุคคลอื่น

4. ความต้องการครอบครอง (acquisition) จัดเป็นความต้องการที่บุคคลอยากได้ อยากในสิ่งที่ตนเองปรารถนา

5. ความต้องการปกป้องรักษา (conservance) ทรัพย์สมบัติหรือสิ่งต่างๆ ที่ต้องดูแล

6. ความต้องการความเป็นระเบียบ (order) จัดวางสิ่งต่างๆ ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด การจัดงานให้เป็นระเบียบ จัดการให้เกิดความสมดุล

7. ความต้องการสะสม (retention) เป็นความต้องการของบุคคลที่จะเก็บสะสมสิ่งของต่างๆ ที่ตนเองมีความชื่นชอบ

8. ความต้องการก่อสร้าง (construction) มีความต้องการสร้างสิ่งต่างๆ

ประเภทการปกป้องตนเอง

1. ความต้องการรักษาชื่อเสียงและศักดิ์ศรี (inviolacy) เป็นการปกป้องตนเองไม่ให้ถูกลบล้าง ทำลาย ให้เสื่อมเสียจากเรื่องต่างๆ

2. ความต้องการหลีกเลี่ยงความอาย (infavoidance) บุคคลจะพยายามหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์สิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกอาย

3. ความต้องการป้องกันตน (defedace) จะเป็นการให้คำอธิบายหาเหตุผลมากล่าวอ้างหรือเป็นการแก้ตัวในลักษณะต่างๆ

4. ความต้องการลบล้าง (counteraction) ตอบแทนหรือแก้เผ็ดในบางสิ่งบางอย่าง นอกจากนั้น ยังรวมถึงการเอาชนะความอ่อนแอ ความกลัวต่างๆ

5. ความต้องการหลีกหนีความเจ็บปวด (harm avoidance) ทางร่างกาย

ประเภทการตอบสนองต่ออำนาจของบุคคล

1. ความต้องการการใฝ่อำนาจ (dominance) แสดงออกถึงความต้องการมีอำนาจเหนือผู้อื่น ควบคุมสิ่งแวดล้อม หรือมีความเป็นตนเองสูงมาก

2. ความต้องการเคารพ (deference) เป็นความต้องการประสานความร่วมมือเชื่อฟังชื่นชม ยอมเป็นรองต่อบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า

3. ความต้องการเลียนแบบ (similance) จดจำพฤติกรรมของบุคคลที่ตนเองประทับใจและเลียนแบบพฤติกรรมนั้นๆ

4. ความต้องการเป็นอิสระ (autonomy) เป็นการแสดงอกของบุคคลที่ต้องการมีอิสระทางความคิด พฤติกรรมการบังคับต่างๆ เป็นตัวของตัวเอง สามารถยืนหยัดได้ด้วยตัวเอง

5. ความต้องการเผชิญหน้า (contrariance) เป็นความต้องการเผชิญหน้าต่อบุคคลหรือสิ่งต่างๆ แสดงออกถึงการขัดขวาง คัดค้าน ต่อต้าน ไม่เห็นด้วย

6. ความต้องการก้าวร้าว (aggression) จะปรากฏในรูปของการกระทำหรือทางวาจาเพื่อต้องการเอาชนะผู้อื่นและทำให้ได้รับความเสียหาย

7. ความต้องการถ่อมตน (abasement) ยอมจำนนต่ออำนาจ

8. ความต้องการหลีกเลี่ยงการกล่าวโทษ (blame avoidance) ต่อความผิดพลาดนินทากล่าวร้าย

ประเภทปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

1. ความต้องการใฝ่สัมพันธ์ (affiliation) ความต้องการที่จะอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มต้องการมีเพื่อน ต้องการยอมรับจากบุคคลอื่น

2. ความต้องการปฏิเสธ (rejection) ต่อบุคคลหรือสิ่งของที่ตนเองไม่ต้องการหรือเกี่ยวข้องด้วย หรือเป็นการแยกตนเองออกจากสิ่งที่ตนเองเกลียด ไม่ชอบ

3. ความต้องการทะนุถนอม (nutruance) ให้การดูแล ค้ำจุน ปลอบโยนให้ความเห็นอกเห็นใจ และตอบสนองความต้องการของบุคคล

4. ความต้องการขอความช่วยเหลือ (succorance) จากบุคคลที่มีศักยภาพช่วยเหลือปกป้อง คุ้มครอง ห่วงใยแสดงความเข้าใจความรู้สึกในสิ่งที่ตนเองร้องขอได้

5. ความต้องการร่าเริง (play) เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกสดชื่น แจ่มใส หัวเราะตลกขบขันสร้างความครึกครื้น

ประเภทการแลกเปลี่ยนข้อมูล

1. ความต้องการความรู้ความเข้าใจ (cognizance) ด้วยการสืบเสาะแสวงหาความรู้ข้อเท็จจริง หรือถามคำถามจากผู้อื่น

2. ความต้องการคำอธิบาย (exposition) หรือเป็นการแสดงเหตุผล ชี้แจงข้อมูลต่อบุคคลอื่น

สรุป ความต้องการเป็นสิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้นหรือเป็นช่องว่างระหว่างสถานการณ์ปัจจุบันและสถานการณ์ที่คาดหวังที่เกิดจากความคิดและความรู้สึกที่อยากมีอยากได้ในสิ่งที่บุคคลปรารถนา การเกิดความต้องการจะมีการจูงใจหรือสิ่งจูงใจเป็นตัวกระตุ้น สิ่งจูงใจนี้จะต้องมีจุดมุ่งหมายทั่วไปและจุดมุ่งหมายเฉพาะ สิ่งจูงใจมีทั้งทางบวกและด้านลบ ความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับสถานะของบุคคลและสิ่งแวดล้อมของตัวบุคคล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

มีนักวิชาการตลาดได้ให้ความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไว้ดังนี้

Zeithaml and Bitner (2000 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 10) ได้เพิ่มส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจการบริการเพิ่มขึ้น 3P's ซึ่งประกอบด้วย บุคคล (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจบริการตามกลยุทธที่วางไว้ ซึ่งมีรายละเอียดของ 7P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product: P) ด้านราคา (Price: P) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place: P) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion: P) ด้านบุคคล (People: P) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process: P) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence: P) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. **ด้านผลิตภัณฑ์** (Product : P) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้าและบริการและส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์คือ สินค้า และบริการนั้นต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงเรียนเอกชนคือ หลักสูตรการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอนครูผู้สอนและภาพพจน์ของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม

รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2549 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ประโยชน์ของตราสินค้านั้นคือเป็นชื่อเรียนที่ประทับไว้ในผลิตภัณฑ์ เช่น โซนี่ โค้ก แต่ตราสินค้ามีประโยชน์มากกว่าเป็นเพียงชื่อลูกค้าที่สามารถทำความเข้าใจทุกส่วนของผลิตภัณฑ์ได้สมบูรณ์ เช่น สินค้าไฮเทค หรือสินค้าที่ต้องมีระยะเวลาในการใช้งาน จึงจะรู้ถึงคุณภาพ เช่น รถยนต์ ก็จะมีจิตสำนึกว่า ผลิตภัณฑ์ ก็คือ ชื่อของผลิตภัณฑ์นั้น เป็นต้นว่า ผลิตภัณฑ์โซนี่ นอกจากชื่อผลิตภัณฑ์แล้ว ก็ยังมีข่าวสารข้อมูลต่างๆผสมอยู่ในนั้นด้วยเป็นการสร้างคุณค่าให้มีมากขึ้น ดังนั้น หากยังไม่มีความแตกต่างที่มากนักในผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าจะเป็นอาวุธที่สำคัญมีการสร้างความแตกต่าง คงไม่มีใครสามารถหรืออยากพิสูจน์ว่า น้ำดื่มตราสิงค์กับตราโออี อันไหนดีกว่ากัน แต่ตราสิงค์สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีได้

สรุปด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง การจัดการศึกษาระดับปฐมวัยของโรงเรียนเอกชนที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษา ประกอบด้วย ปรัชญาและเป้าหมายของโรงเรียน ภาพพจน์ของโรงเรียน อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอน สัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน

2. **ด้านราคา**(Price: P) เป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีวามเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับริการที่ต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการในรูปของเงินตรา ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ฉะนั้นต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม เพราะราคาเป็นกลไกที่สำคัญทางการตลาด มีความยืดหยุ่นสูงมากและปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจของผู้เรียน ดังนั้นการกำหนดราคาจะต้องมีการพิจารณาคำนึงถึง 1) คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการซื้อหรือใช้บริการ 2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง 3) การแข่งขัน 4) ปัจจัยอื่นๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายของภาครัฐสำหรับราคาในธุรกิจโรงเรียนเอกชน หมายถึง ราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นต้น

สรุปด้านราคา หมายถึงค่าตอบแทนที่ผู้ปกครองยอมรับและเห็นว่าคุ้มค่า สำหรับการได้มาซึ่งคุณภาพของบริการและคุณภาพของนักเรียน ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมการเรียน ค่าอาหารและค่าบริหารต่างๆ การให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียน ระยะเวลาในการให้เครดิต

3. **ด้านการส่งเสริมการตลาด** (Promotion: P) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตุประสงค์ที่แจ้งข่างสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและ

พฤติกรรม การใช้บริการเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจ เตือนความทรงจำ ของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ และยังเป็นการขายความคิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้

สรุปด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมที่ใช้ความพยายามจูงใจให้เกิดความศรัทธาเชื่อถือการจัดการศึกษาของโรงเรียน และให้ผู้ปกครองรู้จักยอมรับเกิดความพึงพอใจในการบริหารโรงเรียน และคุณภาพของนักเรียน ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place: P) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ในการนำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channals) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2549 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 12) กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความซับซ้อนมากขึ้น และลักษณะของคนกลางที่มีรูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้น

สถานที่(Place) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมาย ดังนั้นโรงเรียนเอกชนจะต้องคำนึงถึงตำแหน่งที่ตั้งของโรงเรียน โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก เช่น โรงเรียนอยู่แหล่งชุมชน มีความสะดวกในการเดินทาง มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ

สรุปด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความต้องการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองนักเรียน ประกอบด้วย การบริการ ทำเลที่ตั้งโรงเรียน สถานที่จอดรถ รถรับส่งของโรงเรียน

5. ด้านบุคคล (People: P) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขัน เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

บุคคล (People) คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งหมดของกิจการ ซึ่งหมายความรวมทั้งลูกค้าและบุคลากรที่คอยให้บริการจะต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ

มีทัศนคติที่ดี มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการ ฉะนั้นคุณภาพการบริการทั้งหมดต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือจากคู่แข่งขัน อีกทั้งยังตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ และยังสามารถสร้างค่านิยมให้กับโรงเรียนเอกชนได้

สรุปด้านบุคคล หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกฝ่ายของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

6. **ด้านกระบวนการให้บริการ** (Process: P) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

กระบวนการการให้บริการ (Process) คือ ระเบียบวิธีปฏิบัติหรือขั้นตอนคุณภาพให้บริการที่ส่งมอบการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า ซึ่งพิจารณา 2 ด้าน คือ

6.1 ความซับซ้อน (Complexity) จะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการบริการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการ ระยะเวลาในการับบริการ

6.2 ความหลากหลาย (Divergence) ต้องพิจารณาถึงความอิสระ ความยืดหยุ่นและความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับของการทำงานได้

สรุปด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านบริการของโรงเรียนเอกชน ประกอบด้วย กระบวนการเรียนการสอน กิจกรรมพัฒนานักเรียน การบริหารจัดการ สัมพันธ์ชุมชน

7. **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** (Physical evidence and Presentation: P) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้แก่ลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการการออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการอย่างชัดเจน รวมไปถึงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีไว้ให้บริการด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการได้

สรุปด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การสร้างคุณภาพโดยรวม วิธีการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีเพื่อการบริการลูกค้า ประกอบด้วย ระบบความปลอดภัยของโรงเรียน การจัดอาคารให้ถูกสุขลักษณะ ห้องเรียนปรับอากาศ ความสะอาดในบริเวณโรงเรียนและในห้องเรียน ห้องน้ำ

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด

ความหมายของการตลาด

งานการตลาดเป็นทั้งศาสตร์และศิลปะ ผู้ที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจได้ต้องเป็นผู้ที่สามารถเอาชนะคู่แข่งขันได้ ซึ่งการจะเอาชนะดังกล่าวจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องของหลักการตลาดเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังต้องเป็นผู้ที่สามารถนำความรู้ด้านการตลาดนั้นไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ จึงถือได้ว่าหลักการตลาดเป็นสิ่งจำเป็นที่นักการตลาดต้องให้ความสนใจศึกษาหาความรู้เพื่อจะได้นำมาช่วยในการดำเนินงานทางธุรกิจ ความหมายการตลาดมีผู้ให้ความหมายแตกต่างกันดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 9-11)

ความหมายที่ 1 การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้า บริการ หรือความคิดเพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลและบรรลุเป้าหมายองค์การ (Kotler, 2000, หน้า 6) หรือเป็นระบบกิจกรรมธุรกิจทั้งหมดที่กำหนดขึ้นเพื่อที่จะวางแผน (Plan) กำหนดราคา (Price) ส่งเสริม (Pomote) และจำหน่าย (Place) คุณค่าในผลิตภัณฑ์บริการและความคิดที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (Target Marget) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ (Organizational Objective) หรือเป็นกระบวนการพัฒนาและการแลกเปลี่ยนความคิด สินคา และบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและองค์การโดยใช้หลักการตั้งราคาการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย จาก 3 ความหมายนี้การตลาดมีประเด็นสำคัญในการนำไปใช้ในระบบการบริหารงานการตลาด หรือกระบวนการตลาด (Marketing Process) ดังนี้

