

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

MARKETING MIX FACTOR AFFECTING THE SELECTION OF THE
PRIVATE KINDERGARTEN IN THE NORTHEAST

พรเทพ ไพศาล
PORNTHEP PAISARN

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2564

KMITL-2021-KBS-M-087-005

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**MARKETING MIX FACTOR AFFECTING THE SELECTION OF THE
PRIVATE KINDERGARTEN IN THE NORTHEAST**

PORNTHEP PAISARN

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS MANAGEMENT
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS
SCHOOL
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2021

KMITL-2021-KBS-M-087-005

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2021

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
นักศึกษา	นายพรเทพ ไพบาล
รหัสประจำตัว	61611003
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2564
อาจารย์ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด และแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดและแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ปกครองหรือผู้อุปการะของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 8 จังหวัด จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านช่องทางการติดต่ออยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านอาจารย์และบุคลากร ด้านหลักสูตรสื่อการสอน 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยที่ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านความต้องการความปลอดภัย ด้านความต้องการทางร่างกายและด้านความต้องการการยกย่องตามลำดับ และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ผู้ปกครองที่มีอายุ สถานภาพ อาชีพ และระดับการศึกษา แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) ผู้ปกครองที่มีอายุ และอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ผู้ปกครอง, โรงเรียนอนุบาลเอกชน, ส่วนประสมการตลาด, แรงจูงใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Marketing Mix Factor Affecting the Selection of the Private Kindergarten in The Northeast
Student	Mr. Pornthep Paisarn
Student ID	61611003
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2021
Thesis Advisor	Associate Professor Katanyu Hiransomboon

ABSTRACT

This research aims to 1) To study the level of opinions about the marketing mix factors and the motivation of parents to select a private kindergarten in the Northeast 2) To compare the opinion levels on marketing mix factors and parents' motivation for selecting private kindergartens in the Northeastern region classified by demographic factors. 400 questionnaires were used to get information from parents or sponsors of students studying in private kindergartens in 8 northeastern provinces. Statistics as percentage, average, standard deviation and One-way ANOVA were used.

The results showed that 1) The level of opinions about the marketing mix factor in selecting a private kindergarten in the Northeast The overall picture were at the highest level. The top three highest average ranking were communication channels, teachers and staff, and academic teaching course respectively. 2) The level of opinions about the parents' motivation in selecting a private kindergarten in the Northeastern region were at the highest level. The high average ranging were the need for success in life, the need for safety, physical needs and esteem need respectively. The hypothesis test found that 1) Parents with age, status, occupation, and educational level had different opinion levels on the marketing mix factors in selecting private kindergartens in the Northeast. statistically significant at the 0.05 level. and 2) Parents with different age and occupation had different levels of opinions about parents' motivation for selecting private kindergartens in the Northeast. statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Parents, Private Kindergartens, Marketing Mix, Motivation

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ โดยได้รับคำแนะนำและคำปรึกษาอย่างดียิ่งจาก รศ.กตัญญู หิรัญญูสมบูรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ซึ่งให้ความกรุณาในการให้คำปรึกษาแนะนำตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่านและกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ สำหรับการแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูล และตอบแบบสอบถามในทุกข้ออย่างสมบูรณ์ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านของคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ในการศึกษาครั้งนี้ นอกจากนี้ยังขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านของคณะที่ได้ช่วยดำเนินการเรื่องต่าง ๆ จนสำเร็จได้

สุดท้ายนี้ต้องขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่เป็นกำลังใจที่ดี และให้การสนับสนุนตลอดมาจนทำให้การศึกษารุ่นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

พรเทพ ไพศาล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	VI
สารบัญภาพ	X
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	4
1.3 สมมติฐานการศึกษา	4
1.4 กรอบแนวคิดของการศึกษา	5
1.5 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษา	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	24
3.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	24
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	29

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	36
4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	39
4.3 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	47
4.4 ข้อเสนอแนะของผู้ปกครองจากแบบสอบถาม	52
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	53
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	74
5.1 สรุปผลการวิจัย	74
5.2 การอภิปรายผล	81
5.3 ข้อเสนอแนะ	87
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	93
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	94
ประวัติผู้เขียน	102

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนโรงเรียนอนุบาลในพื้นที่ภาคอีสาน	2
3.1 จำนวนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและจำนวนตัวอย่าง	24
3.2 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ	27
3.3 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's alpha ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด	28
3.4 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's alpha ด้านแรงจูงใจของผู้ปกครอง	28
3.5 สมมติฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	30
3.6 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-Way ANOVA	34
4.1 ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	36
4.2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาพรวม	39
4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านหลักสูตร สื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	40
4.4 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านราคา	41
4.5 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านช่องทางการติดต่อ	42
4.6 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	43
4.7 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านอาจารย์และ บุคลากร	43
4.8 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านกระบวนการ ทำงาน	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.9 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านลักษณะทางกายภาพ	46
4.10 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาพรวม.....	47
4.11 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกาย	48
4.12 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการความปลอดภัย	49
4.13 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการด้านสังคม	50
4.14 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการการยกย่อง.....	51
4.15 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	51
4.16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ	54
4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี LSD	55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม สถานภาพ.....	56
4.19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม อาชีพ	57
4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการ เลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี LSD.....	59
4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม รายได้.....	60
4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	61
4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการ เลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี LSD.....	62
4.24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม จำนวนบุตร.....	63
4.25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของ ผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนก ตาม อายุ.....	64
4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือก โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี LSD.....	65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม สถานภาพ	66
4.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม อาชีพ.....	67
4.29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี LSD.....	69
4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม รายได้.....	70
4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	71
4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม จำนวนบุตร	72
5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	79
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	80

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	6



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะจะเป็นการวางรากฐานที่ดีที่จะสร้างเด็กคนหนึ่งให้เติบโตด้วยแนวความคิดและการใช้ชีวิต สามารถเติบโตเป็นบุคคลที่มีคุณภาพและไม่เป็นภาระต่อสังคม ซึ่งในประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อการศึกษาดังจะเห็นได้จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และแก้ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่2) พ.ศ.2545 ได้ระบุเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ทางการศึกษา มาตรา 10 การจัดการศึกษา ต้องจัดให้บุคคลมีสิทธิและโอกาสเสมอกันในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ไม่น้อยกว่าสิบสองปี ที่รัฐต้องจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย (กระทรวงศึกษาธิการ. 2545) ซึ่งคนเราในสมัยนี้จะสังเกตได้ว่าการมีบุตรน้อยลงแต่ต้องการให้บุตรได้รับการศึกษาที่ดีที่สุด

มีผลวิจัยระบุว่าการศึกษาในระหว่างช่วงแรกเกิดถึงอายุ 5 ปี ถือเป็นช่วงการศึกษาที่ดีที่สุดสำหรับการเรียนรู้ให้กับมนุษย์ทุกคน ซึ่งในช่วงอายุดังกล่าวนี้เด็กจำเป็นต้องได้รับการดูแลและเอาใจใส่เป็นอย่างมากจากผู้ปกครอง ต้องได้รับความรักที่ดี ให้ความอบอุ่นที่เป็นกันเอง สามารถช่วยแก้ไขปัญหามากมายให้กับเด็กได้ ไม่ควรตำหนิด้วยคำที่หยาบคายหรือแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เด็กในวัยนี้เป็นวัยแห่งการจดจำเมื่อเด็กได้พบเจออะไรใหม่ๆ ก็จะเกิดเป็นความเคยชินและรู้สึกรักว่าเป็นเรื่องปกติ ซึ่งเรื่องปกติที่ว่าถ้าเป็นในด้านดีก็ถือว่าเป็นรากฐานที่ดี แต่ถ้าหากว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดีก็จะทำให้เด็กนั้นจดจำและเอาไปใช้ในอนาคตได้ ด้วยเหตุผลต่างๆ ที่ว่ามานี้จึงเป็นสิ่งที่ทำให้คนทั่วโลกต่างก็ให้ความสนใจกับการศึกษาในเด็กปฐมวัยเป็นอย่างมาก ซึ่งการทำความเข้าใจและพร้อมที่จะเรียนรู้ไปกับการพัฒนาของเด็กวัยนี้ส่งผลให้เข้าใจในทักษะและกระบวนการเรียนรู้ได้อย่างยอดเยี่ยม ตรงจุดนี้เองที่ทำให้คนทั่วโลกที่เกี่ยวข้องกับด้านการศึกษาของเด็กปฐมวัยสามารถนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการพัฒนาหลักสูตรเพื่อสร้างความมั่นคงและสร้างรากฐานที่ดีให้กับเด็กๆ เหล่านี้ ประเด็นที่สำคัญในการให้ความสำคัญสำหรับเด็กปฐมวัยที่ทั่วโลกมีจุดประสงค์เดียวกันก็คือ ต่างก็อยากให้เด็กทุกคนนั้นได้เจริญเติบโตโดยพร้อมทั้งด้านของร่างกายและจิตใจ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่มีพื้นที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยมีจำนวนประชากรประมาณ 22.24 ล้านคน และมีจำนวนเด็กในวัย 3-5 ขวบประมาณ 686,962 คน (ระบบสถิติทางการ

ทะเบียน. 2562) มีโรงเรียนอนุบาลที่รองรับทั้งหมด 13,079 โรงเรียน ซึ่งแบ่งเป็นโรงเรียนรัฐบาลจำนวน 12,307 โรงเรียน และโรงเรียนเอกชนจำนวน 772 โรงเรียน แบ่งเป็นแต่ละจังหวัดในเขตพื้นที่ภาคอีสาน ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนโรงเรียนอนุบาลในพื้นที่ภาคอีสาน