1. กิจกรรมมุ่งธุรกิจมุ่งความสำคัญที่ลูกค้า (Customer Oriented) กล่าวคือ มีจุดเริ่มต้นที่การกำหนดและวิเคราะห์ถึงความต้องการของตลาด (Identify and Analize Target Market)

2. พัฒนาโปรมแกรมการตลาด (Developing a Marketing Program) ประกอบด้วยการวางแผนผลิตภัณฑ์โครงสร้างของราคา การจัดจำหน่าย และโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด

3. ใช้กับตลาดเป้าหมาย (To Reach Target Market) ตลาดเป้าหมายในที่นี้คือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนั่นเอง

4. โดยมีวัตถุประสงค์ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (To Provide Customer Satisfaction)

ความหมายที่ 2 การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร (Social and Managerial Process) ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็น และความต้องการของเขาจากการสร้าง (Creating) และการแลกเปลี่ยน (Exchanging) ผลิตภัณฑ์และคุณค่ากับบุคคลอื่น (Kotler, 2000, P. 8) จากความหมายนี้มีประเด็นสำคัญคือ 1) เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริการ 2) วัตถุประสงค์ของการตลาด คือทำให้บุคคล และกลุ่มบุคคลได้รับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนอง ความต้องการของเขา 3) เครื่องมือที่ใช้คือ การสร้าง การเสนอ และการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่น

พฤติกรรมผู้บริโภค

วราทิพย์ มุสิกอง (2551 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 14) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในทางการตลาด ทั้งนี้เพราะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น การศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเพื่อจะได้ประเมินลักษณะที่แท้จริงของผู้บริโภคในตลาดปัจจุบันจะช่วยให้บริษัทสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่ง

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 14) ได้กล่าวไว้ว่า "การวิเคราะห์พฤติกรรมของบริโภค เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งเป้าหมายการตลาดในปัจจุบันคือ การเข้าถึงและการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค"

เสรี วงษ์มณฑา (2542 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 15) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า

Kotler (2003 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 15) กล่าวว่า ผู้บริโภคต้องทำการตัดสินใจซื้อมากมายในแต่ละวัน กิจการขนาดใหญ่ส่วนมากจะทำการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างละเอียด เพื่อตอบคำถามให้ได้ว่าผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้ออย่างไรและซื้อเท่าใด (How and How Much) ซื้อเมื่อใด (When) และซื้อทำไม (Why)

Schiffiman and Kanok (2000 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 15) อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการใช้เวลา (Time) เงิน (Money) และความพยายาม (Effort) ในการบริโภคสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นการศึกษาว่าผู้บริโภคจะซื้ออะไร (What) ซื้อทำไม (Why) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อบ่อยแค่ไหน (How often) เป็นต้น

ชูลส (Schulthz, 1996 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 15) กล่าวว่า การศึกษาเป็นการลงทุนอย่างหนึ่งของมนุษย์โดยเป็นการลงทุนให้กับตนเอง เพราะการศึกษาช่วยพัฒนาความสามารถความเจริญงอกงามต่างๆ การลงทุนในความหมายนี้ หมายถึง การเข้าศึกษาในโรงเรียน เพื่อจะได้เป็นผลผลิตและผู้มีรายได้ต่อไปในอนาคต

Kotler and Armstrong (2006; วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ, หน้า 68-70) ได้กำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ 4 ปัจจัยหลัก คือ

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural factors)

1.1 วัฒนธรรมหลัก (Culture) ถือเป็นมูลเหตุพื้นฐานที่สุดของพฤติกรรมของมนุษย์ เกิดจากการเรียนรู้ เด็กจะได้เรียนรู้ถึงค่านิยม การรับรู้ ความต้องการ และพฤติกรรมพื้นฐานจากครอบครัวและสถาบันทางสังคมที่เด็กเติบโตมา เด็กในอเมริกาโดยทั่วไปแล้วจะเรียนรู้หรือไม่เปิดรับค่านิยมต่างๆ ตามสังคมนั้น ทั้งค่านิยมในเรื่องของความสำเร็จและผลสำเร็จ กิจกรรมและการทุ่มเทความพยายาม ความสามารถการปฏิบัติ ความก้าวหน้า ความสะดวกสบาย เสรีภาพ ความเป็นหนุ่มเป็นสาว และความสมบูรณ์แข็งแรง

ดังนั้นนักการตลาดจะต้องวิเคราะห์ถึงความเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของวัฒนธรรมผู้บริโภค เพื่อแสวงหาสินค้ามาตอบสนองผู้บริโภคได้ทันท่วงที่

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) คือ กลุ่มบุคคลซึ่งมีระบบค่านิยมร่วมกัน (value system) เนื่องจากมีประสบการณ์ชีวิตและอยู่ใต้สถานการณ์เดียวกัน วัฒนธรรมย่อยรวมถึงสัญชาติ ศาสนา กลุ่มเชื้อชาติ และภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมย่อยหลายวัฒนธรรมทำให้เกิดส่วนตลาดที่สำคัญเกิดขึ้น และนักการตลาดมักจะออกแบบผลิตภัณฑ์และแผนการตลาดตามความต้องการของตลาดเหล่านี้

1.3 ชั้นสังคม (Social classes) การแบ่งชั้นทางสังคมโดยอาศัยปัจจัยหลายตัวร่วมกัน อันได้แก่ รายได้ การศึกษา ฐานะและปัจจัยอื่น ในระบบสังคมและบางระบบสมาชิกของชนชั้นสังคมได้กำหนด บทบาทที่แน่นอนและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงตำแหน่งทางสังคมได้ นักการตลาดไดให้ความสนใจกับชนชั้นสังคมเพราะบุคคลภายในชั้นสังคมแต่ละชั้น มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการซื้อที่คล้ายกัน

2. ปัจจัยทางสังคม (Social Factors)

2.1 กลุ่ม หมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มีปฏิสัมพันธ์กันเพื่อบรรลุเป้าหมายของแต่ละคนหรือเป้าหมายร่วม พฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม กลุ่มที่มีอิทธิพลโดยตรงและมีอิทธิพลต่อคนที่อยู่ในกลุ่มเรียกว่า กลุ่มสมาชิก (membership groups)

ในทางตรงกันข้าม กลุ่มอ้างอิง (reference groups) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้เปรียบเทียบทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือใช้อ้างอิงเพื่อสร้างทัศนคติหรือพฤติกรรมของตน

2.2 ครอบครัว จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อ ครอบครัวและองค์การซื้อของผู้บริโภคที่มีความสำคัญมากที่สุดในสังคม และมีการทำวิจัยกันอย่างแพร่หลาย นักการตลาดสนใจในบทบาทและอิทธิพลของสามีภรรยาและบุตรต่อการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ

2.3 บทบาทและสถานภาพ ตำแหน่งของบุคคลในแต่ละกลุ่มสามารถกำหนดได้ในรูปของบทบาทและสถาณภาพ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

3.1 อายุและขั้นวัฏจักรชีวิต บุคคลมีการเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือบริการที่ซื้อไปตลอดชั่วชีวิต รสนิยมที่มีต่ออาหาร เสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ และการพักผ่อน มักจะเกี่ยวข้องกับอายุ การซื้อเกี่ยวข้องกับวัฏจักรชีวิตครอบครัว (family life cycle) ซึ่งเป็นลำดับขั้นของครอบครัวที่สมบูรณ์ที่จะมีขึ้นตลอดเวลา

3.2 อาชีพและสถานะทางเศรษฐกิจ นักการตลาดพยายามที่จะกำหนดกลุ่มอาชีพที่สนใจในสินค้าและบริการมากกว่ากลุ่มอื่นได้ กิจการอาจจะเป็นผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใดกลุ่มหนึ่ง สถานะทางเศรษฐกิจของบุคคลจะส่งผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์

3.3 รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคคลที่มาจากวัฒนธรรมย่อย ชั้นสังคม และอาชีพเดียวกันอาจจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน รูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) คือ แบบแผนการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงในรูปของลักษณะจิตนิสัย (psychographics) รูปแบบการดำเนินชีวิตจะวัดจาก กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น

3.4 บุคลิกภาพและแนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง นักการตลาดใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ คือ แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง (self concept) หรือที่เรียกว่าภาพพจน์ของตนเอง (self image) แนวคิดเกี่ยวกับตนเองทำให้สามารถสรุปความคิดของบุคคลและสะท้อนถึง "ลักษณะที่ตัวเองมี" ดังนั้นการที่จะเข้าถึงผู้บริโภค นักการตลาดต้องเข้าถึงความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองและความคิดของกับผู้บริโภคเป็นอันดับแรก

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors) นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกัน ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ

4.2 การรับรู้

4.3 การเรียนรู้

4.4 ความเชื่อและทัศนคติ

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2543 อ้างอิงใน ปนิตา อุบลน้อย, 2554, หน้า 16) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันของผู้บริโภคแต่ละคน มีทั้งปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้บริโภคเอง และปัจจัยที่มาจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะเฉพาะบุคคล บุคคลมีความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว และอาชีพจะมีความต้องการความคิดเห็นต่างๆ แตกต่างไปตามปัจจัยเหล่านี้ ดังนั้นจึงต้องศึกษาพื้นฐานเฉพาะบุคคลผู้มีอายุแตกต่างกันไม่ต้องการเป้าหมายในชีวิตเหมือนกัน เด็กๆต้องการความสนุกสนาน วัยรุ่นต้องการให้เพื่อนฝูงยอมรับ ต้องการมีอิสระในการแสดงออก ผู้ใหญ่ต้องการความสำเร็จในการประกอบอาชีพและฐานะมั่นคง เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.1 ความต้องการและแรงจูงใจ (Need and Motives) ได้กล่าวถึงสาเหตุเบื้องต้นในการซื้อผลิตภัณฑ์ว่าผู้บริโภคจะต้องเกิดความต้องการเป็นแรงจูงใจให้กระทำการซื้อไปบำบัดความต้องการและความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน มีหลายลักษณะ หลายระดับความต้องการสามารถนำหลักการของมาสโลว์ ในเรื่อง Hierarchy of needs มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ให้ทราบว่าเป็นความต้องการทางด้านร่างกาย ต้องการความปลอดภัย ต้องการให้สังคมยอมรับ เมื่อทราบว่าผู้ซื้อมีแรงจูงใจหรือความต้องการระดับใด นักการตลาดจะเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมมาใช้กระตุ้นความต้องการได้ถูกต้องนำไปสู่การซื้อได้

2.2 การรับรู้ (Perception) การรับรู้ของแต่ละบุคคลมีระดับความเร็วความช้าแตกต่างกันไป บางคนเข้าใจเรื่องราวที่ผ่านเข้ามาในการรับรู้ได้รวดเร็ว แต่บางคนต้องการการบอกเล่าซ้ำๆ หลายๆ ครั้งจึงจะรับรู้และเข้าใจได้ นอกจากนั้นด้วยปัจจัยประกอบด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่จะทำให้การแปลความหมายจากการรับรู้แตกต่างกันออกไป การเสนอข้อมูลเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการซื้อจึงต้องศึกษาลักษณะการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายและเลือกข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตลาดเป้าหมายจะรับรู้ได้ง่าย พฤติกรรมการรับรู้โดยไม่ตั้งใจเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามการโฆษณาซ้ำๆ โดยสม่ำเสมอจะค่อยๆแทรกซึมเข้าสู่การรับรู้ได้เช่นกัน

2.3 ทัศนคติ (Attitude) ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกหรือลบ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น ผู้บริโภคที่มีทัศนคติไม่ดีต่ออาหารสำเร็จรูปว่าเป็นอาหารที่ไม่ถูกหลักโภชนา ไม่สด เป็นของค้างมานาน เมื่อไม่เสียได้ต้องย่อมใส่สารกันบูด ดังนั้นผู้บริโภครายนั้นย่อมจะไม่

ซื้ออาหารสำเร็จรูปบริโภค ถึงแม้ว่าจะมีเทคโนโลยีใหม่ๆที่สามารถผลิตอาหารสำเร็จรูปได้โดยไม่ต้องใส่สารกันบูดแล้วและถูกหลักโภชนาได้ก็ตาม

2.4 การเรียนรู้ (Learning) นักจิตวิทยากล่าวถึงพฤติกรรมของคนเราเปลี่ยนแปลงได้จากการเรียนรู้ในเรื่องต่างๆ ด้วยการกกระทำซ้ำๆ เพื่อให้ได้ผลตอบสนองที่พึงพอใจ เมื่อเราเกิดความต้องการใดๆ ก็จะพยายามหาวิธีบำบัดความต้องการ หากผลที่ได้เป็นที่พอใจจะทดลองซ้ำหลายๆ ครั้งจนแน่ใจว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุด และจะปฏิบัติครั้งต่อไปในการตอบสนองความต้องการในรูปแบบการกระทำเดิมๆ แต่ถ้าได้ผลไม่เป็นที่พอใจก็จะเลิกกระทำ และหันไปค้นหาวิธีอื่นๆใหม่ต่อไป

2.5 ความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self - concept) แต่ละบุคคลจะมีความคิดเกี่ยวกับตนเองในลักษณะต่างๆ และมีพฤติกรรมไปตามความคิดนั้น เช่น คิดว่าตนเองเป็นคนสุภาพแข็งแรงจะไม่สนใจอาหารเสริม ไม่สนใจตรวจสุขภาพจะมุมานะทำงาน แต่ถ้าคิดว่าตนเองเป็นคนอ่อนแอก็จะปฏิบัติตรงกันข้าม

3. ปัจจัยด้านสังคม

3.1 ครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มสังคมที่ใกล้ชิดตัวบุคคลมากที่สุด ลักษณะของผู้เลี้ยงดู พ่อแม่ วิธีการเลี้ยงดู รูปแบบการดำรงชีวิต อาหาร ความเป็นอยู่ที่แต่ละคนได้รับการหล่อหลอมตั้งแต่เกิดจะค่อยซึมซับเข้าไปเป็นแบบอย่างที่จะปฏิบัติตาม ซึ่งแต่ละครอบครัวก็จะมีวิธีปฏิบัติแตกต่างกัน พฤติกรรมเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การรับรู้ การเลือกสิ่งที่จะตอบสนองความต้องการก็จะแตกต่างกัน

3.2 กลุ่มอ้างอิง (Reference group) เมื่อบุคคลเติบโตขึ้นจะมีสังคมเพิ่มเติมนอกจากครอบครัว มีเพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน การที่ต้องเข้ากลุ่มสังคมต่างๆให้ได้จะทำให้แต่ละบุคคลพยายามปรับตัว ทำให้มีการพัฒนาในลักษณะตามอย่างบุคคลอื่นที่ตนนิยมยกย่อง ดังนั้นการใช้บุคคลบางกลุ่มบางคนเป็นคนเสนอขายผลิตภัณฑ์ในโฆษณาจึงเป็นการใช้ประโยชน์จากกลุ่มอ้างอิง นั่นเอง

3.3 วัฒนธรรม (Culture) ประเพณีหรือธรรมเนียมปฏิบัติในชีวิตประจำวันของชุมชนใหญ่ที่แต่ละบุคคลเป็นส่วนหนึ่ง เช่น เชื้อชาติ ศาสนา หรือท้องถิ่น จะเป็นกรอบกำกับพฤติกรรมการแสวงหาสิ่งตอบสนองความต้องการของบุคคลอย่างมาก ดังนั้นการศึกษาถึงลักษณะของวัฒนธรรมประเพณี จะช่วยให้นักการตลาดเข้าใจพฤติกรรมการซื้อของตลาดเป้าหมายได้ดีขึ้น

อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์ (2548, หน้า 222) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกและปัจจัยภายในเฉพาะตัวของผู้บริโภคภายใต้

ภาวการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ผู้บริโภคผ่านขั้นตอนการคิดและการกระทำอย่างไร ซึ่งความรู้เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจจะช่วยให้นักการตลาดนำไปประยุกต์ใช้ในการพิจารณากลยุทธ์การตลาดที่กระตุ้นหรือส่งเสริมให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกได้อย่างถูกจังหวะและประสิทธิภาพ

สำหรับแหล่งที่มาของข้อมูลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีแหล่งสำคัญ 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Source) หมายถึง แหล่งข้อมูลที่เป็นความทรงจำของผู้บริโภค ซึ่งได้รับการสะสมเข้ามาโดยไม่ได้ดิ้นรนแสวงหาผ่านการเรียนรู้หรือเข้าไปมีประสบการณ์ด้วยตนเองในอดีตก็ได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะใช้แหล่งข้อมูลภายในในการตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ เพราะดึงออกมาใช้ได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดที่สุด

2. แหล่งข้อมูลภายนอก (Eternal Information Source) ซึ่งประกอบด้วย 4 แหล่ง ดังนี้

2.1 แหล่งข้อมูลที่เป็นตัวบุคคล (Personal Source) เช่น การสอบถามจากคนใกล้ชิด

2.2 แหล่งข้อมูลอิสระ (Independent Source) เป็นแหล่งข้อมูลจากองค์การอิสระต่างๆ ที่ให้ข้อมูลโดยไม่ขึ้นอยู่กับเจ้าของรายใดรายหนึ่ง

2.3 แหล่งข้อมูลทางการตลาด (Marketing Source) เป็นแหล่งข้อมูลที่อยู่ในบทบาทของผู้ผลิต

2.4 แหล่งข้อมูลประสบการณ์ตรง (Experiential Source) ได้แก่ การที่ผู้บริโภคเข้าไปทดสอบ หรือทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จันทนา สุวรรณดุก (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีระดับความต้องการอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีระดับความต้องการอยู่ในเกณฑ์มาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการ และยังพบอีกว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน 2 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ส่วนผู้ปกครองที่มีรายได้และอาชีพต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

ดุษฎี จิรฉัตรมงคล (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกให้บุตรศึกษาในระดับอนุบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่ผู้ปกครองตัดสินใจเลือกสถานศึกษาแก่บุตรมากที่สุดคือ โรงเรียนมีมาตรฐาน

การประกันคุณภาพสถานศึกษา รองลงมาคือชื่อเสียงโรงเรียน และการเดินทางสะดวก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกให้บุตรศึกษาในระดับอนุบาล อันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านบุคลากร ได้แก่ ครูผู้สอนมีจรรยาบรรณในอาชีพของตนและครูผู้สอนมีความเสียสละและเอาใจใส่หน้าที่ของตน อันดับที่สองคือปัจจัยทางด้านการเรียนการสอนและระดับมาตรฐานของโรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนมีการจัดหลักสูตรตามกระทรวงศึกษาธิการกำหนด โรงเรียนมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสังคม และอันดับสุดท้ายคือปัจจัยทางด้านสื่อการเรียนการสอน อาคารสถานที่ และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โรงเรียนสามารถรักษาความสะอาดได้เป็นอย่างดี โรงเรียนมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยและเพียงพอ

อุษา กิจนิเทศ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องการตัดสินใจของผู้ปกครองคนไทยในการส่งบุตรเข้ารับการศึกษาในโรงเรียนอนุบาลนานาชาติแพรพ เขตห้วงขวาง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจของผู้ปกครองอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนี้ ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ด้านผู้เรียน ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านผู้บริหาร ด้านการบริหารและการจัดการ ตามลำดับ ซึ่งด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา คือ ครูที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการสอน ด้านสภาพแวดล้อมและความปลอดภัย คือ จัดบริการอาหารและน้ำดื่มที่มีความสะอาดปลอดภัยถูกหลักอนามัย ด้านผู้เรียน คือ ผู้เรียนได้เรียนรู้ การฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาอังกฤษได้อย่างเหมาะสมตามวัย ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน คือ จัดหลักสูตรและการเรียนการสอนเน้นให้ผู้เรียนกล้าคิดกล้าแสดงออกและกล้าแสดงความคิดเห็น ด้านผู้บริหาร คือ ผู้บริหารมีความสามารถในการตัดสินใจและแก้ปัญหาได้ดี ด้านบริหารและการจัดการ คือ กำหนดเป้าหมายมุ่งให้ผู้เรียนได้รับการศึกษาอย่างมีคุณภาพและเรียนรู้อย่างมีความสุข

ปนิตา อุบลน้อย (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในระดับประถมศึกษา (หลักสูตรสองภาษา) ของโรงเรียนอรุณประดิษฐ์ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลหลักในการส่งบุตรเข้าเรียนคือ เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของภาษาอังกฤษ สภาพแวดล้อมสะดวกปลอดภัยและความสะดวกในการเดินทาง เน้นการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษโดยมีครูไทยช่วยแปล แต่ต้องการให้โรงเรียนจัดเพิ่มเติมในรายวิชาสำคัญ เช่น วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เป็นหลักสูตรภาษาไทยในระยะเวลา 1-2 ปี และได้ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาในหลักสูตรสองภาษา ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์กับความไว้วางใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงเรียน 2) ด้านราคากับเงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงิน 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกใน

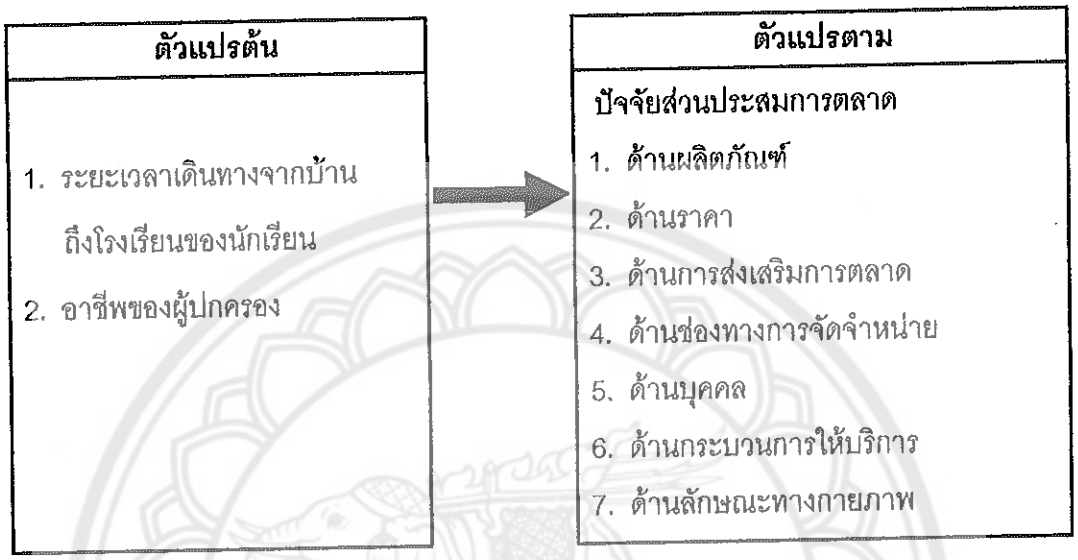
การเดินทาง 4) ด้านการส่งเสริมการขายกับความสัมพันธ์ที่ดีของครูและโรงเรียน 5) ด้านบุคลากรกับความรู้ ความสามารถของครูชาวไทย 6) ด้านกระบวนการให้บริการครูที่มีความสามารถ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับการแต่งกายของครูที่มีความเหมาะสมสวยงาม

ศินีนาถ เรืองประพันธ์ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่องแรงจูงใจของผู้ปกครองในการนำนักเรียนเข้าศึกษาต่อระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจของผู้ปกครองในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านลักษณะของโรงเรียนมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านการประกอบอาชีพและด้านการสนับสนุนจากผู้อื่นมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

วรรณ์วรีย์ จันทร์ฉายรัศมี (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่องการเลือกโรงเรียนอนุบาลของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยในเครือจิมโบรี เพลย์ แอนด์ มิวสิค ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองมีความต้องการในการเลือกโรงเรียนอนุบาลโดยรวมและทุกด้าน (ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการจัดสูตรและการเรียนการสอน และด้านบริการ) อยู่ในระดับมากที่สุด และผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกโรงเรียนอนุบาลของผู้ปกครองให้แก่เด็กปฐมวัย พบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกันมีความต้องการในการเลือกโรงเรียนอนุบาล ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านหลักสูตรการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการในการเลือกโรงเรียนอนุบาลด้านบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่า และระดับปริญญาโทขึ้นไป มีความต้องการในการเลือกโรงเรียนอนุบาลให้แก่เด็กปฐมวัย ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน และด้านบริการ ไม่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแสดงใน ภาพที่ 1



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เรื่องความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 โดยดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. **ประชากร** ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ในปีการศึกษา 2559 จำนวน 3,465 คน จากโรงเรียนเอกชนจำนวน 21 โรงเรียน

2. **กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ในปีการศึกษา 2559 จำนวน 346 คน ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) ตามสัดส่วนของผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยในแต่ละโรงเรียน ซึ่งจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัย จำแนกตามลักษณะการจัดการศึกษาของโรงเรียน

โรงเรียน		ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. โรงเรียนที่จัดการศึกษาเฉพาะระดับปฐมวัย 1-3			
1.1	โรงเรียนอนุบาลวาริน	175	17
1.2	โรงเรียนอนุบาลอุทิศศึกษา	151	15
1.3	โรงเรียนอนุบาลจุฬารัตน์	57	6
1.4	โรงเรียนอนุบาลไอรฎา	167	17
1.5	โรงเรียนอนุบาลสมฤดี	160	16
1.6	โรงเรียนดรุณานุกูล	240	24
1.7	โรงเรียนอนุบาลธัญญาดา	71	7
1.8	โรงเรียนอุดมสุขเจริญศึกษา	58	6
2. โรงเรียนที่จัดการศึกษา ในระดับปฐมวัย 1-3 และ ประถมศึกษา			
2.1	โรงเรียนวัฒนศิริวิทยา	50	5
2.2	โรงเรียนวรนาทวิทยากำแพงเพชร	156	16
2.3	โรงเรียนกาญจนศึกษา	25	2
2.4	โรงเรียนเจริญสุขอุดมวิทยา	558	56
2.5	โรงเรียนอนุบาลภู่ขจร	205	20
2.6	โรงเรียนอนุบาลธรรมรัตน์	197	20
2.7	โรงเรียนอนุบาลดรุณานุกูลลานกระบือ	312	30
2.8	โรงเรียนปัทมดรุณวิทย์	112	11
2.9	โรงเรียนอนุบาลสมนึก	36	4
2.1	โรงเรียนดรุณานุกูลหัวถนน	9	1
3. โรงเรียนที่จัดการศึกษา ในระดับปฐมวัย 1-3 , ประถมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนต้น			
3.1	โรงเรียนเพ็ชระศึกษา	346	35
3.2	โรงเรียนทรัพย์สถิตวิทยาคาร	253	25
3.3	โรงเรียนตรีจุฬาศึกษา	127	13
	รวม	3,465	346

ที่มา: รายงานข้อมูลสารสนเทศการศึกษาเอกชน, 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลักษณะที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 ถามความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ลักษณะเป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมาก
ระดับ 3 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อย
ระดับ 1 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ปกครองนักเรียน ลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (open-ended question)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