จังหวัด	จำนวนเด็กอายุ 3-5 ปี (คน)	จำนวน โรงเรียนรัฐบาล (โรง)		จำนวน โรงเรียน เอกชน (โรง)
		สำนักงานคณะกรรมการ การศึกษาขั้นพื้นฐาน	องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	
กาฬสินธุ์	29,552	513	15	46
ขอนแก่น	53,888	937	45	118
ชัยภูมิ	34,500	677	19	34
นครพนม	22,861	432	12	21
นครราชสีมา	81,633	1,300	24	105
บึงกาฬ	14,651	209	7	3
บุรีรัมย์	52,422	837	13	24
มหาสารคาม	27,071	557	16	32
มุกดาหาร	11,369	245	5	9
ยโสธร	15,731	378	7	19
ร้อยเอ็ด	37,730	774	19	53
เลย	20,411	389	20	21
ศรีสะเกษ	46,456	846	19	27
สกลนคร	37,695	601	15	45
สุรินทร์	45,724	741	9	8
หนองคาย	15,982	254	10	36
หนองบัวลำภู	16,329	305	8	20
อำนาจเจริญ	11,570	249	7	11
อุดรธานี	49,568	760	23	54
อุบลราชธานี	61,819	984	26	86
รวมทั้งสิ้น	686,962	11,988	319	772

ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง , สำนักนโยบายและแผนการศึกษาขั้นพื้นฐาน , กองส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาท้องถิ่น , สำนักงานส่งเสริมการศึกษาเอกชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดการการศึกษาในภาคเอกชนจึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการที่จะช่วยแบ่งเบาภาระการให้บริการด้านการศึกษาของภาครัฐ นอกจากนี้ที่ภาคเอกชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาในระดับต่างๆ ยังได้มีการตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองและเด็กได้เป็นอย่างดี เช่น ความต้องการในด้านสภาพแวดล้อม ความต้องการในเชิงคุณภาพทางวิชาการ ความสามารถเฉพาะด้าน ด้านการอำนวยความสะดวกในการรับส่ง ด้านคุณธรรมและระเบียบวินัย และยังเป็นโรงเรียนอนุบาลยิ่งต้องมีการดูแลเอาใจใส่เด็กเล็กที่ยังอาจช่วยตัวเองไม่ได้ ทางโรงเรียนเอกชนจึงต้องมีความละเอียดรอบคอบในการคัดเลือกบุคลากรทั้งในด้านการบริการและด้านวิชาการ ซึ่งอาจจะเป็นข้อแตกต่างที่โรงเรียนเอกชนให้ความสำคัญในส่วนนี้

การที่โรงเรียนเอกชนจะมีการดำเนินกิจการจนอยู่รอดได้นั้น มีปัจจัยหลายๆ อย่างคือ มีการจัดการการศึกษาให้มีคุณภาพ โดยต้องมีการประกันคุณภาพระบบการบริหารจัดการการศึกษาของสถานศึกษาให้เป็นที่นิยม มีความน่าเชื่อถือ และได้รับความศรัทธาจากผู้ปกครอง ทำให้การบริหารการศึกษาของโรงเรียนเอกชนแตกต่างไปจากโรงเรียนรัฐบาล เพราะต้องเน้นไปในทางด้านวิชาการ ทางด้านปัจจัยการตลาด ทางด้านกระบวนการทางการตลาด รวมไปถึงในด้านของหลักเศรษฐศาสตร์ เนื่องจากธุรกิจการศึกษาของเอกชนไม่สามารถยอมให้มีการขาดทุนได้เหมือนกับของรัฐบาล เพราะในการลงทุนในธุรกิจการศึกษาของภาคเอกชนก็ต้องมีการมุ่งหวังในเรื่องของกำไร เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ เพื่อสามารถให้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้

ในปัจจุบันโรงเรียนเอกชนได้มีการจัดตั้งขึ้นมาอย่างเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยที่จะเห็นได้จากสถิติของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวน 4,225 แห่งในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวน 4,270 แห่งและในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 4,355 แห่งและโรงเรียนอนุบาลเอกชน (สามัญ) ในภาคอีสานมีจำนวน 772 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2559) ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนโรงเรียนเอกชนได้มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันสืบเนื่องมาจากกฎหมายและข้อบัญญัติที่ได้มีการเอื้อต่อหน่วยงานต่างๆ ให้ได้มีการเข้ามาลงทุนในด้านการศึกษาอย่างอิสระในทุกระดับ และทางด้านภาครัฐได้ให้ความช่วยเหลือในด้านอื่น เช่น การสนับสนุนทางการเงินตามความเหมาะสม หรือในการยกเว้นภาษีรวมทั้งด้านการสนับสนุนทางวิชาการ เพื่อให้ให้มีคุณภาพและสามารถพึ่งพาตนเองได้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดและแรงจูงใจของผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชน (สามัญ) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษาหรือผู้ที่สนใจเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการพัฒนาการจัดการการศึกษาให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ปกครอง เกิดความเชื่อมั่นต่อสถานศึกษานั้นและก่อให้เกิดคุณภาพหรือมาตรฐานในทุกๆ ด้าน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

1.2.4 เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

1.3 สมมุติฐานของการศึกษา

1.3.1 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

1.3.1.1 ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

1.3.1.2 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

1.3.1.3 ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

1.3.1.4 ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

1.3.1.5 ผู้ปกครองที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

1.3.1.6 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียนแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

1.3.2.1 ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

1.3.2.2 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

1.3.2.3 ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

1.3.2.4 ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

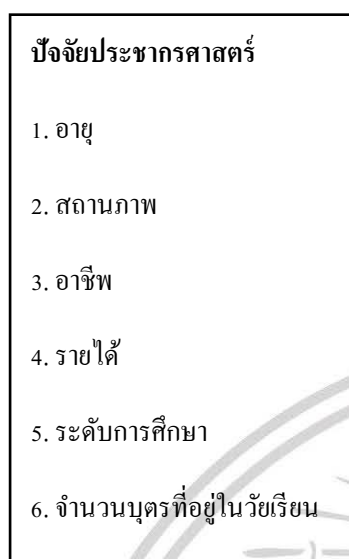
1.3.2.5 ผู้ปกครองที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

1.3.2.6 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียนแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

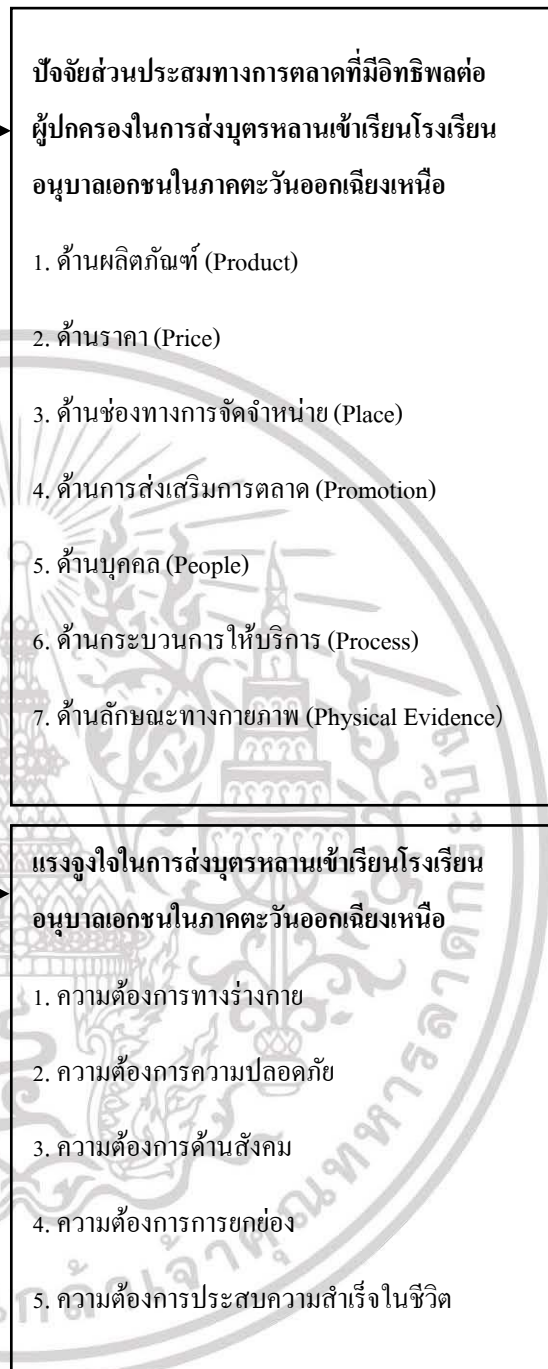
1.4 กรอบแนวความคิดในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดของส่วนประสมการตลาด และกระบวนการตัดสินใจ นำมาเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยได้ ดังนี้

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตการศึกษา

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.5.1.1 ตัวแปรต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยประชากรศาสตร์

1. อายุ
2. สถานภาพ
3. อาชีพ
4. รายได้
5. ระดับการศึกษา
6. จำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียน

1.5.1.2 ตัวแปรตาม

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคคล (People)
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

แรงจูงใจ

1. ความต้องการทางร่างกาย
2. ความต้องการความปลอดภัย
3. ความต้องการด้านสังคม
4. ความต้องการการยกย่อง
5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต

1.5.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนทุกระดับชั้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 จังหวัด ได้แก่ 1.จังหวัดกาฬสินธุ์ 2.จังหวัดขอนแก่น 3.จังหวัดนครราชสีมา 4.จังหวัดร้อยเอ็ด 5.จังหวัดสกลนคร 6.จังหวัดหนองคาย 7.จังหวัดอุดรธานี 8.จังหวัดอุบลราชธานี

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้เวลาดำเนินการเริ่มต้นเดือนพฤศจิกายน 2563 สิ้นสุดการดำเนินการในเดือน สิงหาคม 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาในครั้งนี้ได้มีการศึกษาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบไปด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ 1.จังหวัดกาฬสินธุ์ 2.จังหวัดขอนแก่น 3.จังหวัดนครราชสีมา 4.จังหวัดร้อยเอ็ด 5.จังหวัดสกลนคร 6.จังหวัดหนองคาย 7.จังหวัดอุดรธานี 8.จังหวัดอุบลราชธานี

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ปกครอง หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลเลี้ยงดูอุปการะและอบรมสั่งสอนเด็ก ซึ่งผู้ปกครอง อาจจะเป็นบิดา มารดา หรือผู้ที่บิดามารดาไว้วางใจจนฝากบุตรหลานมาอยู่ด้วย และมีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการศึกษาของเด็กในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้กับบุตรหลานของตน

โรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง สถานศึกษาที่จัดตั้งขึ้น โดยบุคคลหรือคณะบุคคลเพื่อ ดำเนินการจัดการศึกษาให้กับเด็กที่มีอายุระหว่าง 3 – 5 ปี ที่ดำเนินการสอนระดับก่อนประถมศึกษา ซึ่งรวมถึง โรงเรียนที่อาจเปิดสอนในระดับประถมศึกษา หรือมัธยมศึกษาควบคู่ไปด้วย ที่อยู่ใน ความดูแลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่ง บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ช่วยทำให้การดำเนิน ธุรกิจในด้านการตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่วางไว้

แรงจูงใจ หมายถึง แรงชักนำที่ทำให้ความต้องการของผู้ปกครองเกิดแรงขับขึ้นมา ซึ่ง นำไปสู่การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษา
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษา

โดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2554) ได้ให้วิธีการจัดการศึกษาสถานศึกษามีส่วนประกอบที่สำคัญ 5 ด้าน ดังนี้

1. ครู คือ ปัจจัยสำคัญที่สุดในการอบรม สั่งสอน ให้ความรู้ แก่นักเรียนให้มีพัฒนาการที่ดีทั้งทางสติปัญญา ด้านจิตใจ สังคม สิ่งทีครูควรมี คือ ต้องศรัทธาในอาชีพครู มีการเอาใจใส่ดูแลนักเรียน เป็นแบบอย่างที่ดีให้นักเรียน เข้ากับผู้ปกครองและสังคมแวดล้อมได้ ต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดการสอน มีหลักการถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เรียนเข้าใจได้ และให้ความสำคัญกับประโยชน์ของนักเรียนเป็นสำคัญ

2. ผู้บริหารสถานศึกษา คือ ผู้กำหนดทิศทางการทำงานบริหารจัดการโรงเรียนด้านต่างๆ กำหนดวิสัยทัศน์ กำหนดเป้าหมายเพื่อนำพาสถานศึกษาให้ถึงสิ่งที่หวังไว้ และเป็นที่ยอมรับทางด้านวิชาการให้แก่ผู้ได้บังคับบัญชา มอบหมายงานให้บุคลากรได้เหมาะสมกับศักยภาพ

3. คณะกรรมการสถานศึกษา คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของสถานศึกษา การบริหารงานบุคคล บริหารงานวิชาการ และปฏิบัติตามระเบียบที่กำหนด

4. หลักสูตรและสื่อการสอนของสถานศึกษา คือ หลักสูตรที่สถานศึกษามีการกำหนดเนื้อหาสาระ แนวทาง จุดมุ่งหมาย และวิธีการวัดประเมินผลการเรียนการสอนเพื่อเป็นตัวชี้วัดถึงคุณภาพของผู้เรียน ซึ่งให้เห็นว่าผู้เรียนมีความรู้ความสามารถ พัฒนาการและพฤติกรรมตามมาตรฐานการศึกษาที่สถานศึกษากำหนดไว้ และการกำหนดหลักสูตรควรคำนึงถึงผู้เรียน เพื่อให้

สอดคล้องกับความสนใจ ความถนัดของผู้เรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. สภาพแวดล้อมและการบริการ ได้แก่ ห้องเรียน อาคารเรียน ห้องน้ำ โรงอาหาร และ แหล่งเรียนรู้ต่างๆที่สะอาด ปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา ทำให้นักเรียนสามารถดำเนินชีวิตอยู่ในสถานศึกษาได้อย่างมีความสุข ปลอดภัย มีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งจะส่งผลถึงความสำเร็จในการเรียนด้วย

จากแนวคิดข้างต้น สรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของโรงเรียนมีองค์ประกอบ ที่สำคัญ 5 ด้าน คือ ครู ผู้บริหารสถานศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษา หลักสูตรและสื่อการสอน สภาพแวดล้อมและการบริการ แต่ละปัจจัยก็เป็นจุดสำคัญสำหรับรับการศึกษา หากขาด องค์ประกอบใดไปการจัดการศึกษาก็จะไม่สมบูรณ์การเรียนรู้ก็ไม่เต็มศักยภาพ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

Kotler (1997, p. 92) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการตลาดจะมี เพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมามีการคิดตัวแปรเพิ่มเติม ขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ กระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจ ทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมการตลาดแบบ 7Ps

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ถักยิตานนท์และ สุกร เสรีรัตน์ (2541, น. 337-339) ได้กล่าว ไว้ว่า แนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการให้บริการ (Market Mix) ในหนังสือการบริหารการตลาดยุคใหม่นั้น ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) จะเป็นลำดับ ขึ้น โดยพบว่าผู้บริโภคที่ผ่านกระบวนการตัดสินใจ 7 ขั้นตอน คือ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วน ประสม การตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps นั่นเอง

เสรี วงษ์มณฑา (2542, น. 11) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การที่กิจการมีสินค้าและ/หรือบริการไว้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่พวกเขาได้ ทั้งนี้ราคาของสินค้าและ/หรือบริการอยู่ในระดับที่ ผู้บริโภคยอมรับได้และยินยอมที่จะจ่าย (Willing to pay) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งมีความพยายามมุ่งใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจ ตัดสินใจซื้อสินค้าและ/หรือบริการอย่างถูกต้อง

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2543, น. 29) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงานทางการตลาด เนื่องจากเป็นสิ่งทีกิจการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถ ทำการควบคุมได้ โดยพื้นฐานของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) จะประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมเรียกว่า 4Ps แต่สำหรับธุรกิจบริการ จะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เพิ่มเข้ามาอีก 3 ปัจจัย คือ ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) รวมเรียกได้ว่าเป็น 7Ps

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, น. 434) ได้กล่าวไว้ว่า การใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจด้านบริการ ประกอบด้วยปัจจัย 7 ตัว (7Ps) คือ 1.) ผลิตภัณฑ์ และบริการ 2.) ราคา 3.) การจัดจำหน่าย 4.) การส่งเสริมการตลาด 5.) บุคคลและพนักงาน 6.) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ 7.) กระบวนการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น. 80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่ กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดย การบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler, 2009, p. 616) โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้และ/หรือ สัมผัสไม่ได้ เช่น รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ราคาสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ ตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายนั้น สามารถเป็นได้ทั้ง ในรูปแบบของการมีตัวตนและ/ หรือการไม่มีตัวตนก็ได้ เพียงแต่ว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ จำเป็นต้องมี รรถประโยชน์ (Utility) และมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ เหล่านั้น ทั้งนี้การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ควรจะต้องคำนึงและให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัย ด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product/Service Differentiation) หรือ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) เพื่อให้สินค้าและ/หรือบริการ ของกิจการมีความแตกต่างอย่างโดดเด่น

(2) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน คุณภาพ รูปร่างลักษณะ การบรรจุภัณฑ์ราคาสินค้า เป็นต้น

(3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ว่าอยู่ในส่วนใดของตลาด ซึ่งจะมีความแตกต่าง (Differentiation) และมีคุณค่า (Value) ในจิตใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

(4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มี ความใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยการปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น (New and Improved) อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้จะต้อง คำนึงถึงความสามารถของบริษัทในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ไปเรื่อย ๆ

(5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2.2.2 ด้านราคา (Price) ราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าและ/หรือ บริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ ผลิตภัณฑ์ สินค้าและ/หรือบริการนั้นๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป (Armstrong & Kotler, 2009, pp. 616-617) นอกจากนี้ ยังอาจหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ซึ่งลูกค้าใช้ในการ เปรียบเทียบระหว่างราคา (Price) ที่ต้องจ่ายเงินออกไป กับคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจาก ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหากว่าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะทำการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision) ทั้งนี้ กิจการควรจะคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ในขณะที่การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ดังนี้

- (1) สถานการณ์ สภาพ และรูปแบบของการแข่งขันในตลาด
- (2) ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและ/หรือบริการ
- (3) คุณค่าที่รับรู้ได้ในสายตาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- (4) ปัจจัยอื่นๆ ที่อาจเกี่ยวข้อง

2.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและ/หรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าและ/หรือบริการนั้นๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาว่า กลุ่มเป้าหมายคือใคร และควรกระจายสินค้าและ/หรือบริการสู่ผู้บริโภค ผ่านช่องทางใดจึงจะเหมาะสมมากที่สุด (THbusinessinfo, 2558)

- (1) จัดจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรง (Direct)
- (2) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง (Wholesaler)
- (3) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าปลีก (Retailer)
- (4) จำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Wholesaler and Retailer)
- (5) จำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทน (Dealer)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2541, น. 337) ได้กล่าวไว้ว่า การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจนั้นมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจ การให้บริการ เนื่องจากทำเลที่ตั้งที่กิจการเลือกไว้นั้น จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการจึงควรครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้

ความสำคัญของทำเลที่ตั้ง (Location) จะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจ แต่ละประเภท โดยในส่วนของ การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้ง 3 ส่วน ดังนี้

- (1) ลักษณะและรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ
- (2) ความจำเป็นในการใช้คนกลาง (Intermediary) เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าและ/หรือ บริการของธุรกิจ
- (3) ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ

2.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้าง ความจูงใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และ ความพึงพอใจ (Satisfaction) ในสินค้าและ/หรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในตัวผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่า การส่งเสริม การตลาดนั้นจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก (Feeling) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior) การ ซื้อสินค้าและ/หรือบริการ (Etzel, Walker, & Stanton, 2007, p. 677) หรืออาจเป็นการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อก็เป็นได้ ทั้งนี้จะต้องมีการใช้ เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ อย่างผสมผสานกัน หรือเรียกได้ว่าเป็น เครื่องมือ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC: Integrated Marketing Communication) ซึ่งการใช้เครื่องมือ ในรูปแบบใดนั้น จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการจะประกอบไปด้วย 5 เครื่องมือหลัก ดังนี้