2.2 กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

2.3 กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.4 สร้างแบบสอบถามฉบับร่างนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

2.5 นำเสนอแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว จากนั้นนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการใช้สำนวนภาษา โดยพิจารณาความสอดคล้องระหว่างนิยามศัพท์เฉพาะและข้อคำถาม รายนามผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

2.5.1 รองศาสตราจารย์ ดร.จิติมา วรรณศรี หัวหน้าภาควิชาบริหารและพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

2.5.2 ดร.ประจักษ์ ศรสาลี ผู้อำนวยการกลุ่มนิเทศติดตามและประเมินผลการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

2.5.3 ดร.ทักดนัย เพชรเภรี ผู้อำนวยการโรงเรียนเจริญสุขอุดมวิทยา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

2.6 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาหาค่า IOC (Item-Objective Congruence Index: IOC) และเลือกข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00

2.7 นำเสนอแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองใช้ (try-out) เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามกับผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ในปีการศึกษา 2559 จำนวน 40 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยของโรงเรียน

2. ผู้วิจัยส่งหนังสือขอเก็บข้อมูล พร้อมส่งแบบสอบถามถึงผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความร่วมมือจากผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยของโรงเรียน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและบางส่วนเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้บริการทางไปรษณีย์ จำนวน 346 ฉบับ ได้รับคืนจำนวน 339 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.98

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554, หน้า 121)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.1 เปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน วิเคราะห์ด้วยการทดสอบค่าที (t-test independent samples)

3.2 เปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่าง ทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ่ (Scheffe's method)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิจัยผู้วิจัยได้นำเสนอโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

1. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียนและอาชีพของผู้ปกครอง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน จำแนกเป็น		
1.1 ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง	229	67.6
1.2 ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป	110	32.4
รวม	339	100
2. อาชีพของผู้ปกครอง จำแนกเป็น		
2.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	65	19.2
2.2 ธุรกิจส่วนตัว	81	23.9
2.3 รับจ้าง	112	33.0
2.4 ลูกจ้างหน่วยงานราชการ	33	9.7
2.5 อื่นๆ	48	14.2
รวม	339	100

จากตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน พบว่า ใช้เวลาเดินทางต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 และใช้เวลาเดินทาง ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 110 คน คิดเป็นรอยละ 32.4

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง พบว่า อาชีพรับจ้างมีจำนวนมากที่สุด คือ 112 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ19.2 อาชีพอื่นๆ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และน้อยที่สุด คือ อาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	อันดับที่
		$\bar{X}$	S.D.		
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.38	0.49	มาก	2
2	ด้านราคา	4.20	0.56	มาก	7
3	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.26	0.55	มาก	5
4	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.21	0.55	มาก	6
5	ด้านบุคคล	4.39	0.53	มาก	1
6	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.34	0.53	มาก	3
7	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.33	0.57	มาก	4
	รวมเฉลี่ย	4.30	0.47	มาก	

จากตาราง 3 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนด้านผลิตภัณฑ์

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	อันดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
1	โรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้	4.37	0.58	มาก	3
2	โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี	4.43	0.62	มาก	2
3	โรงเรียนมีสื่อการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับวัย	4.34	0.62	มาก	5
4	โรงเรียนมีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการศึกษาระดับปฐมวัยอยู่เสมอ	4.35	0.65	มาก	4
5	ความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียน	4.44	0.61	มาก	1
6	นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์ดี	4.33	0.60	มาก	6
	รวมเฉลี่ย	4.38	0.49	มาก	

จากตาราง 4 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรกได้แก่ เรื่องความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียน รองลงมาได้แก่ เรื่องโรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี และเรื่องโรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้ ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านราคา

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	ลำดับที่
		$\bar{X}$	S.D.		
1	โรงเรียนกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม	4.29	0.68	มาก	1
2	เงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม	4.25	0.69	มาก	3
3	โรงเรียนมีการกำหนดอัตราค่าบริการอื่นๆ นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการศึกษาของโรงเรียนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม เช่น ค่าอาหารกลางวัน ค่าเรียนเสริมด้านภาษา ค่าเรียนคอมพิวเตอร์ ค่าเรียนว่ายน้ำ ค่าประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น	4.18	0.79	มาก	4
4	โรงเรียนมีการมอบทุนการศึกษาเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าเล่าเรียน	4.01	0.86	มาก	5
5	โรงเรียนมีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา	4.27	0.77	มาก	2
	รวมเฉลี่ย	4.20	0.56	มาก	

จากตาราง 5 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนด้านราคา ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรกได้แก่ เรื่องโรงเรียนกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม เรื่องโรงเรียนมีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา และเรื่องเงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	ลำดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
1	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	4.26	0.73	มาก	4
2	มีการใช้สื่อต่างๆในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ , หนังสือพิมพ์ , อินเตอร์เน็ต	4.26	0.77	มาก	4
3	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาการจัดการเรียนการสอน	4.19	0.71	มาก	6
4	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณากิจกรรมของโรงเรียนอย่างหลากหลาย	4.23	0.70	มาก	5
5	โรงเรียนมีการแจ้งข่าวสารต่างๆของโรงเรียนแก่ผู้ปกครอง	4.45	0.62	มาก	1
6	โรงเรียนให้การสนับสนุน ร่วมมือ และอำนวยความสะดวกในโอกาสที่ผู้ปกครองหรือชุมชนขอความอนุเคราะห์	4.28	0.69	มาก	3
7	โรงเรียนรับฟังความเห็นของผู้ปกครองและนำไปปรับปรุงแก้ไข	4.29	0.72	มาก	2
8	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมมอบทุนการศึกษาและรางวัลต่างๆ (เช่น รางวัลเรียนดี มารยาทดี ครอบครัวดีเด่น ฯลฯ ให้กับนักเรียน)	4.15	0.77	มาก	7
	รวมเฉลี่ย	4.26	0.55	มาก	

จากตาราง 6 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรกได้แก่ เรื่องโรงเรียนมีการแจ้งข่าวสารต่างๆของโรงเรียนแก่ผู้ปกครอง เรื่องโรงเรียนรับฟังความเห็นของผู้ปกครองและนำไปปรับปรุงแก้ไข และเรื่องโรงเรียนให้การสนับสนุน ร่วมมือ และอำนวยความสะดวกในโอกาสที่ผู้ปกครองหรือชุมชนขอความอนุเคราะห์ ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	ลำดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
1	มีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง	4.32	0.66	มาก	3
2	ที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง	4.33	0.69	มาก	2
3	ประหยัดเวลาในการเดินทางมาโรงเรียน	4.30	0.65	มาก	4
4	สถานที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ	3.91	0.93	มาก	7
5	โรงเรียนมีบริการรถรับ-ส่ง ที่ปลอดภัย สภาพรถดี มีครูควบคุมดูแลนักเรียน	4.28	0.80	มาก	6
6	การบริการเมื่อผู้ปกครองไปติดต่อที่โรงเรียน	4.37	0.66	มาก	1
7	โรงเรียนมีระบบงาน การบริการและการอำนวยความสะดวกรวดเร็ว	4.29	0.67	มาก	5

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	ลำดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
8	โรงเรียนมีจัดทำบัตรประจำตัวเพื่อใช้ในการ รับ-ส่ง บุตรหลาน	3.90	0.94	มาก	8
	รวมเฉลี่ย	4.21	0.55	มาก	

จากตาราง 7 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องการบริการเมื่อผู้ปกครองไปติดต่อที่โรงเรียน เรื่องที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง และเรื่องมีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านบุคคล

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	ลำดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
1	ความรู้ความสามารถของผู้บริหาร	4.58	0.56	มากที่สุด	1
2	ความรู้ความสามารถของครู	4.46	0.63	มาก	3
3	มีครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา	4.28	0.94	มาก	6
4	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้ตรงตามวุฒิ	4.23	0.79	มาก	7

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	ลำดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
5	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้เหมาะสมต่อจำนวนนักเรียน	4.35	0.70	มาก	5
6	ครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัย	4.37	0.66	มาก	4
7	บุคลากร มีความสามัคคี มีน้ำใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	4.37	0.66	มาก	4
8	บุคลากร มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง	4.49	0.64	มาก	2
	รวมเฉลี่ย	4.39	0.53	มาก	

จากตาราง 8 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนด้านบุคคล ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด 1 เรื่อง ได้แก่ เรื่องความรู้ความสามารถของผู้บริหาร และผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องบุคลากรมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง เรื่องความรู้ความสามารถของครู เรื่องครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัย และเรื่องบุคลากร มีความสามัคคี มีน้ำใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านกระบวนการให้บริการ

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	ลำดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
1	โรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.43	0.58	มาก	1
2	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมให้นักเรียนได้มีความสามารถในด้านต่างๆนอกโรงเรียน	4.29	0.65	มาก	7
3	มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริง	4.32	0.66	มาก	6
4	ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการวางแผนการเรียนรู้ของนักเรียน	4.16	0.77	มาก	8
5	มีการอำนวยความสะดวกเมื่อผู้ปกครองมาร่วมกิจกรรมของโรงเรียน	4.39	0.63	มาก	3
6	โรงเรียนจัดชั้นเรียนให้มีจำนวนนักเรียนเป็นไปตามเกณฑ์	4.36	0.66	มาก	4
7	โรงเรียนมีการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย	4.35	0.62	มาก	5
8	โรงเรียนมีการวัดผลการเรียนตามสภาพจริงของนักเรียน	4.40	0.64	มาก	2
	รวมเฉลี่ย	4.34	0.53	มาก	

จากตาราง 9 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องโรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เรื่องโรงเรียนมีการวัดผลการเรียนตามสภาพจริงของนักเรียน และเรื่องมีการอำนวยความสะดวกเมื่อผู้ปกครองมาร่วมกิจกรรมของโรงเรียน ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน ด้านลักษณะทางกายภาพ

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	ลำดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
1	โรงเรียนมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.50	0.63	มาก	1
2	โรงเรียนมีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด	4.46	0.64	มาก	2
3	โรงเรียนจัดบริเวณภายในโรงเรียนได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นอาคารเรียน ที่พักผ่อน ที่จอดรถ ที่ทำกิจกรรมต่างๆ	4.30	0.71	มาก	7
4	ภายในโรงเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ	4.39	0.69	มาก	3
5	โรงเรียนมีเครื่องเล่นและพื้นที่สนามเพียงพอต่อจำนวนนักเรียน	4.15	0.80	มาก	11
6	โรงเรียนมีระบบป้องกันอัคคีภัย มีอุปกรณ์ดับเพลิงอยู่ในสภาพที่ดี	4.26	0.74	มาก	9

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	ผู้ปกครองนักเรียน (n=339)		ระดับความต้องการ	ลำดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
7	ภายในห้องเรียนมีอากาศถ่ายเทสะดวก	4.35	0.71	มาก	5
8	ภายในห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ	4.37	0.73	มาก	4
9	ภายในห้องเรียนมีห้องน้ำสุขภัณฑ์ที่เด็กสามารถใช้ด้วยตนเองได้	4.23	0.84	มาก	10
10	โรงอาหารสะอาดถูกหลักอนามัย	4.28	0.72	มาก	8
11	ทัศนียภาพรอบๆโรงเรียนเหมาะสม	4.32	0.69	มาก	6
	รวมเฉลี่ย	4.33	0.57	มาก	

จากตาราง 10 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องโรงเรียนมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เรื่องโรงเรียนมีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด และเรื่องภายในโรงเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

1. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.37	0.49	4.41	0.47	0.75	0.45
2	ด้านราคา	4.19	0.56	4.21	0.58	0.42	0.67
3	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.24	0.55	4.30	0.56	1.00	0.32
4	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.20	0.56	4.25	0.54	0.77	0.44
5	ด้านบุคคล	4.40	0.54	4.39	0.53	0.07	0.95
6	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.36	0.53	4.34	0.54	0.07	0.94
7	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.35	0.57	4.33	0.56	0.02	0.99
	รวมเฉลี่ย	4.29	0.46	4.32	0.46	0.48	0.63

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1	โรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้	4.36	0.56	4.40	0.64	0.55	0.58
2	โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี	4.42	0.62	4.46	0.62	0.62	0.54
3	โรงเรียนมีสื่อการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับวัย	4.33	0.67	4.37	0.63	0.59	0.55
4	โรงเรียนมีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการศึกษาระดับปฐมวัยอยู่เสมอ	4.34	0.67	4.37	0.60	0.37	0.71
5	ความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียน	4.42	0.61	4.46	0.62	0.56	0.58
6	นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์ดี	4.31	0.61	4.37	0.60	0.83	0.41
	รวมเฉลี่ย	4.37	0.49	4.41	0.47	0.75	0.45

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัย โรงเรียนเอกชน ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านราคา

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1	โรงเรียนกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม	4.26	0.70	4.27	0.62	0.14	0.89
2	เงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม	4.24	0.68	4.25	0.70	0.13	0.90
3	โรงเรียนมีการกำหนดอัตราค่าบริการอื่นๆนอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการศึกษาของโรงเรียนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม เช่น ค่าอาหารกลางวัน ค่าเรียนเสริมด้านภาษา ค่าเรียนคอมพิวเตอร์ ค่าเรียนว่ายน้ำ ค่าประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น	4.15	0.80	4.24	0.78	0.91	0.36
4	โรงเรียนมีการมอบทุนการศึกษาเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าเล่าเรียน	3.99	0.89	4.05	0.80	0.63	0.53

ตาราง 13 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
5	โรงเรียนมีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา	4.28	0.76	4.25	0.78	0.33	0.74
	รวมเฉลี่ย	4.19	0.56	4.21	0.58	0.42	0.67

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัย โรงเรียนเอกชน ด้านราคา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	4.24	0.73	4.30	0.74	0.71	0.48
2	มีการใช้สื่อต่างๆในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ , หนังสือพิมพ์ , อินเตอร์เน็ต	4.22	0.82	4.33	0.64	1.28	0.20
3	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาการจัดการเรียนการสอน	4.17	0.70	4.21	0.76	0.42	0.68
4	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณากิจกรรมของโรงเรียนอย่างหลากหลาย	4.21	0.71	4.25	0.70	0.50	0.62
5	โรงเรียนมีการแจ้งข่าวสารต่างๆของโรงเรียนแก่ผู้ปกครอง	4.42	0.63	4.50	0.60	1.06	0.29
6	โรงเรียนให้การสนับสนุนร่วมมือ และอำนวยความสะดวกในโอกาสที่ผู้ปกครองหรือชุมชนขอความอนุเคราะห์	4.27	0.71	4.30	0.64	0.37	0.71

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
7	โรงเรียนรับฟังความเห็นของผู้ปกครองและนำไปปรับปรุงแก้ไข	4.28	0.72	4.31	0.71	0.41	0.69
8	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมมอบทุนการศึกษาและรางวัลต่างๆ (เช่น รางวัลเรียนดี มารยาทดี ครอบครัวดีเด่น ฯลฯ ให้กับนักเรียน)	4.10	0.78	4.24	0.77	1.47	0.14
	รวมเฉลี่ย	4.24	0.55	4.30	0.56	1.00	0.32

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัย โรงเรียนเอกชน ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1	มีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง	4.27	0.68	4.42	0.61	1.99*	0.05
2	ที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง	4.35	0.69	4.29	0.71	0.73	0.47
3	ประหยัดเวลาในการเดินทางมาโรงเรียน	4.32	0.65	4.27	0.66	0.61	0.54
4	สถานที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ	3.90	0.95	3.93	0.91	0.26	0.80
5	โรงเรียนมีบริการรถรับ-ส่ง ที่ปลอดภัย สภาพรถดี มีครูควบคุมดูแลนักเรียน	4.26	0.83	4.33	0.74	0.70	0.48
6	การบริการเมื่อผู้ปกครองไปติดต่อที่โรงเรียน	4.35	0.67	4.41	0.63	0.79	0.43
7	โรงเรียนมีระบบงาน การบริการและการอำนวยความสะดวกรวดเร็ว	4.25	0.68	4.37	0.63	1.61	0.11

ตาราง 15 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
8	โรงเรียนมีจัดทำบัตรประจำตัวเพื่อใช้ในการ รับ-ส่ง บุตรหลาน	3.88	0.96	3.95	0.90	0.62	0.54
	รวมเฉลี่ย	4.20	0.56	4.25	0.54	0.77	0.44

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัย โรงเรียนเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในเรื่องมีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง ส่วนเรื่องอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านบุคคล

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1	ความรู้ความสามารถของผู้บริหาร	4.58	0.53	4.57	0.61	0.13	0.90
2	ความรู้ความสามารถของครู	4.45	0.62	4.49	0.65	0.63	0.53

ตาราง 16 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t - test	P
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
3	มีครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา	4.21	1.00	4.42	0.76	2.12*	0.04
4	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้ตรงตามวุฒิ	4.22	0.83	4.25	0.71	0.39	0.69
5	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้เหมาะสมต่อจำนวนนักเรียน	4.38	0.69	4.30	0.70	0.99	0.32
6	ครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัย	4.40	0.63	4.31	0.73	1.20	0.23
7	บุคลากร มีความสามัคคี มีน้ำใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	4.38	0.66	4.35	0.67	0.45	0.65
8	บุคลากร มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง	4.51	0.64	4.46	0.65	0.57	0.56
	รวมเฉลี่ย	4.40	0.54	4.39	0.53	0.07	0.95

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัย โรงเรียนเอกชน ด้านบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในเรื่อง มีครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา ส่วนเรื่องอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านกระบวนการให้บริการ

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t – test	P
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1	โรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.45	0.56	4.40	0.62	0.67	0.50
2	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมให้นักเรียนได้มีความสามารถในด้านต่างๆนอกโรงเรียน	4.30	0.66	4.28	0.64	0.20	0.84
3	มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริง	4.31	0.68	4.35	0.63	0.40	0.69
4	ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการวางแผนการเรียนรู้ของนักเรียน	4.15	0.78	4.16	0.76	0.12	0.91
5	มีการอำนวยความสะดวกเมื่อผู้ปกครองมาร่วมกิจกรรมของโรงเรียน	4.40	0.62	4.39	0.64	0.03	0.98
6	โรงเรียนจัดชั้นเรียนให้มีจำนวนนักเรียนเป็นไปตามเกณฑ์	4.36	0.64	4.36	0.70	0.07	0.94
7	โรงเรียนมีการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย	4.34	0.63	4.37	0.58	0.51	0.61

ตาราง 17 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t – test	P
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
8	โรงเรียนมีการวัดผลการเรียนตามสภาพจริงของนักเรียน	4.42	0.62	4.36	0.67	0.81	0.42
	รวมเฉลี่ย	4.36	0.53	4.34	0.54	0.07	0.94

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับประถมวัย โรงเรียนเอกชน ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ด้านลักษณะทางกายภาพ

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t – test	p
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1	โรงเรียนมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.51	0.65	4.50	0.59	0.03	0.98
2	โรงเรียนมีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด	4.46	0.67	4.45	0.60	0.23	0.82
3	โรงเรียนจัดบริเวณภายในโรงเรียนได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นอาคารเรียน ที่พักผ่อน ที่จอดรถ ที่ทำกิจกรรมต่างๆ	4.29	0.74	4.32	0.65	0.32	0.75
4	ภายในโรงเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ	4.36	0.69	4.38	0.70	0.24	0.81
5	โรงเรียนมีเครื่องเล่นและพื้นที่สนามเพียงพอต่อจำนวนนักเรียน	4.17	0.80	4.11	0.81	0.61	0.54
6	โรงเรียนมีระบบป้องกันอัคคีภัย มีอุปกรณ์ดับเพลิงอยู่ในสภาพที่ดี	4.25	0.74	4.27	0.74	0.23	0.82
7	ภายในห้องเรียนมีอากาศถ่ายเทสะดวก	4.37	0.68	4.35	0.78	0.10	0.92
8	ภายในห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ	4.39	0.71	4.35	0.77	0.51	0.61

ตาราง 18 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง (n=229)		ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป (n=110)		t – test	p
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
9	ภายในห้องเรียนมีห้องน้ำสุขภัณฑ์ที่เด็กสามารถใช้ด้วยตนเองได้	4.24	0.87	4.22	0.71	0.18	0.86
10	โรงอาหารสะอาดถูกหลักอนามัย	4.25	0.72	4.35	0.71	1.11	0.27
11	ทัศนียภาพรอบๆโรงเรียนเหมาะสม	4.33	0.69	4.31	0.69	0.29	0.78
	รวมเฉลี่ย	4.35	0.57	4.33	0.56	0.02	0.99

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัย โรงเรียนเอกชน ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัย โรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ข้อ	รายการ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.50	0.43	4.30	4.33	4.52	0.40	4.37	0.46	4.38	0.48	2.46*	0.05	(1>2) (4>2) (3>1) (3>4)
2	ด้านราคา	4.29	0.54	4.19	0.57	4.07	0.61	4.30	0.50	4.29	0.49	2.46*	0.05	(1>3) (4>3) (5>3)
3	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.34	0.53	4.21	0.58	4.25	0.56	4.39	0.51	4.20	0.54	1.09	0.36	
4	ด้านช่องทางการจัด	4.31	0.52	4.17	0.57	4.15	0.54	4.33	0.57	4.22	0.57	1.32	0.26	
5	ด้านบุคคล	4.53	0.50	4.34	0.56	4.30	0.54	4.51	0.51	4.41	0.50	2.52*	0.04	(1>2) (1>3)
6	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.40	0.45	4.26	0.57	4.30	0.55	4.48	0.50	4.39	0.53	1.53	0.19	
7	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.44	0.55	4.26	0.58	4.28	0.58	4.46	0.50	4.30	0.56	1.64	0.16	
	รวมเฉลี่ย	4.40	0.43	4.25	0.49	4.24	0.46	4.43	0.43	4.31	0.45	2.16	0.07	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 3 ด้าน ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์ โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้างมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ

ด้านราคา โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ และอาชีพอื่นๆ มีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง

ด้านบุคคล โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพรับจ้าง

ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ปกครองมีความต้องการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองด้านผลิตภัณฑ์

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
1	โรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้	4.45	0.53	4.33	0.61	4.27	0.62	4.64	0.49	4.42	0.54	3.07*	0.02	(4,3)
2	โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี	4.60	0.55	4.28	0.68	4.38	0.66	4.55	0.51	4.50	0.51	3.02*	0.02	(1,2)
3	โรงเรียนมีสื่อการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับวัย	4.49	0.59	4.30	0.62	4.26	0.74	4.52	0.57	4.29	0.62	2.06	0.09	
4	โรงเรียนมีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการศึกษาระดับปฐมวัยอยู่เสมอ	4.42	0.58	4.28	0.62	4.32	0.74	4.52	0.57	4.35	0.60	0.97	0.43	
5	ความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียน	4.58	0.53	4.33	0.61	4.45	0.64	4.48	0.62	4.35	0.64	1.81	0.13	

ตาราง 20 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
6	นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์ดี	4.43	0.59	4.30	0.66	4.29	0.62	4.42	0.50	4.29	0.54	0.86	0.49	
	รวมเฉลี่ย	4.50	0.43	4.30	4.33	4.52	0.40	4.37	0.46	4.38	0.48	2.46*	0.05	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 2 เรื่อง ได้แก่

เรื่องโรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ มีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพรับจ้าง

เรื่องโรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านราคา

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
1	โรงเรียนกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม	4.32	0.62	4.25	0.72	4.14	0.68	4.39	0.66	4.42	0.65	1.98	0.10	
2	เงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม	4.35	0.57	4.20	0.71	4.15	0.75	4.30	0.73	4.38	0.57	1.52	0.20	
3	โรงเรียนมีการกำหนดอัตราค่าบริการอื่นๆ นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการศึกษาของโรงเรียนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม เช่น ค่าอาหารกลางวัน ค่าเรียนเสริมด้านภาษา ค่าเรียนคอมพิวเตอร์ ค่าเรียนว่ายน้ำ ค่าประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น	4.37	0.76	4.16	0.83	4.02	0.85	4.12	0.74	4.38	0.57	2.96*	0.02	(1,3) (5,3)

ตาราง 21 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
4	โรงเรียนมีการมอบทุนการศึกษาเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าเล่าเรียน	4.15	0.85	4.10	0.80	3.80	0.92	4.21	0.74	4.02	0.84	2.80*	0.03	(1,3) (2,3) (4,3)
5	โรงเรียนมีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา	4.26	0.91	4.25	0.72	4.25	0.76	4.48	0.57	4.25	0.81	0.69	0.60	
	รวมเฉลี่ย	4.29	0.54	4.19	0.57	4.07	0.61	4.30	0.50	4.29	0.49	2.46*	0.05	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 2 เรื่อง ได้แก่

เรื่องโรงเรียนมีการกำหนดอัตราค่าบริการอื่นๆนอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการศึกษาของโรงเรียนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม เช่น ค่าอาหารกลางวัน ค่าเรียนเสริมด้านภาษา ค่าเรียนคอมพิวเตอร์ ค่าเรียนว่ายน้ำ ค่าประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่นๆมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพรับจ้าง

เรื่องโรงเรียนมีการมอบทุนการศึกษาเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าเล่าเรียน โดยผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ มีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพรับจ้าง

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
1	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	4.29	0.72	4.17	0.79	4.28	0.74	4.45	0.62	4.19	0.67	1.05	0.38	
2	มีการใช้สื่อต่างๆในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ , หนังสือพิมพ์ , อินเตอร์เน็ต	4.28	0.78	4.19	0.82	4.29	0.74	4.36	0.70	4.19	0.76	0.51	0.73	
3	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาการจัดการเรียนการสอน	4.23	0.72	4.16	0.68	4.15	0.76	4.36	0.70	4.13	0.64	0.76	0.56	
4	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณากิจกรรมของโรงเรียนอย่างหลากหลาย	4.37	0.68	4.16	0.75	4.20	0.72	4.30	0.68	4.17	0.63	1.08	0.37	
5	โรงเรียนมีการแจ้งข่าวสารต่างๆของโรงเรียนแก่ผู้ปกครอง	4.48	0.59	4.42	0.65	4.47	0.60	4.58	0.61	4.31	0.66	1.05	0.38	