(1) การโฆษณา (Advertising) หมายถึง กิจกรรมการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและความต้องการซื้อสินค้าและ/หรือบริการ แก่ผู้ที่ได้รับสารจากโฆษณา ดังกล่าว ซึ่งการโฆษณาสามารถทำได้ในหลากหลายช่องทางการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ตามแต่ละพฤติกรรมของกลุ่มที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย

(2) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าว หมายถึง การนำเสนอแนวความคิดของบุคคลที่มีต่อสินค้าและ/หรือบริการ ซึ่งอาจจะมีทั้ง ในรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อเป็นค่าตอบแทน หรือไม่ต้องมีการจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนก็ได้ สำหรับการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยอาจจะเป็นจากองค์กรถึงผู้บริโภคทั่วไป หรือ จากองค์กรถึงองค์กรด้วยกัน เป็นต้น

(3) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) หมายถึง การขายสินค้าที่มีการ สื่อสาร ทั้งสองทาง (Two-ways Communication) หรือ การขายแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face) ซึ่งผู้ขายและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ซื้อจะได้พบหน้ากัน มีการสอบถาม แลกเปลี่ยนข้อมูล และเสนอขายสินค้าและ/หรือ บริการกัน โดยตรง

(4) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ จะช่วยเพิ่มปริมาณการขายสินค้าและ/หรือบริการ ให้มากขึ้น โดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การลดราคา การแลกสินค้าสมนาคุณ การแจกสินค้าตัวอย่าง การแถมสินค้า ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและ/หรือบริการ และก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในท้ายที่สุด

(5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หมายถึง ช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงเพื่อนำเสนอสินค้าและ/หรือบริการ โดยไม่มีความ จำเป็นในการใช้คนกลางเพื่อทำหน้าที่ประสานงาน ซึ่งรูปแบบของช่องทางการตลาดทางตรง ได้แก่ การตลาดทางโทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ข้อความผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จดหมายตรง เป็นต้น

2.2.5 ด้านบุคคล (People) ด้านบุคคล หรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่ องค์กรต่างๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้ เป็นไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญ คือ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรี ต่อลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว โสภิตา รัตนสมโชค (2558, น. 28) ได้กล่าวไว้

2.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่ง ที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้ สินค้าและ/หรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการ ดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้าน การบริการ ที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพในภาพรวม ซึ่งก็คือในส่วนของสภาพทางกายภาพที่ลูกค้า สามารถมองเห็นได้ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ ความพึงพอใจ และความแปลกใหม่ของสภาพทาง กายภาพที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น เช่นเดียวกันกับ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2546, น. 106) กล่าวไว้ว่า ลักษณะกายภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้า สามารถสัมผัสจับต้องได้ในขณะที่ยังใช้สินค้าและ/หรือ บริการ อยู่ นอกจากนี้ อาจหมายถึงความถึง สัญลักษณ์ที่ลูกค้าเข้าใจความหมายในการรับข้อมูล จาก การทำการสื่อสารทางการตลาดออกไปใน สาธารณะ

2.2.7 ด้านกระบวนการ (Process) ด้านกระบวนการ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงาน ปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม ตามแต่รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร ซึ่ง หากว่ากิจกรรมต่างๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและประสานกัน จะทำให้กระบวนการ โดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ กระบวนการทำงานในด้านของการ บริการ จำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานภายในองค์กรทุกคน เกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างถูกต้องและราบรื่น เช่นเดียวกับที่ กนกพรรณ สุขฤทธิ (2557, น. 33) ได้กล่าวไว้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของผู้บริโภคแต่ละบุคคลในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ เพื่อแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

เสรี วงษ์มณฑา (2552) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือการศึกษาเรื่องการตอบสนอง ความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด การที่จะตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้นั้น นักการตลาดจึงต้องศึกษาและทำความเข้าใจผู้บริโภคให้ละเอียดว่า ผู้บริโภคคือใคร ต้องการอะไร ชอบไม่ชอบสิ่งไหน เพื่อตอบสนองผู้บริโภคให้ตรงจุด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือการค้นหา การซื้อ การใช้ และประเมินผลในสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการเข้ามาในความนึกคิดของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นภายนอก ซึ่งสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจในการซื้อสินค้า

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดและเป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นด้วย

(1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

(2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากกลุ่มลูกค้าและตำแหน่งผลิตภัณฑ์

(3) สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดจำหน่ายให้

ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) สิ่งกระตุ้นจากการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอการใช้ความพยายามของพนักงานขาย การทำการส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอก ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

(1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

(2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝากถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

(3) สิ่งกระตุ้นทางการเมืองและกฎหมาย เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าเป็นสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้ซื้อ

(4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี เทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. ลักษณะของผู้ซื้อ ซึ่งลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์และสิ่งมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง วัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของบุคคล ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งต่างจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559) ซึ่งแบ่งออกได้ดังนี้

(1) วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม

(2) วัฒนธรรมกลุ่มย่อย กลุ่มบุคคลต่างเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิวพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

2.2 ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

(1) กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล

(2) ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมบุคคลสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว

(3) บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาท และสถานะที่แตกต่างกัน

2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่างๆ ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) อายุ และขั้นตอนของวงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) ที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์และการบริโภคที่แตกต่างกัน

(2) อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

(3) รายได้ หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ คนมีรายได้น้อย กิจการต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา

(4) การศึกษา ผู้มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

(5) รูปแบบการดำรงชีวิต นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับแบบการดำรงชีวิต

2.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ประกอบด้วย

(1) การจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้นที่อยู่ภายในตัวบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลได้ปฏิบัติ

(2) ความรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือกระบวนการของความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลก ที่อยู่อาศัย จากความหมายนี้จะเห็นว่าการรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งอยู่กับปัจจัยภายนอกคือสิ่งกระตุ้น

(3) การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและความโน้มเอียงพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนอง คือทฤษฎีสิ่งกระตุ้นการตอบสนอง นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก การเรียนรู้เกิดจากประสบการณ์หลายอย่าง เช่น ทักษะ ความเชื่อและประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตาม สิ่งกระตุ้นนั้นจะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่มีคุณค่าในสายตาลูกค้า ความเชื่อเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

(4) ความเชื่อและทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรืออาจหมายถึงความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองสิ่งกระตุ้น ไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ

3. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตัดสินใจเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่ต้องมีการพิจารณาเป็นกระบวนการ และข้อมูลต่างๆ อย่างรอบคอบ จากนั้นจึงทำการกำหนดทางเลือก และเลือกทางที่ดีที่สุดขึ้นมาและนำไปสู่การปฏิบัติต่อไปซึ่งแนวความคิดของนักวิชาการได้แบ่งขั้นตอนการตัดสินใจไว้มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยทั่วไปกระบวนการตัดสินใจจะมีความแตกต่างกันในด้านการจัดกลุ่มของแต่ละขั้นตอนสำหรับกระบวนการตัดสินใจประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

3.1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) คือ การตระหนักถึงความจำเป็นหรือความต้องการก่อนที่จะมีการซื้อสินค้าหรือบริการอะไรก็ตาม มักจะเริ่มต้นจากการรับรู้ของผู้ซื้อ การรับรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการจะเกิดจากแรงกระตุ้นภายใน เช่น ความหิว ความกระหาย หรือแรงกระตุ้นจากภายนอก เช่น การโฆษณาจากเพื่อน

3.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็นขั้นตอนที่เกิดต่อเนื่องมาจากการรับรู้ของผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดใด การแสวงหาข้อมูลเป็นขั้นตอนของการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ตนต้องการจะซื้อ แหล่งข้อมูลผู้บริโภคประกอบด้วย

- (1) แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก
- (2) แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการขายการบรรจุกิจกรรม การจัดแสดงสินค้า
- (3) แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
- (4) แหล่งประสบการณ์ ได้แก่ การเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือการเล่าให้ฟัง
- (5) แหล่งทดลอง ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

3.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) เป็นขั้นตอนที่ผู้ซื้อเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับราคา คุณภาพ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ หรือคุณสมบัติอื่นๆ ของสินค้าแต่ละทางเลือก หลังจากประเมินผลทางเลือกแล้วจะเหลือทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งจะเป็ทางเลือกที่จะถูกดำเนินการต่อไป

3.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จะมีการพิจารณาเกี่ยวกับแหล่งขาย เงื่อนไขการขาย การรับประกัน การบริการหลังการขาย หากจำเป็นและท้ายที่สุดของขั้นตอนนี้คือ การได้เป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการอย่างสมบูรณ์

3.5 ความรู้สึกภายหลังการขาย (Post Purchase Feeling) เป็นการเปรียบเทียบผลการใช้สินค้ากับความคาดหวังที่มีต่อสินค้านั้น หากผลการใช้สินค้าเป็นไปตามความคาดหวัง ผู้ซื้อจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลการใช้สินค้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อสินค้านั้น ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจจะส่งผลต่อการซื้อสินค้าในครั้งต่อไป รวมทั้งการเป็นแหล่งข้อมูลให้แก่บุคคลอื่นด้วย

4. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อจะมีการตัดสินใจประเด็นต่างๆ ดังนี้

4.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่งๆ

4.2 การเลือกตราสินค้า คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหนึ่งซึ่งผู้บริโภคคำนึงถึงชื่อเสียงของสินค้าและการบริการ

4.3 การเลือกผู้ขาย คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกผู้ขายเพื่อซื้อสินค้าหนึ่งซึ่งผู้บริโภคคำนึงถึงสถานที่ขาย

4.4 การเลือกเวลาในการซื้อ คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจในการเลือกเวลาและระยะเวลาเพื่อซื้อสินค้าหนึ่งๆ

4.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกปริมาณสินค้าที่ต้องการซื้อในครั้งหนึ่งๆ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ คือพลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรม และยังกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย คนที่มีแรงจูงใจสูง จะใช้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีแรงจูงใจต่ำ จะไม่แสดงพฤติกรรม หรือไม่ก็ล้มเลิกการกระทำก่อนบรรลุเป้าหมาย