ตาราง 22 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
6	โรงเรียนให้การสนับสนุน ร่วมมือ และอำนวยความสะดวกในโอกาสที่ผู้ปกครองหรือชุมชนขอความอนุเคราะห์	4.31	0.66	427	0.74	4.26	0.68	4.42	0.61	4.21	0.68	0.55	0.70	
7	โรงเรียนรับฟังความเห็นของผู้ปกครองและนำไปปรับปรุงแก้ไข	4.45	0.66	4.23	0.75	4.23	0.75	4.39	0.61	4.21	0.74	1.40	0.24	
8	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมมอบทุนการศึกษาและรางวัลต่างๆ (เช่น รางวัลเรียนดี มารยาทดี ครอบครัวดีเด่น ฯลฯ ให้กับนักเรียน)	4.29	0.77	4.09	0.76	4.08	0.78	4.21	0.82	4.17	0.75	0.97	0.43	
	รวมเฉลี่ย	4.34	0.53	4.21	0.58	4.25	0.56	4.39	0.51	4.20	0.54	1.09	0.36	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
1	มีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง	4.42	0.66	4.22	0.65	4.28	0.66	4.45	0.67	4.33	0.66	1.25	0.29	
2	ที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง	4.43	0.71	4.32	0.65	4.25	0.69	4.36	0.74	4.38	0.73	0.79	0.54	
3	ประหยัดเวลาในการเดินทางมาโรงเรียน	4.38	0.68	4.28	0.64	4.24	0.62	4.33	0.65	4.35	0.73	0.61	0.65	
4	สถานที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ	4.09	0.81	3.93	1.02	3.79	0.96	3.91	0.95	3.90	0.86	1.06	0.38	

ตาราง 23 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
5	โรงเรียนมีบริการรถรับ-ส่งที่ปลอดภัย สภาพรถดี มีครูควบคุมดูแลนักเรียน	4.29	0.81	4.15	0.88	4.30	0.78	4.45	0.71	4.33	0.75	1.02	0.40	
6	การบริการเมื่อผู้ปกครองไปติดต่อที่โรงเรียน	4.46	0.61	4.30	0.73	4.34	0.61	4.55	0.62	4.31	0.69	1.33	0.26	
7	โรงเรียนมีระบบงาน การบริการและการอำนวยความสะดวกรวดเร็ว	4.34	0.59	4.25	0.77	4.23	0.63	4.48	0.62	4.29	0.68	1.09	0.36	
8	โรงเรียนมีจัดทำบัตรประจำตัวเพื่อใช้ในการ รับ-ส่ง บุตรหลาน	4.03	0.83	3.93	089	3.76	1.03	4.06	1.03	3.90	0.86	1.21	0.31	
	รวมเฉลี่ย	4.31	0.52	4.17	0.57	4.15	0.54	4.33	0.57	4.22	0.57	1.32	0.26	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านบุคคล

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
1	ความรู้ความสามารถของผู้บริหาร	4.74	0.48	4.57	0.55	4.50	0.59	4.67	0.54	4.50	0.58	2.39	0.05	
2	ความรู้ความสามารถของครู	4.60	0.55	4.47	0.57	4.36	0.71	4.58	0.61	4.42	0.58	1.94	0.10	
3	มีครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา	4.42	0.88	4.14	1.08	4.21	0.93	4.30	1.05	4.48	0.62	1.55	0.19	
4	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้ตรงตามวุฒิ	4.45	0.66	4.16	0.81	4.13	0.83	4.27	0.91	4.27	0.71	1.94	0.10	
5	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้เหมาะสมต่อจำนวนนักเรียน	4.48	0.64	4.31	0.72	4.28	0.74	4.52	0.57	4.33	0.69	1.40	0.23	
6	ครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัย	4.51	0.64	4.30	0.68	4.27	0.70	4.58	0.56	4.42	0.61	2.50*	0.04	(1,3) (4,2) (4,3)

ตาราง 24 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
7	บุคลากร มีความสามัคคี มีน้ำใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	4.49	0.71	4.33	0.67	4.28	0.66	4.45	0.62	4.42	0.57	1.38	0.24	
8	บุคลากร มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง	4.58	0.61	4.47	0.61	4.42	0.73	4.70	0.53	4.44	0.54	1.67	0.16	
	รวมเฉลี่ย	4.53	0.50	4.34	0.56	4.30	0.54	4.51	0.51	4.41	0.50	2.52*	0.04	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ด้านบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 1 เรื่อง ดังนี้

เรื่องครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัย โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและลูกจ้างหน่วยงานราชการมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพรับจ้าง และผู้ปกครองที่มีลูกจ้างหน่วยงานราชการมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว

ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านกระบวนการให้บริการ

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
1	โรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.48	0.53	4.38	0.56	4.38	0.62	4.58	0.56	4.46	0.62	0.96	0.43	
2	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมให้นักเรียนได้มีความสามารถในด้านต่างๆนอกโรงเรียน	4.26	0.57	4.19	0.78	4.33	0.62	4.39	0.66	4.35	0.60	0.98	0.42	
3	มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริง	4.42	0.56	4.30	0.66	4.19	0.73	4.55	0.56	4.42	0.65	2.75*	0.03	(1,3) (3,4) (3,5)

ตาราง 25 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
4	ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการวางแผนการเรียนรู้ของนักเรียน	4.23	0.68	4.10	0.89	4.08	0.77	4.30	0.81	4.23	0.66	0.93	0.45	
5	มีการอำนวยความสะดวกเมื่อผู้ปกครองมาร่วมกิจกรรมของโรงเรียน	4.38	0.60	4.28	0.73	4.39	0.59	4.55	0.56	4.46	0.58	1.24	0.30	
6	โรงเรียนจัดชั้นเรียนให้มีจำนวนนักเรียนเป็นไปตามเกณฑ์	4.49	0.56	4.25	0.70	4.31	0.70	4.52	0.67	4.38	0.61	1.86	0.12	
7	โรงเรียนมีการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย	4.37	0.60	4.28	0.60	4.34	0.64	4.48	0.62	4.35	0.64	0.65	0.63	

ตาราง 25 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
8	โรงเรียนมีการวัดผลการเรียนตามสภาพจริงของนักเรียน	4.54	0.56	4.31	0.61	4.35	0.68	4.52	0.67	4.44	0.65	1.69	0.15	
	รวมเฉลี่ย	4.40	0.45	4.26	0.57	4.30	0.55	4.48	0.50	4.39	0.53	1.53	0.19	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 1 เรื่อง ดังนี้

เรื่องมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริง โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพรับจ้าง ผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้างมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการและอาชีพอื่นๆ

ตาราง 26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ด้านลักษณะทางกายภาพ

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
1	โรงเรียนมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.60	0.58	4.40	0.61	4.49	0.64	4.61	0.61	4.50	0.72	1.21	0.31	
2	โรงเรียนมีความสวยงาม ร่มรื่นสะอาด	4.55	0.59	4.36	0.62	4.46	0.66	4.45	0.67	4.48	0.71	0.86	0.49	
3	โรงเรียนจัดบริเวณภายในโรงเรียนได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นอาคารเรียน ที่พักผ่อน ที่จอดรถ ที่ทำกิจกรรมต่างๆ	4.42	0.71	4.25	0.72	4.25	0.73	4.42	0.75	4.27	0.64	0.95	0.44	
4	ภายในโรงเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ	4.46	0.64	4.30	0.73	4.34	0.74	4.45	0.67	4.38	0.61	0.69	0.60	
5	โรงเรียนมีเครื่องเล่นและพื้นที่สนามเพียงพอต่อจำนวนนักเรียน	4.23	0.83	4.14	0.83	4.04	0.85	4.42	0.56	4.13	0.70	1.74	0.14	

ตาราง 26 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ[1] (n = 65)		ธุรกิจส่วนตัว[2] (n = 81)		รับจ้าง[3] (n = 112)		ลูกจ้างหน่วยงานราชการ[4] (n = 33)		อื่นๆ[5] (n = 48)		F - test	P	เปรียบเทียบรายคู่
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
6	โรงเรียนมีระบบป้องกันอัคคีภัย มีอุปกรณ์ดับเพลิงอยู่ในสภาพที่ดี	4.35	0.74	4.15	0.74	4.23	0.75	4.48	0.67	4.23	0.72	1.57	0.18	
7	ภายในห้องเรียนมีอากาศถ่ายเทสะดวก	4.40	0.73	4.30	0.75	4.36	0.70	4.48	0.57	4.27	0.74	0.65	0.63	
8	ภายในห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ	4.40	0.81	4.32	0.72	4.37	0.72	4.55	0.62	4.33	0.72	0.62	0.65	
9	ภายในห้องเรียนมีห้องน้ำสุขภัณฑ์ที่เด็กสามารถใช้ด้วยตนเองได้	4.42	0.79	4.16	0.84	4.13	0.92	4.42	0.71	4.19	0.76	1.79	0.13	
10	โรงอาหารสะอาดถูกหลักอนามัย	4.48	0.62	4.26	0.65	4.18	0.79	4.39	0.70	4.23	0.78	2.08	0.08	
11	ทัศนียภาพรอบๆโรงเรียนเหมาะสม	4.55	0.56	4.20	0.75	4.28	0.71	4.36	0.65	4.31	0.66	2.71*	0.03	(1,2)
	รวมเฉลี่ย	4.44	0.55	4.26	0.58	4.28	0.58	4.46	0.50	4.30	0.56	1.64	0.16	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 1 เรื่อง ดังนี้

เรื่องทัศนียภาพรอบๆโรงเรียนเหมาะสม โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว

มหาวิทยาลัยนเรศวร

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตาม ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน และอาชีพของผู้ปกครอง

ประชากร ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ในปีการศึกษา 2559 จำนวน 3,465 คน จากโรงเรียนเอกชนจำนวน 21 โรงเรียน ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ในปีการศึกษา 2559 จำนวน 346 คน ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) ตามสัดส่วนของ ผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยในแต่ละโรงเรียน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 ถามความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ลักษณะเป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ผลการหาค่า IOC ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ปกครองนักเรียน ลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (open-ended question)

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดย ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก

ผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยของโรงเรียน และผู้วิจัยส่งหนังสือขอเก็บข้อมูล พร้อมส่งแบบสอบถามถึงผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความร่วมมือจากผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยของโรงเรียน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและบางส่วนเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้บริการทางไปรษณีย์ จำนวน 346 ฉบับ ได้รับคืน จำนวน 339 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.98 วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การทดสอบค่าที (t-test Independent samples) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่าง ทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ่ (Scheffe's method)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ปรากฏผลดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรกได้แก่ เรื่องความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียน รองลงมาได้แก่ เรื่องโรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี และเรื่องโรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้ ตามลำดับ

1.2 ด้านราคา พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรกได้แก่ โรงเรียนกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม เรื่องโรงเรียนมีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา และเรื่องเงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม ตามลำดับ

1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรกได้แก่ เรื่องโรงเรียนมีการแจ้งข่าวสารต่างๆของโรงเรียนแก่ผู้ปกครอง เรื่องโรงเรียนรับฟังความเห็นของผู้ปกครองและนำไปปรับปรุงแก้ไข และเรื่องโรงเรียนให้การสนับสนุน ร่วมมือ และอำนวยความสะดวกในโอกาสที่ผู้ปกครองหรือชุมชนขอความอนุเคราะห์ ตามลำดับ

1.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องการบริการเมื่อผู้ปกครองไปติดต่อที่โรงเรียน เรื่องที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง และเรื่องมีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง ตามลำดับ

1.5 ด้านบุคคล พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด 1 เรื่อง ได้แก่ เรื่องความรู้ความสามารถของผู้บริหาร และผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมาก โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องบุคลากรมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง เรื่องความรู้ความสามารถของครู เรื่องครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัย และเรื่องบุคลากร มีความสามัคคี มีน้ำใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตามลำดับ

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องโรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เรื่องโรงเรียนมีการวัดผลการเรียนตามสภาพจริงของนักเรียน และเรื่องมีการอำนวยความสะดวกเมื่อผู้ปกครองมาร่วมกิจกรรมของโรงเรียน ตามลำดับ

1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม

มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องโรงเรียนมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เรื่องโรงเรียนมีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด และเรื่องภายในโรงเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ปรากฏผลดังนี้

2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.1.2 ด้านราคา พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.1.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในเรื่องมีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง ส่วนเรื่องอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.1.5 ด้านบุคคล พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน

ระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในเรื่องมีครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา ส่วนเรื่องอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ใน 3 ด้าน ดังนี้

2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้างมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 2 เรื่อง ได้แก่

เรื่องโรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ มีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพรับจ้าง

เรื่องโรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว

2.2.2 ด้านราคา โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ และอาชีพอื่นๆ มีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 2 เรื่อง ได้แก่

เรื่องโรงเรียนมีการกำหนดอัตราค่าบริการอื่นๆนอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการศึกษาของโรงเรียนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม เช่น ค่าอาหารกลางวัน ค่าเรียนเสริมด้านภาษา ค่าเรียนคอมพิวเตอร์ ค่าเรียนว่ายน้ำ ค่าประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่นๆมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพรับจ้าง

เรื่องโรงเรียนมีการมอบทุนการศึกษาเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าเล่าเรียน โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ มีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพรับจ้าง

2.2.3 ด้านบุคคล โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพรับจ้าง เมื่อพิจารณารายเรื่อง พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 1 เรื่อง ดังนี้

เรื่องครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัย โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและลูกจ้างหน่วยงานราชการมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพรับจ้าง และผู้ปกครองที่มีลูกจ้างหน่วยงานราชการมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว

ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ปกครองมีความต้องการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

จากสรุปผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ผลการศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านบุคคล ผู้ปกครองมีความต้องการในเรื่องความรู้ความสามารถของผู้บริหารและครูสูงที่สุด เนื่องจาก ผู้ปกครองจะให้ความสำคัญกับความรู้ความสามารถของผู้บริหารและครู ผู้บริหารและครูยุคใหม่ต้องเป็นผู้นำทางวิชาการ มีความรู้และประสบการณ์สมกับเป็นผู้บริหาร บุคลากรที่เป็นครูมืออาชีพ และเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับเด็ก ผู้บริหารจะต้องมีความสามารถที่จะประสานการมีส่วนร่วมของครู ผู้ปกครอง กรรมการสถานศึกษา ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อสะดวกต่อการติดตามพฤติกรรมและพัฒนาการของบุตรหลาน เป็นการร่วมมือกันในการส่งเสริมความรู้ความสามารถของเด็ก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษา กิจนิเทศ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของผู้ปกครองคนไทยในการส่งบุตรเข้ารับการศึกษาในโรงเรียนอนุบาลนานาชาติแพรพ เขตห้วงขวาง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจของผู้ปกครองอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนี้ ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ด้านผู้เรียน ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านผู้บริหาร ด้านการบริหารและการจัดการ ตามลำดับ ซึ่งด้านผู้บริหาร คือ ผู้บริหารมีความสามารถในการตัดสินใจและแก้ปัญหาได้ดี ด้านบริหารและการจัดการ คือ กำหนดเป้าหมายมุ่งให้ผู้เรียนได้รับการศึกษาอย่างมีคุณภาพและเรียนรู้อย่างมีความสุข ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา คือ ครูที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการสอน

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองมีความต้องการในเรื่องความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียนสูงที่สุด เนื่องจาก ผู้ปกครองมีความไว้วางใจต่อโรงเรียนในการดูแลบุตรหลานของตน ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดผู้ปกครองให้เกิดความสนใจต่อโรงเรียนได้ รวมทั้งชื่อเสียงของโรงเรียน การแต่งกายของครู สภาพอาคารเรียน ห้องเรียนและห้องน้ำ ความสะอาดบริเวณโรงเรียนโดยรวม มีการจัดการเรียนการสอนที่ดีเหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) กล่าวว่า ส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์คือสินค้าและบริการนั้นต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงเรียนเอกชนคือ หลักสูตรการเรียนการสอน

อุปกรณ์การเรียนการสอนครูผู้สอนและภาพพจน์ของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ปกครองมีความต้องการในเรื่องโรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญสูงที่สุด เนื่องจาก ผู้ปกครองจะให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ของบุตรหลาน มุ่งหวังให้โรงเรียนมีการจัดการเรียนการสอน ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญที่เป็นจุดเริ่มของการพัฒนาผู้เรียนหลายๆ ด้าน เช่น คุณลักษณะด้านความรู้ความคิด ด้านการปฏิบัติและด้านอารมณ์ความรู้สึกจะได้รับการพัฒนาไปพร้อมๆ กัน ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรม ประสบการณ์เบื้องต้นของผู้เรียนควรเป็นประสบการณ์ในสภาพการณ์จริงมากกว่าจะเรียนรู้จากตำรา มุ่งให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริงเกิดการพัฒนาตนและสั่งสมคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมของประเทศชาติต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุณี บุญพิทักษ์ (2557) กล่าวว่า การเรียนรู้ของเด็กปฐมวัยเป็นสิ่งที่เกิดกับเด็กได้ตลอดเวลา เด็กเรียนรู้จากการเล่นกับสื่อหรือสิ่งของใกล้ตัว สังเกตธรรมชาติที่อยู่รอบตัว การพัฒนาเกิดขึ้นได้จากการที่เด็กมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตาดู หูฟัง จมูกดมกลิ่น ลิ้มชิมรส มือสัมผัส

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตาม ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียนและอาชีพของผู้ปกครอง

2.1 ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ในภาพรวมมีความต้องการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ปกครองที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน เนื่องจากผู้ปกครองส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง มีสถานที่ทำงานอยู่บริเวณใกล้โรงเรียน ประกอบกับการเดินทางการคมนาคมที่สะดวก ไม่ห่างไกลชุมชนมากเกินไป และประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการรับ-ส่ง นักเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญ์นรี วีณากร (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียน

ดนตรีเอกชน หลักสูตรวิชาขับร้อง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่า สถานที่ตั้งของโรงเรียนดนตรีเป็นปัจจัยที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญ เนื่องจากการเรียนดนตรีจะมีระยะเวลาการรอคอยของบุตรหลานที่มาเรียน ดังนั้นผู้ปกครองต้องการความสะดวกสบาย จึงจะเป็นการดีมากหากโรงเรียนตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าและแหล่งชุมชน

2.2 ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ในภาพรวม มีความต้องการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านผลิตภัณฑ์ โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้างมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ เนื่องจากผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้างจะมีรายได้ที่ไม่แน่นอน จะส่งผลถึงฐานะทางครอบครัวและสถานะทางสังคมของผู้ปกครองต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลานตามศักยภาพที่มีเพื่อให้บุตรหลานได้รับการดูแลอย่างดีที่สุด ประกอบกับโรงเรียนได้รับการยอมรับ และส่วนใหญ่มีสถานที่ทำงานอยู่ใกล้กับโรงเรียน ทำให้ผู้ปกครองมองเห็นสภาพแวดล้อมของโรงเรียน รับรู้ข่าวสาร ของโรงเรียนได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า ส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์คือสินค้าและบริการนั้นต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงเรียนเอกชนคือ หลักสูตรการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอน ครูผู้สอนและภาพพจน์ของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม

ด้านราคา โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ และอาชีพอื่นๆ มีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง เนื่องจากผู้ปกครองที่มีอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการจะมีรายได้ที่ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ปกครองต้องคำนึงถึงอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าบริการอื่นๆของโรงเรียนที่จะส่งบุตรหลานเข้าเรียนเพื่อให้เหมาะสมกับรายได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and

Armstrong (2006; วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ, หน้า 68-70) กล่าวว่า อาชีพและสถานะทางเศรษฐกิจ นักการตลาดพยายามที่จะกำหนดกลุ่มอาชีพที่สนใจในสินค้าและบริการมากกว่ากลุ่มอื่นได้ กิจการอาจจะเป็นผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใดกลุ่มหนึ่ง สถานะทางเศรษฐกิจของบุคคลจะส่งผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์

ด้านบุคคล โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพรับจ้าง เนื่องจากผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นอาชีพที่มีสวัสดิการ มีรายได้มั่งคงและมีวุฒิภาวะทางการศึกษา จึงให้ความสำคัญกับผู้บริหาร ครู และบุคลากรของโรงเรียน มีความคาดหวังในความรู้ความสามารถของผู้บริหารเพราะผู้บริหารจะต้องมีความสามารถในการตัดสินใจและแก้ปัญหาได้ดี และในส่วนของครูผู้สอนเพราะครูผู้สอนจะเป็นผู้ถ่ายทอดความคิด ความรู้ ความสามารถให้กับบุตรหลานของตน การฝึกอบรมและพัฒนาตนเองสืบเนื่องไปถึงการพัฒนาการสอนอย่างสม่ำเสมอ จะเป็นส่วนดึงดูดให้ผู้ปกครองในทุกระดับเกิดความสนใจและมีความต้องการในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุษฎี จิรฉัตรมงคล (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกให้บุตรศึกษาในระดับอนุบาลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกให้บุตรศึกษาในระดับอนุบาล อันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านบุคลากร ได้แก่ ครูผู้สอนมีจรรยาบรรณในอาชีพของตนและครูผู้สอนมีความเสียสละและเอาใจใส่หน้าที่ของตน

ข้อเสนอแนะ

1. **ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้**

1.1 ควรมีการสร้างหลักสูตรที่เหมาะสม ผู้บริหารโรงเรียนควรส่งเสริมครูผู้สอนให้จัดประสบการณ์และกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้นักเรียนมีพัฒนาการทุกด้านเหมาะสมกับวัยของนักเรียน สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน

1.2 ควรกำหนดการเก็บเงินค่าธรรมเนียมการเรียนโดยคำนึงถึงความสามารถในการชำระเงินของผู้ปกครอง เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้าเรียน ควรให้ผู้ปกครองสามารถผ่อนชำระเงินค่าธรรมเนียม และค่าบริการต่างๆ

1.3 ควรจัดประชาสัมพันธ์ให้ศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาหรือศิษย์ปัจจุบันได้รับทราบข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ต และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ ควรจัดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมร่วมกับชุมชนและผู้ที่มี

สถานที่ทำงานใกล้โรงเรียน โดยจัดนิทรรศการผลงานของนักเรียน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโรงเรียนเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักเรียนให้กับโรงเรียน

1.4 ควรจัดประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักเรียนแก่บุคคลทั่วไปที่สนใจนำบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัย ควรจัดสถานที่และบริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มาติดต่อโรงเรียน

1.5 ผู้บริหารควรมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีศักยภาพสูง ทั้งการกำกับดูแล ช่วยเหลือ ชี้แนะและให้การสนับสนุน มีการประสานงานและการดึงศักยภาพของบุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องให้มีส่วนร่วมในงานและกิจการของสถานศึกษาได้เป็นอย่างดี มีการประสานความคิดในการทำงานได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างความเข้าใจร่วมกับบุคลากรและประสานสัมพันธ์กับบุคลากรทุกฝ่ายได้ด้วยดี

1.6 ควรจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการฝึกหัดครูรวมถึงการพัฒนาแนวการสอนด้วนการผลิตสื่อการสอน เน้นให้ผู้เรียนกล้าคิดกล้าแสดงออกและกล้าแสดงความคิดเห็น ควรจัดให้มีการเรียนการสอนจัดหลักสูตรและการเรียนการสอนในเรื่องของภาษาต่างประเทศ เช่น มีครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา

1.7 ควรเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย สร้างความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของโรงเรียน โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจ แก่ผู้ที่รับผิดชอบ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยในโรงเรียน

2. **ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

2.1 ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

2.2 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของผู้บริหารสถานศึกษากับการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2545). *รูปแบบการเรียนการสอนปฐมวัยศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิ สัน เพรสโปรดักส์.

จันทนา สุวรรณดุก. (2552). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของ ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่* (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ฉัตรวิไล สุรินทร์ชมพู. (2554). *ศึกษาความต้องการของผู้ปกครองต่อการจัดการศึกษาปฐมวัย โรงเรียนอนุบาลเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดเลย เขต 1* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดุษฎี จิรฉัตรมงคล. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกให้บุตรศึกษาในระดับอนุบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย* (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธัญญ์นรี วีณากร. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนดนตรีเอกชน หลักสูตรวิชาขับร้อง ในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นุชลี อุปภัย. (2555). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภาเนตร ธรรมบวร (2545). *การพัฒนากระบวนการคิดในเด็กปฐมวัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยสาสน์.

ปนิตา อุบลน้อย. (2554). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในระดับประถมศึกษา (หลักสูตรสองภาษา) ของโรงเรียนอรุณประดิษฐ์ จังหวัดเพชรบุรี* (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภารดี อนันต์นาวี. (2553). *หลักการ แนวคิด ทฤษฎีทางการบริหารการศึกษา*. ชลบุรี: มนตรี.

เยาวพา เดชะคุปต์. (2542). *การศึกษาปฐมวัย*. กรุงเทพฯ: แม็ค.

เยาวพา เดชะคุปต์. (2542). *การบริหารและการนิเทศการศึกษาปฐมวัย*. กรุงเทพฯ: แม็ค.

ราศี ทองสวัสดิ์. (2537). ขอบข่ายการบริหารงานวิชาการ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการการบริหารสถานศึกษาปฐมวัย*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วารุณี ตันติวงศ์วาณิช, นิภา นิรุตติกุล, สุนทรี เหล่าพัดจัน, พรพรหม พรหมเพศ, นิตยา งามแดน, และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์. (2552). *Principles of Marketing หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน.* กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

วรรณ์วรีย์ จันทร์ฉายรัศมี. (2554). *การเลือกโรงเรียนอนุบาลของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยในเครือจิมโบรี เพลย์ แอนด์ มิวสิค* (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศินีนาถ เรืองประพันธ์. (2553). *แรงจูงใจของผู้ปกครองในการนำนักเรียนเข้าศึกษาต่อระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1* (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และปริญ ลักษิตานนท์ศุภร. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด.* กรุงเทพฯ: ธีระฟิลม์และโซเท็กซ์.

สุณี บุญพิทักษ์. (2557). *วิจัยในชั้นเรียน หลักปฏิบัติจากประสบการณ์.* กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2547). *คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2546 (สำหรับเด็กอายุ 3-5 ปี).* กรุงเทพฯ: คุรุสภาลาดพร้าว.