มาสโลว์ (Abraham H.Maslow, 1954: 80 - 106) ได้ตั้งทฤษฎีเกี่ยวกับ แรงจูงใจ (Maslow's General Theory of Human & Motivation) โดยมาสโลว์ ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy & Needs) และเป็นทฤษฎีที่ยอมรับกันแพร่หลาย สมมติฐานดังกล่าวมีความเกี่ยวกับ พฤติกรรมของมนุษย์ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่า เขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขนาดที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้ไม่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นแรงจูงใจของพฤติกรรม

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับขั้นความสำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะมีการเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

4. ตามทฤษฎีของมาสโลว์ได้แบ่งลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) ไว้ 5 ขั้น ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการการยกย่อง และความต้องการทางเพศ ฯลฯ เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ เป็นต้น

3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belongingness needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา มักเขียว (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียน โชติกาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มี ผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียน โชติกาญจน์ 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกศึกษาในโรงเรียน โชติกาญจน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครอง 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาใน โรงเรียน โชติกาญจน์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยคือกลุ่มผู้ปกครองของนักเรียน ที่ศึกษาในโรงเรียน โชติกาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 142 คน จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา โรงเรียน โชติกาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในด้านอาจารย์และบุคลากร ให้ ให้ความสำคัญในด้านกายภาพ อยู่ในระดับรองลงมา และให้ความสำคัญด้านหลักสูตรและสื่อการ

สอนน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการ

เอกสารถูกเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2554) ผู้ปกครองตัดสินใจเลือกศึกษาโรงเรียนโชติกาญจน์ เนื่องจากให้ความสำคัญกับอาจารย์และบุคลากร เป็นลำดับแรกในการมอบผลประโยชน์ที่นักเรียนต้องการ นั่นคือความรู้ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยสูงที่สุดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังนั้นผู้บริหารและบุคลากรของโรงเรียนโชติกาญจน์ ต้องมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน มีความเข้าใจเด็กและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียนและผู้ปกครอง โรงเรียนต้องมีการพัฒนาบุคลากรของโรงเรียน โดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ

กรสุดา ดันตสุรฤกษ์ (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนภัทรบุตร อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนภัทรบุตร ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ปกครองของนักเรียนในโรงเรียนภัทรบุตร จำนวน 91 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมการตลาดที่ผู้ปกครองของนักเรียนในโรงเรียนภัทรบุตรใช้ในการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านพนักงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ข้อที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจมากที่สุดในแต่ละด้านมีดังนี้ 1. การพัฒนาครูให้เป็นผู้ที่เอาใจใส่และฝึกการมีระเบียบวินัยให้นักเรียน 2. โรงเรียนมีสภาพแวดล้อมที่ดี มีอาคารสถานที่ที่สะอาด และเพียงพอเหมาะสมต่อการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรม 3. การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนานักเรียนทั้งด้านสมอง ร่างกาย และจิตใจ 4. การส่งเสริมให้นักเรียนบรรลุเป้าหมายทั้งความรู้ ทักษะ คุณธรรม และจริยธรรม รู้จักการอยู่ร่วมกันและการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น 5. โรงเรียนอยู่ใกล้บ้าน 6. โรงเรียนกำหนดค่าอาหาร ค่าเครื่องคัม โดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นหลัก 7. โรงเรียนจัดกิจกรรมให้นักเรียนได้มีการแสดงความสามารถในด้านต่างๆอยู่เสมอ

กิตติคุณ ทวนสุวรรณ (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) ศึกษาการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี 4) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประชากรคือ ผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปีการศึกษา 2557 สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60 - 0.80 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความสำคัญระดับมาก ($x = 3.94$, $sd. = 0.52$) โดยในด้านบุคคลมีระดับความสำคัญสูงสุด ($x = 4.20$, $sd. = 0.59$) ส่วนการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลนั้นการตัดสินใจเลือกทางเลือกมีความสำคัญระดับสูงสุด ($x = 4.19$, $sd. = 0.59$) และพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) รองลงมาคือปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (X_7) และปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ

ประกาศิต กิตติโก (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา 2) เปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ปกครอง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 201 คน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-test) การทดสอบค่าเอฟ (F-test) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยใช้ LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านบุคลากรมีระดับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ เป็นอันดับที่หนึ่งรองลงมา คือ ด้านราคา ด้านกระบวนการทำงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านทำเลที่ตั้งและการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ผู้ปกครอง โรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา ที่มีเพศ อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีค่าเฉลี่ยปัจจัยการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ผู้ปกครอง โรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา ที่มีอายุต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครองนักเรียน กลุ่มตัวอย่างคือผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปีการศึกษา 2558 จำนวน 319 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ครอบครัวต่อเดือน และจำนวนบุตร – หลาน ในอุปการะต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองหรือผู้อุปการะของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้ในการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 8 จังหวัด ซึ่งได้เป็นจังหวัดที่มีจำนวนโรงเรียนอนุบาลเอกชนมากที่สุด 8 อันดับแรก คิดเป็น 70.34 % ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนทั้งหมดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถามตามสัดส่วนของจำนวนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในแต่ละจังหวัด ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและจำนวนตัวอย่าง

จังหวัด	จำนวนโรงเรียนเอกชน (โรงเรียน)	เปอร์เซ็นต์ต่อจำนวนโรงเรียน รวมทั้ง 8 จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง
ขอนแก่น	118	21.73 %	87
นครราชสีมา	105	19.34 %	77
อุบลราชธานี	86	15.84 %	63
อุดรธานี	54	9.94 %	40
ร้อยเอ็ด	53	9.76 %	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

จังหวัด	จำนวนโรงเรียนเอกชน (โรงเรียน)	เปอร์เซ็นต์ต่อจำนวน โรงเรียน รวมทั้ง 8 จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง
กาฬสินธุ์	46	8.47 %	34
สกลนคร	45	8.29 %	33
หนองคาย	36	6.63 %	27
รวม	543	100 %	400

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากร จึงได้ใช้วิธีการคำนวณใช้สูตรของ W.G. Cochran (W.G. Cochran, 1953 อ้างถึงใน ยุทธ ใภยวรรณ, 2551) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน โดยมีวิธีคำนวณดังนี้

$$n = \frac{P(1-P) Z^2}{d^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ n = ขนาดของตัวอย่าง

p = สัดส่วนประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม

z = ความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%)

d = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

จากสูตรการคำนวณข้างต้นจะได้ $n = (0.5)(1-0.5)(1.96)^2 / (0.05)^2 = 385$ ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง และเพื่อความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล ได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างและเก็บแบบสอบถามให้ได้ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะทำการเก็บแบบสอบถามจากผู้ปกครองในบริเวณจุดจอดรถหรือจุดนั่งพักรอรับบุตรของโรงเรียนในเวลาเลิกเรียน เนื่องจากพบว่าในช่วงเวลาเลิกเรียนจะเป็นช่วงเวลาที่มียังมีผู้ปกครองเป็นจำนวนมากในบริเวณดังกล่าว และผู้ปกครองบางคนจะมารับบุตรก่อนเวลา ซึ่งจะ เป็นช่วงเวลาของผู้ปกครองมีเวลาว่างในการตอบแบบสอบถาม และจะไม่ใช่เป็นการรบกวนเวลาของผู้ปกครอง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้เป็นลักษณะของแบบสอบถามปลายปิด และแบบสอบถามปลายเปิด โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา และเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-Ended Response Question) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ จำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียน

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) มี 5 ระดับ คือ

คะแนน 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมาก

คะแนน 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) มี 5 ระดับ คือ

คะแนน 5 หมายถึง มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีระดับแรงจูงใจมาก

คะแนน 3 หมายถึง มีระดับแรงจูงใจปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีระดับแรงจูงใจน้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ

3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ข้อความทางวิชาการ ตำราทางวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขต และแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหา และวัตถุประสงค์

2. สร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. จัดพิมพ์แบบสอบถามร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ ขอคำแนะนำ และพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามเพื่อปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรง และความเหมาะสม โดยขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาโดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน มีรายนาม ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	สถานที่ปฏิบัติงาน
1	รศ.ดร. ชลิตา ศรีนวล	คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
2	ผศ.ดร. อภิวรรณ กรมเมือง	คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
3	นาย บรรเจิด ชันติกุล	ผู้อำนวยการ โรงเรียนอนุบาลไพศาลวิทย์

5. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วนำไปเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และตรวจสอบความถูกต้องของภาษาแล้วนำไปแก้ไข

7. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของ Cronbach ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ยอมรับอยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2541) โดยแบบสอบถามที่ใช้มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's alpha ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ดังตารางที่ 3.3 และ 3.4

ตารางที่ 3.3 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's alpha ด้านปัจจัยส่วน ประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่า Cronbach's alpha
1. ด้านหลักสูตรและสื่อการสอน (Product)	0.906
2. ด้านราคา (Price)	0.808
3. ด้านช่องทางการติดต่อ (Place)	0.850
4. ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Promotion)	0.894
5. ด้านอาจารย์และบุคลากร (People)	0.913
6. ด้านกระบวนการทำงาน (Process)	0.914
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	0.930
รวม	0.892

ตารางที่ 3.4 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's alpha ด้านแรงจูงใจของผู้ปกครอง

แรงจูงใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนตามหลักทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของมาสโลว์	ค่า Cronbach's alpha
1. ความต้องการทางร่างกาย	0.909
2. ความต้องการความปลอดภัย	0.935
3. ความต้องการด้านสังคม	0.745
4. ความต้องการการยกย่อง	0.885
5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	0.857
รวม	0.866

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ อันจะเป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามแก่ตัวอย่างและอธิบายวิธีการตอบ