อุษา กิจนิเทศ. (2555). *การตัดสินใจของผู้ปกครองคนไทยในการส่งบุตรเข้ารับการศึกษาในโรงเรียนอนุบาลนานาชาติแพรพ เขตห้วงขวาง กรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Zeithaml, V., & Bitner, M.J. (2000). *Service Marketing. Intregrating Customer Focus Across the Firm* (2 nd ed.). New York: Irwn Mcgraw – Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยนี้มีวัตถุประสงเพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ผู้วิจัย

นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์

หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ตอนที่ 1 ถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามสภาพความเป็นจริง

1. ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน จำแนกเป็น

☐ ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง

☐ ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป

2. อาชีพของผู้ปกครอง จำแนกเป็น

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ ธุรกิจส่วนตัว

☐ รับจ้าง

☐ ลูกจ้างหน่วยงานราชการ

☐ อื่นๆ

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ตอนที่ 2 ถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามสภาพความเป็นจริง

ระดับ 5 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
1. ด้านผลิตภัณฑ์						
1	โรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้					
2	โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี					
3	โรงเรียนมีสื่อการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับวัย					
4	โรงเรียนมีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการศึกษาระดับปฐมวัยอยู่เสมอ					
5	ความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียน					
6	นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์ดี					
2. ด้านราคา						
1	โรงเรียนกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม					
2	เงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม					
3	โรงเรียนมีการกำหนดอัตราค่าบริการอื่นๆนอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการศึกษาของโรงเรียนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม เช่น ค่าอาหารกลางวัน ค่าเรียนเสริมด้านภาษา ค่าเรียนคอมพิวเตอร์ ค่าเรียนว่ายน้ำ ค่าประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น					

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
2. ด้านราคา (ต่อ)						
4	โรงเรียนมีการมอบทุนการศึกษาเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าเล่าเรียน					
5	โรงเรียนมีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา					
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด						
1	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง					
2	มีการใช้สื่อต่างๆในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ , หนังสือพิมพ์ , อินเตอร์เน็ต					
3	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาการจัดการเรียนการสอน					
4	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณากิจกรรมของโรงเรียนอย่างหลากหลาย					
5	โรงเรียนมีการแจ้งข่าวสารต่างๆของโรงเรียนแก่ผู้ปกครอง					
6	โรงเรียนให้การสนับสนุน ร่วมมือ และอำนวยความสะดวกในโอกาสที่ผู้ปกครองหรือชุมชนขอความอนุเคราะห์					
7	โรงเรียนรับฟังความเห็นของผู้ปกครองและนำไปปรับปรุงแก้ไข					
8	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมมอบทุนการศึกษาและรางวัลต่างๆ (เช่น รางวัลเรียนดี มารยาทดี ครอบครัวดีเด่น ฯลฯ ให้กับนักเรียน)					
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
1	มีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง					
2	ที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง					
3	ประหยัดเวลาในการเดินทางมาโรงเรียน					
4	สถานที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ					
5	โรงเรียนมีบริการรถรับ-ส่ง ที่ปลอดภัย สภาพรถดี มีครูควบคุมดูแลนักเรียน					

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ)						
6	การบริการเมื่อผู้ปกครองไปติดต่อที่โรงเรียน					
7	โรงเรียนมีระบบงาน การบริการและการอำนวยความสะดวกรวดเร็ว					
8	โรงเรียนมีจัดทำบัตรประจำตัวเพื่อใช้ในการ รับ-ส่ง บุตรหลาน					
5. ด้านบุคคล						
1	ความรู้ความสามารถของผู้บริหาร					
2	ความรู้ความสามารถของครู					
3	มีครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา					
4	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้ตรงตามวุฒิ					
5	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้เหมาะสมต่อจำนวนนักเรียน					
6	ครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัย					
7	บุคลากร มีความสามัคคี มีน้ำใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน					
8	บุคลากร มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง					
6. ด้านกระบวนการให้บริการ						
1	โรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ					
2	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมให้นักเรียนได้มีความสามารถในด้านต่างๆนอกโรงเรียน					
3	มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริง					
4	ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการวางแผนการเรียนรู้ของนักเรียน					
5	มีการอำนวยความสะดวกเมื่อผู้ปกครองมาร่วมกิจกรรมของโรงเรียน					
6	โรงเรียนจัดชั้นเรียนให้มีจำนวนนักเรียนเป็นไปตามเกณฑ์					
7	โรงเรียนมีการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย					

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (ต่อ)						
8	โรงเรียนมีการวัดผลการเรียนตามสภาพจริงของนักเรียน					
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ						
1	โรงเรียนมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี					
2	โรงเรียนมีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด					
3	โรงเรียนจัดบริเวณภายในโรงเรียนได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นอาคารเรียน ที่พักผ่อน ที่จอดรถ ที่ทำกิจกรรมต่างๆ					
4	ภายในโรงเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ					
5	โรงเรียนมีเครื่องเล่นและพื้นที่สนามเพียงพอต่อจำนวนนักเรียน					
6	โรงเรียนมีระบบป้องกันอัคคีภัย มีอุปกรณ์ดับเพลิงอยู่ในสภาพที่ดี					
7	ภายในห้องเรียนมีอากาศถ่ายเทสะดวก					
8	ภายในห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ					
9	ภายในห้องเรียนมีห้องน้ำสุขภัณฑ์ที่เด็กสามารถใช้ด้วยตนเองได้					
10	โรงอาหารสะอาดถูกหลักอนามัย					
11	ทัศนียภาพรอบๆโรงเรียนเหมาะสม					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ปกครองเกี่ยวกับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่บุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 (ถ้ามีโปรดระบุ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ตารางแสดงการพิจารณาความสอดคล้อง

ระหว่างนิยามศัพท์เฉพาะกับข้อคำถามเพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

เรื่อง ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยนี้มีวัตถุประสงเพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์

หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบสอบถามเกี่ยวกับ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			IOC	ความหมาย
		1	2	3		
1. **ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียน** หมายถึง ระยะเวลาในการเดินทางของนักเรียนจากบ้านที่พักอาศัยมาถึงโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1						
1	ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	ครึ่งชั่วโมงขึ้นไป	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. **อาชีพ** หมายถึง อาชีพของผู้ปกครองนักเรียนที่ส่งนักเรียนเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1						
1	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	ธุรกิจส่วนตัว	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3	รับจ้าง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4	ลูกจ้างหน่วยงานราชการ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	อื่นๆ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบสอบถามเกี่ยวกับ

ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			IOC	ความหมาย
		1	2	3		
1. **ด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง การจัดการศึกษาระดับปฐมวัยของโรงเรียนเอกชนที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษา ประกอบด้วย ปรัชญาและเป้าหมายของโรงเรียน ภาพพจน์ของโรงเรียน อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอน สัมฤทธิผลของผู้เรียน						
1	โรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี	+1	0	+1	0.67	ใช้ได้
3	โรงเรียนมีสื่อการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับวัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4	โรงเรียนมีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการศึกษาระดับปฐมวัยอยู่เสมอ	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้
5	ความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6	นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์ดี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. **ด้านราคา** หมายถึง ค่าตอบแทนที่ผู้ปกครองยอมรับและเห็นว่าคุ้มค่า สำหรับการได้มาซึ่งคุณภาพของบริการและคุณภาพของนักเรียน ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมการเรียน ค่าอาหารและค่าบริหารต่างๆ การให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียน ระยะเวลาในการให้เครดิต						
1	โรงเรียนกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	เงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			IOC	ความหมาย
		1	2	3		
3	**โรงเรียนมีการกำหนดอัตราค่าบริการอื่นๆ** นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการศึกษาของโรงเรียนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม เช่น ค่าอาหารกลางวัน ค่าเรียนเสริมด้านภาษา ค่าเรียนคอมพิวเตอร์ ค่าเรียนว่ายน้ำ ค่าประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น	+1	+1	+1	1.00	**ใช้ได้**
4	โรงเรียนมีการมอบทุนการศึกษาเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าเล่าเรียน	+1	+1	+1	1.00	**ใช้ได้**
5	โรงเรียนมีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา	+1	+1	+1	1.00	**ใช้ได้**
3. **ด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง กิจกรรมที่ใช้ความพยายามจูงใจให้เกิดความศรัทธาเชื่อถือการจัดการศึกษาของโรงเรียน และให้ผู้ปกครองรู้จักยอมรับเกิดความพึงพอใจในการบริหารโรงเรียน และคุณภาพของนักเรียน ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง					
1	โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	+1	+1	+1	1.00	**ใช้ได้**
2	มีการใช้สื่อต่างๆในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ , หนังสือพิมพ์ , อินเตอร์เน็ต	+1	+1	+1	1.00	**ใช้ได้**
3	**โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณาการจัดการเรียนการสอน**	+1	+1	+1	1.00	**ใช้ได้**
4	**โรงเรียนมีการจัดทำสื่อโฆษณากิจกรรมของโรงเรียนอย่างหลากหลาย**	+1	+1	+1	1.00	**ใช้ได้**
5	**โรงเรียนมีการแจ้งข่าวสารต่างๆของโรงเรียนแก่ผู้ปกครอง**	+1	+1	+1	1.00	**ใช้ได้**

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			IOC	ความหมาย
		1	2	3		
6	**โรงเรียนให้การสนับสนุน ร่วมมือ และอำนวยความ**สะดวกในโอกาสที่ผู้ปกครองหรือชุมชนขอความอนุเคราะห์	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7	โรงเรียนรับฟังความเห็นของผู้ปกครองและนำไปปรับปรุงแก้ไข	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้
8	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมมอบทุนการศึกษาและรางวัลต่างๆ (เช่น รางวัลเรียนดี มารยาทดี ครอบครัวดีเด่น ฯลฯ ให้กับนักเรียน)	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความต้องการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองนักเรียน ประกอบด้วย การบริการ ทำเลที่ตั้งโรงเรียน สถานที่จอดรถ รถรับส่งของโรงเรียน						
1	มีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	ที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3	ประหยัดเวลาในการเดินทางมาโรงเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4	สถานที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	โรงเรียนมีบริการรถรับ-ส่ง ที่ปลอดภัย สภาพรถดี มีครูควบคุมดูแลนักเรียน	+1	0	+1	0.67	ใช้ได้
6	การบริการเมื่อผู้ปกครองไปติดต่อที่โรงเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7	โรงเรียนมีระบบงาน การบริการและการอำนวยความสะดวกรวดเร็ว	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
8	โรงเรียนมีจัดทำบัตรประจำตัวเพื่อใช้ในการ รับ-ส่งบุตรหลาน	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			IOC	ความหมาย
		1	2	3		
5. ด้านบุคคล หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกฝ่ายของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1						
1	ความรู้ความสามารถของผู้บริหาร	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	ความรู้ความสามารถของครู	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3	มีครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้ตรงตามวุฒิ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	โรงเรียนมีการจัดครูผู้สอนให้เหมาะสมต่อจำนวนนักเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6	ครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7	บุคลากร มีความสามัคคี มีน้ำใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
8	บุคลากร มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านบริการของโรงเรียนเอกชน ประกอบด้วย กระบวนการเรียนการสอน กิจกรรมพัฒนานักเรียน การบริหารจัดการ สัมพันธ์ชุมชน						
1	โรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมให้นักเรียนได้มีความสามารถในด้านต่างๆนอกโรงเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3	มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4	ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการวางแผนการเรียนรู้ของนักเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			IOC	ความหมาย
		1	2	3		
5	มีการอำนวยความสะดวกเมื่อผู้ปกครองมาร่วมกิจกรรมของโรงเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6	โรงเรียนจัดชั้นเรียนให้มีจำนวนนักเรียนเป็นไปตามเกณฑ์	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7	โรงเรียนมีการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
8	โรงเรียนมีการวัดผลการเรียนตามสภาพจริงของนักเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7. **ด้านลักษณะทางกายภาพ** หมายถึง การสร้างคุณภาพโดยรวม วิธีการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีเพื่อการบริการลูกค้า ประกอบด้วย ระบบความปลอดภัยของโรงเรียน การจัดอาคารให้ถูกสุขลักษณะ ห้องเรียนปรับอากาศ ความสะอาดในบริเวณโรงเรียนและในห้องเรียน ห้องน้ำ						
1	โรงเรียนมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้
2	โรงเรียนมีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3	โรงเรียนจัดบริเวณภายในโรงเรียนได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นอาคารเรียน ที่พักผ่อน ที่จอดรถ ที่ทำกิจกรรมต่างๆ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4	ภายในโรงเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	โรงเรียนมีเครื่องเล่นและพื้นที่สนามเพียงพอต่อจำนวนนักเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6	โรงเรียนมีระบบป้องกันอัคคีภัย มีอุปกรณ์ดับเพลิงอยู่ในสภาพที่ดี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			IOC	ความหมาย
		1	2	3		
7	ภายในห้องเรียนมีอากาศถ่ายเทสะดวก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
8	ภายในห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
9	ภายในห้องเรียนมีห้องน้ำสุขภัณฑ์ที่เด็กสามารถใช้ด้วยตนเองได้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
10	โรงอาหารสะอาดถูกหลักอนามัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
11	ทัศนียภาพรอบๆโรงเรียนเหมาะสม	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้

ภาคผนวก ค หนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานวิชาการ โทร. ๘๘๓๐

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/ว ๔๒๔๕ **วันที่** ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.จิติมา วรรณศรี

ด้วย นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์ รหัสประจำตัว ๕๘๐๖๕๐๐๑ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต ๑"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา จันทร์ศิลา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังที่แนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/ว ๔๒๔๕

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.ประจักษ์ ศรสาลี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย **นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๘๐๖๕๐๐๑ นิสิตระดับปริญญาโท **สาขาวิชา**การบริหารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยา**นิพนธ์** เรื่อง **"ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลาน**เข้าเรียน**ระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต ๑"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ **ดร.วิทยา** จันทร์ศิลา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียน**เชิญท่าน**เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย**นเรศวร**หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๘-๓๒
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖
๒. นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์
โทร ๐๙-๑๐๑๗-๔๓๗๐

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/ว ๔๒๔๕

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.ทักษ์ดนัย เพชรเภรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์ รหัสประจำตัว ๕๘๐๖๕๐๐๑ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต ๑**" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา จันทร์ศิลา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๘-๓๒
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖
๒. นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์
โทร ๐๙-๑๐๑๗-๔๑๗๐

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/ว ๔๒๔๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน

ด้วย **นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๘๐๖๕๐๐๑ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยา**นิพนธ์** เรื่อง **"ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลาน**เข้าเรียน**ระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต ๑"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา จันทร์ศิลา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากผู้ปกครอง**นักเรียน**ในโรงเรียนของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรด**อนุญาต**ให้นิสิตดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๘-๓๒
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖
๒. นางสาวไอรฎา นุ่มฤทธิ์
โทร ๐๙-๑๐๓๗-๔๓๗๐