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เอกสารอื่นๆที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมงานวิจัย บทความวารสาร เอกสาร สัมมนา สถิติในรายงานต่างๆทั้งของภาครัฐ และเอกชนและข้อมูลบทความทางอินเทอร์เน็ตตลอดจนถึงตีพิมพ์เผยแพร่ต่างๆ เพื่อเป็นส่วนประกอบของเนื้อหา

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับมาได้แล้ว นำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ จากนั้นนำมาตรวจการให้คะแนน และนำผลคะแนนที่ได้มาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจะถูกวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวิธีการดังนี้

3.4.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามโดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

3.4.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส

3.4.3 การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึก และประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนา และทำการทดสอบสมมติฐาน

3.4.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงบรรยายกับแบบสอบถาม ดังนี้ แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล นำข้อมูลที่ได้มาจัดเป็นหมวดหมู่ หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของตัวแปร นำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมอธิบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยพิจารณาจากระดับ คะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ซึ่งจัดชั้นเท่ากัน แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยพิจารณาขนาดขอบเขตของคะแนนเฉลี่ยที่ได้ ตามวิธีของเบส (Best. 1970: 174-175)

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยพิจารณาจากระดับ คะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ซึ่งจัดชั้นเท่ากัน แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยพิจารณาขนาดขอบเขตของคะแนนเฉลี่ยที่ได้ ตามวิธีของเบส (Best. 1970: 174-175)

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นส่วนสุดท้ายเป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพรรณนาในส่วนของคุณลักษณะปลายเปิด (Open Ended) ซึ่งเกี่ยวกับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.4.5 การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3.5 สมมติฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียนแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.6 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียนแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน	One-Way ANOVA

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา จำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียน ซึ่งคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100 \quad (3.2)$$

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) โดยใช้สูตรสำหรับข้อมูลที่จัดกลุ่มเป็นชั้นคะแนน (Group data) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} \quad (3.3)$$

เมื่อ \bar{X} แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

\bar{X} คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X_i$ คือ ผลรวมของค่าต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง

n คือ ขนาดตัวอย่าง

3.5.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ โดยใช้ร่วมกับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงลักษณะของการกระจายข้อมูล คำนวณได้จากสูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.4)$$

เมื่อ $S.D.$ หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

X หมายถึง คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

n หมายถึง จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.5.2.1 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมากกว่า 2 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543) โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี (One-Way ANOVA) คือ

H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$

$H_1 : \mu_i \neq \mu_j$ เมื่อ $i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \quad (3.5)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.6 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-Way ANOVA

Source of Variation	Degree of Freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	

เมื่อ k คือ จำนวนประชากร
 n คือ ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
 n_j คือ ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ j
 T_j คือ ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่ j
 T คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 X_{ij} คือ คะแนนของแต่ละตัว

4. การตัดสินใจ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

ถ้า F ที่คำนวณได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - k)$ หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ ยอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้า F ที่คำนวณได้น้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ ถ้ามีค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือ ยอมรับว่าค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

3.5.2.2 การวิเคราะห์ Least-Significant Different (LSD) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที F-test ในการวิเคราะห์ One-Way ANOVA มีนัยสำคัญ โดยมีขั้นตอนการคำนวณดังนี้

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ α
2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$LSD = \frac{t_\alpha}{2}, (n - k) \sqrt{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.6)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ	$\frac{t_{\alpha/2}, (n-k)}$	คือ ค่าที่ได้จากตาราง t ที่ $df = n - k$ ที่ $\frac{\alpha}{2}$
	n_i	คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ i
	n_j	คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j

ในการวิเคราะห์ One-Way ANOVA จะมีการกำหนดนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ และ 0.01

3. คำนวณหา $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ เมื่อ $i \neq j; i, j = 1, 2, \dots, k$

\bar{X}_i คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ i

\bar{X}_j คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ j

4. การตัดสินใจ

ถ้าค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ หรือไม่แตกต่างกัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ และ 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.3 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.4 ข้อเสนอแนะของผู้ปกครองจากแบบสอบถาม

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	153	38.3
35 - 45 ปี	161	40.3
มากกว่า 45 ปี	86	21.5
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
2. สถานภาพ		
โสด , หม้าย , หย่าร้าง , แยกกันอยู่	124	31.0
สมรส	276	69.0
รวม	400	100.0
3. อาชีพ		
รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	171	42.8
พนักงานบริษัทเอกชน	113	28.2
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ฟรีแลนซ์/อาชีพอิสระ	85	21.3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	31	7.8
รวม	400	100.0
4. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	143	35.8
20,001 - 25,000 บาท	61	15.3
25,001 - 30,000 บาท	43	10.8
30,001 - 35,000 บาท	37	9.3
มากกว่า 35,000 บาท	116	29.0
รวม	400	100.0
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	137	34.3
ปริญญาตรี	185	46.3
สูงกว่าปริญญาตรี	78	19.5
รวม	400	100.0
6. จำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียน		
ไม่มี	72	18.0
1 คน	183	45.8
2 คนหรือมากกว่า	145	36.3
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่เป็นผู้ปกครองหรือผู้อุปการะของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 400 ตัวอย่าง จำแนกตาม อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา จำนวนบุตร ได้ดังนี้

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมา 25 - 35 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และมากกว่า 45 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพ สมรส จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมา โสด , หม้าย , หย่าร้าง , แยกกันอยู่ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ฟรีแลนซ์/อาชีพอิสระ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมา มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และ 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

จำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนบุตร 1 คน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา 2 คนหรือมากกว่า จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และ ไม่มีบุตร จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 (ไม่ใช่บิดามารดา แต่เป็นผู้ปกครองที่มีสิทธิ์ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลาน)

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาพรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็นด้วย	ลำดับที่
ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.40	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด	3
ด้านราคา	4.07	0.86	เห็นด้วยมาก	7
ด้านช่องทางการติดต่อ	4.49	0.71	เห็นด้วยมากที่สุด	1
ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4.34	0.73	เห็นด้วยมากที่สุด	5
ด้านอาจารย์และบุคลากร	4.48	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด	2
ด้านกระบวนการทำงาน	4.36	0.75	เห็นด้วยมากที่สุด	4
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.28	0.77	เห็นด้วยมากที่สุด	6
รวม	4.35	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่า ด้านช่องทางการติดต่อ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 รองลงมา ด้านอาจารย์และบุคลากร อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ด้านกระบวนการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่ากับ 0.75 ด้าน โฆษณาและประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ด้าน ลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ด้านราคา อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็นด้วย	ลำดับที่
1.1 โรงเรียนมีหลักสูตรการเรียนการสอนตามหลักสูตร ของกระทรวงศึกษาธิการ	4.43	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด	2
1.2 โรงเรียนจัดสื่อ อุปกรณ์ และ นวัตกรรม ที่มีคุณภาพและเพียงพอ ต่อการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้แก่ นักเรียน	4.46	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด	1
1.3 โรงเรียนจัดการศึกษาและบริการ อย่างหลากหลาย โดยคำนึงถึงความต้องการของนักเรียนและผู้ปกครอง	4.37	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด	4
1.4 โรงเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียน ให้ก้าวหน้า ตามศักยภาพของแต่ละคน	4.46	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด	1
1.5 มีการอบรมคุณธรรม จริยธรรม และกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนควบคู่ไป กับการเรียนในหลักสูตร	4.39	0.70	เห็นด้วยมากที่สุด	3
1.6 อาหารและน้ำดื่มที่เพียงพอ สะอาด อร่อย มีประโยชน์ครบ 5 หมู่	4.31	0.75	เห็นด้วยมากที่สุด	5
รวม	4.40	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้ว พบว่า โรงเรียนจัดสื่อ อุปกรณ์ และ

นวัตกรรม ที่มีคุณภาพและเพียงพอ ต่อการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้แก่ นักเรียน และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้เพื่อใช้ในการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นเป็นประโยชน์ในการศึกษา
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียน ให้ก้าวหน้า ตามศักยภาพของแต่ละคน อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 รองลงมา โรงเรียน มีหลักสูตรการเรียนการสอนตามหลักสูตร ของกระทรวงศึกษาธิการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และมีการอบรมคุณธรรม จริยธรรม และ กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนควบคู่ไปกับการเรียนในหลักสูตร อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 โรงเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียน ให้ก้าวหน้า ตามศักยภาพของแต่ละคน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 อาหารและน้ำดื่มที่เพียงพอ สะอาด อร่อย มีประโยชน์ครบ 5 หมู่ อยู่ ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น ด้วย	ลำดับ ที่
2.1 อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม และ มีความพอใจให้ ส่งบุตรหลานเข้าเรียน	3.98	0.83	เห็นด้วย มาก	4
2.2 มีระบบการผ่อนชำระเงิน ค่าธรรมเนียมการเรียน และ ค่าบริการ เป็นงวดได้	4.29	0.80	เห็นด้วย มากที่สุด	1
2.3 มีทุนการศึกษามาช่วยแบ่งเบา ภาระค่าเรียน	3.88	1.03	เห็นด้วย มาก	5
2.4 มีความคุ้มค่าทางด้านราคากับคุณภาพ	4.16	0.80	เห็นด้วย มาก	2
2.5 กำหนดค่าธรรมเนียมการเรียน การสอน และ ค่าบริการ ที่ถูก เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่นๆ ในระดับ เดียวกัน	4.03	0.84	เห็นด้วย มาก	3
รวม	4.07	0.86	เห็นด้วย มาก	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านราคา โดยรวมอยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เพื่อผู้ดูแลเห็นประโยชน์ในการศึกษา ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้ว พบว่า มีระบบการผ่อนชำระเงิน ค่าธรรมเนียมการเรียน และ ค่าบริการ เป็นงวดได้ อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 รองลงมา มีความคุ้มค่า ทางด้านราคากับคุณภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.80 และกำหนดค่าธรรมเนียมการเรียน การสอน และค่าบริการ ที่ถูก เมื่อเทียบกับ โรงเรียน อื่นๆ ในระดับ เดียวกัน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา มีความเหมาะสม และมีความตั้งใจให้ ส่งบุตรหลานเข้าเรียน อยู่ ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 มีทุนการศึกษามา ช่วยแบ่งเบา ภาระค่าเรียน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.03

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านช่องทางการติดต่อ

ด้านช่องทางการติดต่อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น ด้วย	ลำดับ ที่
3.1 สามารถติดต่อโรงเรียนได้หลายช่องทางเช่น โทรศัพท์ โน้	4.59	0.65	เห็นด้วยมาก ที่สุด	1
3.2 สามารถติดต่อโรงเรียนได้ตลอดเวลาทั้งที่เป็นช่วง ปิดเทอมด้วย	4.48	0.71	เห็นด้วยมาก ที่สุด	2
3.3 โรงเรียนมีการสื่อสารโดยการ โทรแจ้งผู้ปกครอง	4.40	0.77	เห็นด้วยมาก ที่สุด	3
รวม	4.49	0.71	เห็นด้วยมาก ที่สุด	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านช่องทางการติดต่อ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 เมื่อ จำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า สามารถติดต่อโรงเรียนได้หลายช่องทางเช่น โทรศัพท์ โน้ อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 รองลงมา สามารถ ติดต่อโรงเรียนได้ตลอดเวลาทั้งที่เป็นช่วงปิดเทอมด้วย อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 และ โรงเรียนมีการสื่อสารโดยการ โทรแจ้งผู้ปกครอง อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้าน โฆษณาและ ประชาสัมพันธ์

ด้าน โฆษณาและประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น ด้วย	ลำดับ ที่
4.1 โรงเรียนมีการใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา เช่น แผ่น พับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	4.28	0.78	เห็นด้วย มากที่สุด	3
4.2 โรงเรียนจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของ โรงเรียน	4.35	0.70	เห็นด้วย มากที่สุด	2
4.3 โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ โรงเรียน เช่น การจัดงานเทศกาลต่างๆ	4.39	0.71	เห็นด้วย มากที่สุด	1
รวม	4.34	0.73	เห็นด้วย มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้าน โฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้ว พบว่า โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียน เช่น การจัดงานเทศกาลต่างๆ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 รองลงมา โรงเรียนจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และโรงเรียนมีการใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านอาจารย์และบุคลากร

ด้านอาจารย์และบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น ด้วย	ลำดับ ที่
5.1 ผู้บริหารและครุมีความรู้ ความสามารถ และมุ่งมั่น ต่อความสำเร็จในการทำงาน	4.47	0.67	เห็นด้วยมาก ที่สุด	2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ด้านอาจารย์และบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็นด้วย	ลำดับที่
5.2 ครูมีบุคลิกภาพ และการแต่งกาย ที่เหมาะสม	4.54	0.62	เห็นด้วยมากที่สุด	1
5.3 จำนวนครูต่อจำนวนนักเรียนมีความเหมาะสม	4.44	0.72	เห็นด้วยมากที่สุด	3
5.4 ครูเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกแก่นักเรียนและผู้ปกครอง	4.47	0.73	เห็นด้วยมากที่สุด	2
รวม	4.48	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านอาจารย์และบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้ว พบว่า ครูมีบุคลิกภาพ และการแต่งกาย ที่เหมาะสม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 รองลงมา ผู้บริหารและครูมีความรู้ความสามารถ และมุ่งมั่นต่อ ความสำเร็จในการทำงาน และครูเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกแก่นักเรียนและผู้ปกครอง อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67, 0.73 และจำนวนครูต่อจำนวนนักเรียนมีความเหมาะสม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านกระบวนการทำงาน

ด้านกระบวนการทำงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็นด้วย	ลำดับที่
6.1 โรงเรียนมีแผนการสอนที่ได้มาตรฐานและชัดเจน	4.42	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้านกระบวนการทำงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น ด้วย	ลำดับ ที่
6.2 โรงเรียนมีการวัดผลและประเมินพัฒนาการของเด็ก ที่ได้มาตรฐานและชัดเจน	4.37	0.77	เห็นด้วย มากที่สุด	3
6.3 โรงเรียนเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน	4.32	0.77	เห็นด้วย มากที่สุด	5
6.4 โรงเรียนมีการพัฒนา ปรับปรุงแผนการเรียนการสอน ให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา	4.38	0.71	เห็นด้วย มากที่สุด	2
6.5 โรงเรียนดูแลนักเรียนทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียม กัน	4.34	0.81	เห็นด้วย มากที่สุด	4
รวม	4.36	0.75	เห็นด้วย มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านกระบวนการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 เมื่อ จำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า โรงเรียนมีแผนการสอนที่ได้มาตรฐานและชัดเจน อยู่ในระดับเห็น ด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 รองลงมา โรงเรียนมีการ พัฒนา ปรับปรุงแผนการเรียนการสอนให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 โรงเรียนมีการวัดผลและประเมินพัฒนาการ ของเด็กที่ได้มาตรฐานและชัดเจน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.77 และโรงเรียนดูแลนักเรียนทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับเห็น ด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 โรงเรียนเปิดโอกาสให้ ผู้ปกครองแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน อยู่ในระดับเห็นด้วย มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็นด้วย	ลำดับที่
7.1 บรรยากาศโดยรอบร่มรื่น มีการปลูกต้นไม้และพืชประดับต่างๆ สวยงาม	4.30	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด	5
7.2 บริเวณและอุปกรณ์ต่างๆมีความปลอดภัยสำหรับนักเรียน	4.35	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด	3
7.3 มีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด ห้องพยาบาล และสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ พร้อม อยู่ในสภาพการใช้งานได้ดี	4.38	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด	2
7.4 ห้องเรียน และบริเวณรอบๆมีความสะอาดเรียบร้อย	4.47	0.65	เห็นด้วยมากที่สุด	1
7.5 โรงเรียนตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีการคมนาคมสะดวก	4.31	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด	4
7.6 โรงเรียนตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ปราศจากมลภาวะทางกลิ่น เสียงหรือสิ่งที่เป็นอันตรายอยู่ข้างเคียง	4.27	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด	6
7.7 โรงเรียนมีพื้นที่สำหรับจอดรถเพื่อ รับ – ส่ง เพียงพอต่อความต้องการ	3.89	1.03	เห็นด้วยมากที่สุด	7
รวม	4.28	0.77	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้ว พบว่า ห้องเรียน และบริเวณรอบๆมีความสะอาดเรียบร้อย อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 รองลงมา มีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด ห้องพยาบาลและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ พร้อม อยู่ในสภาพการใช้งานได้ดี อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นชอบหรือเห็นว่าการนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย และต้องอ้างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และบริเวณและอุปกรณ์ต่างๆ มีความปลอดภัยสำหรับนักเรียน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 โรงเรียนตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีการคมนาคมสะดวก อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 บรรยากาศโดยรวมร่มรื่น มีการปลูกต้นไม้และพืชประดับต่างๆ สวยงาม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 โรงเรียนตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ปราศจากมลภาวะทางกลิ่น เสียงหรือสิ่งที่เป็นอันตรายอยู่ข้างเคียง อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 โรงเรียนมีพื้นที่สำหรับจอดรถเพื่อ รับ – ส่งเพียงพอต่อความต้องการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03

4.3 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาพรวม

แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาพรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็นด้วย	ลำดับที่
ด้านความต้องการทางร่างกาย	4.35	0.75	เห็นด้วยมากที่สุด	3
ด้านความต้องการความปลอดภัย	4.37	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด	2
ด้านความต้องการด้านสังคม	4.30	0.72	เห็นด้วยมากที่สุด	4
ด้านความต้องการการยกย่อง	4.35	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด	3
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	4.42	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด	1
รวม	4.36	0.73	เห็นด้วยมากที่สุด	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 รองลงมา ด้านความต้องการความปลอดภัย อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ด้านความต้องการทางร่างกาย และด้านความต้องการการยกย่อง อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 และด้านความต้องการด้านสังคม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกาย

ด้านความต้องการทางร่างกาย	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็นด้วย	ลำดับที่
1.1 มีอาหารกลางวันที่สะอาด และมีสารอาหารครบ 5 หมู่	4.33	0.78	เห็นด้วยมากที่สุด	3
1.2 มีเครื่องแบบชุดนักเรียนที่มีเนื้อผ้าและการออกแบบเหมาะสมกับเด็กเล็ก	4.35	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด	2
1.3 มีอุปกรณ์การปฐมพยาบาลครบถ้วน	4.36	0.72	เห็นด้วยมากที่สุด	1
1.4 มีห้องเรียน ห้องทานอาหาร และสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆที่พร้อมและเหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก	4.36	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด	1
รวม	4.35	0.75	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกาย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า มีอุปกรณ์การปฐมพยาบาลครบถ้วน และ มีห้องเรียน ห้องทานอาหาร และสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆที่พร้อมและเหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดได้เห็นใบแจ้งประโยชน์การคุ้มครองผู้บริโภคฯ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72, 0.74 รองลงมา มีเครื่องแบบชุดนักเรียนที่มีเนื้อผ้าและการออกแบบเหมาะสมกับเด็กเล็ก อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และมีอาหารกลางวันที่สะอาด และมีสารอาหารครบ 5 หมู่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการความปลอดภัย

ด้านความต้องการความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็นด้วย	ลำดับที่
2.1 โรงเรียนมีระบบกล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ระบบป้องกันไฟฟ้าลัดวงจร และระบบเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยครบถ้วน	4.42	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด	2
2.2 ตั้งอยู่ห่างจากบริเวณที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ เช่น บัมน้ำมัน โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น	4.49	0.71	เห็นด้วยมากที่สุด	1
2.3 โรงเรียนมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในการปฐมพยาบาลฉุกเฉินประจำอยู่ตลอดเวลา	4.22	0.82	เห็นด้วยมากที่สุด	4
2.4 มีกระบวนการรักษาความปลอดภัยในการ รับ-ส่ง นักเรียน	4.34	0.77	เห็นด้วยมากที่สุด	3
รวม	4.37	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้ว พบว่า ตั้งอยู่ห่างจากบริเวณที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ เช่น บัมน้ำมัน โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 รองลงมา โรงเรียนมีระบบกล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ระบบป้องกันไฟฟ้าลัดวงจร และระบบเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยครบถ้วน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และมีกระบวนการรักษาความปลอดภัยในการ รับ-ส่ง นักเรียน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบน

มาตรฐานเท่ากับ 0.77 โรงเรียนมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในการปฐมพยาบาลฉุกเฉินประจำอยู่ตลอดเวลา อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการด้านสังคม

ด้านความต้องการด้านสังคม	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็นด้วย	ลำดับที่
3.1 มีคำแนะนำจากคนรอบข้างเพื่อให้ส่งบุตรหลานเข้าศึกษา	4.14	0.79	เห็นด้วยมาก	3
3.2 โรงเรียนมีชื่อเสียงที่ดี	4.35	0.70	เห็นด้วยมากที่สุด	2
3.3 บุตรหลานได้มีสังคมเพื่อนที่ดี	4.40	0.67	เห็นด้วยมากที่สุด	1
รวม	4.30	0.72	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการด้านสังคมโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า บุตรหลานได้มีสังคมเพื่อนที่ดี อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 รองลงมา โรงเรียนมีชื่อเสียงที่ดี อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และมีคำแนะนำจากคนรอบข้างเพื่อให้ส่งบุตรหลานเข้าศึกษา อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการการยกย่อง

ด้านความต้องการการยกย่อง	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น ด้วย	ลำดับ ที่
4.1 บุคลากรได้วิชาการที่เหมาะสมเพื่อศึกษาต่อในโรงเรียนที่ต้องการ	4.36	0.72	เห็นด้วยมากที่สุด	2
4.2 โรงเรียนส่งเสริมความถนัดและความสามารถพิเศษของนักเรียน	4.38	0.73	เห็นด้วยมากที่สุด	1
4.3 เป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลต่างๆมากมาย	4.29	0.78	เห็นด้วยมากที่สุด	3
รวม	4.35	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการการยกย่อง โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้ว พบว่า โรงเรียนส่งเสริมความถนัดและความสามารถพิเศษของนักเรียน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 รองลงมา บุคลากรได้วิชาการที่เหมาะสมเพื่อศึกษาต่อในโรงเรียนที่ต้องการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลต่างๆมากมาย อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต

ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น ด้วย	ลำดับ ที่
5.1 บุคลากรของท่านมีกริยามารยาทที่น่ารักตามที่ท่านต้องการ	4.32	0.72	เห็นด้วยมากที่สุด	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น ด้วย	ลำดับ ที่
5.1 บุตรหลานของท่านมีกริยามารยาทที่น่ารักตามที่ ท่านต้องการ	4.32	0.72	เห็นด้วย มากที่สุด	3
5.2 บุตรของท่านเป็นเด็กที่แจ่มใส อารมณ์ดีมีความสุข ในชีวิต	4.49	0.66	เห็นด้วย มากที่สุด	1
5.3 ในการส่งบุตรหลานเข้าที่โรงเรียนนี้ ทำให้รู้สึกเป็น พื้นฐานที่ดีต่อช่วงปฐมวัยของเด็ก	4.47	0.68	เห็นด้วย มากที่สุด	2
รวม	4.42	0.69	เห็นด้วย มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ แรงจูงใจของ ผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการ ประสบความสำเร็จในชีวิต โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า บุตรของท่านเป็นเด็กที่แจ่มใส อารมณ์ดีมีความสุขในชีวิต อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.66 รองลงมา ในการส่งบุตรหลานเข้าที่โรงเรียนนี้ ทำให้รู้สึกเป็นพื้นฐานที่ดีต่อ ช่วงปฐมวัยของเด็ก อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.68 และบุตรหลานของท่านมีกริยามารยาทที่น่ารักตามที่ท่านต้องการ อยู่ในระดับเห็นด้วย มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

4.4 ข้อเสนอแนะของผู้ปกครองจากแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่ามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สถานที่ของโรงเรียนควรอยู่ใกล้บ้านเพื่อความสะดวกในการเดินทางรับส่งบุตรหลาน
2. ควรปรับปรุงหลักสูตร ที่ส่งเสริมการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้โดยเน้นการสอนที่ สามารถช่วยให้เด็กนักเรียนกล้าแสดงออก
3. ควรปฏิบัติกับเด็กนักเรียนให้มีความเท่าเทียมกัน และดูแลให้เปรียบเสมือนบุตรหลาน ของตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. วิธีการเรียนการสอนควรมีความทันสมัย และปลอดภัย
5. บริเวณภายในอาคาร และโดยรอบอาคารเรียน ควรมีระเบียบ เรียบร้อย และสะอาด
6. ค่าเทอมหลักสูตร IEP ยังไม่เหมาะสมกับคุณภาพการเรียนรู้ที่ได้รับ เนื่องจากเด็กนักเรียนยังสนทนาภาษาอังกฤษไม่ได้เท่าที่ควร
7. ควรเพิ่มบุคลากรคุณครูให้มากขึ้นเพื่อรองรับกับเด็กนักเรียนที่มีอยู่ในปัจจุบัน และให้สามารถดูแลเด็กได้อย่างทั่วถึงกว่านี้
8. ควรเน้นกิจกรรมที่กระตุ้น EQ และ IQ ที่เหมาะสมกับช่วงวัยเด็ก และสนับสนุนให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมด้วย
9. ควรรายงานผลพัฒนาการด้านอารมณ์ สังคม และสติปัญญาให้ผู้ปกครองได้ทราบถึงพัฒนาการที่ดีและข้อบกพร่อง เพื่อให้ครูและผู้ปกครองได้ช่วยกันดูแลเด็กนักเรียนต่อไป
10. ควรปลูกฝังค่านิยมการรักชาติ การตอบแทนคุณแผ่นดินเกิด/สังคม ความสามัคคี มีวินัย การให้อภัย มองโลกในแง่บวก รู้จักหน้าที่พลเมืองที่ดี "ไม่เห็นแก่ตัว มีเมตตา"ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การตรงต่อเวลา ไม่สร้าง ความแตกแยกในสังคม/ประเทศชาติ

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียน และแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 1 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม อายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือก โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	อายุ			F	Sig.
	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 35 ปี	35 - 45 ปี	มากกว่า 45 ปี		
	(n=153)	(n=161)	(n=86)		
ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.41	4.37	4.44	0.473	0.623
ด้านราคา	4.16	3.98	4.07	2.687	0.069
ด้านช่องทางการติดต่อ	4.46	4.51	4.49	0.166	0.847
ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4.33	4.34	4.35	0.029	0.972
ด้านอาจารย์และบุคลากร	4.49	4.45	4.51	0.289	0.749
ด้านกระบวนการทำงาน	4.41	4.31	4.38	0.935	0.393
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.34	4.16	4.39	4.722	0.009 **

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม อายุ โดยใช้วิธี One-Way ANOVA พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า sig เท่ากับ 0.623 ด้านราคา มีค่า sig เท่ากับ 0.069 ด้านช่องทางการติดต่อ มีค่า sig เท่ากับ 0.847 ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่า sig เท่ากับ 0.972 ด้านอาจารย์และบุคลากร มีค่า sig เท่ากับ 0.749 ด้านกระบวนการทำงาน มีค่า sig เท่ากับ 0.393 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า sig เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่า sig น้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งการพิจารณาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามผู้ปกครองที่มีอายุสูงสุดแตกต่างกัน โดยการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี LSD

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	อายุ	\bar{X}	ค่า Sig.		
			น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	35 - 45 ปี	มากกว่า 45 ปี
ด้านลักษณะทางกายภาพ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	4.34	-	0.01*	0.00**
	35 - 45 ปี	4.16	-	-	0.00**
	มากกว่า 45 ปี	4.39	-	-	-

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี และมากกว่า 45 ปี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ส่วน ผู้ปกครองที่มีอายุ มากกว่า 45 ปี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	สถานภาพ		T	Sig.
	โสด , หม้าย , หย่าร้าง , แยกกันอยู่ (n=124)	สมรส (n=276)		
ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.34	4.43	1.567	0.118
ด้านราคา	4.08	4.06	0.188	0.851
ด้านช่องทางการติดต่อ	4.38	4.54	2.331	0.020*
ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4.26	4.37	1.545	0.123
ด้านอาจารย์และบุคลากร	4.47	4.48	0.213	0.832
ด้านกระบวนการทำงาน	4.37	4.36	0.203	0.839
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.31	4.26	0.727	0.468

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม สถานภาพ โดยใช้วิธี T-Test พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า sig เท่ากับ 0.118 ด้านราคา มีค่า sig เท่ากับ 0.851 ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่า sig เท่ากับ 0.123 ด้านอาจารย์และบุคลากร มีค่า sig เท่ากับ 0.832 ด้านกระบวนการทำงาน มีค่า sig เท่ากับ 0.839 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า sig เท่ากับ 0.468 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนด้านช่องทางการติดต่อ มีค่า sig เท่ากับ 0.020 ซึ่งมีค่า sig น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	อาชีพ				F	Sig.
	รับราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ฟรีแลนซ์/ อาชีพ อิสระ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		
	(n=171)	(n=113)	(n=85)	(n=31)		
ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.48	4.35	4.37	4.23	2.605	0.052
ด้านราคา	4.08	4.06	4.10	3.92	0.572	0.634
ด้านช่องทางการติดต่อ	4.50	4.39	4.59	4.46	1.650	0.177
ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4.38	4.24	4.42	4.23	1.753	0.156
ด้านอาจารย์และบุคลากร	4.55	4.36	4.55	4.36	3.086	0.027*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการ เลือกโรงเรียน อนุบาลเอกชนใน ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	อาชีพ				F	Sig.
	รับราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ฟรีแลนซ์/ อาชีพ อิสระ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		
	(n=171)	(n=113)	(n=85)	(n=31)		
ด้านกระบวนการ ทำงาน	4.42	4.26	4.41	4.27	1.683	0.170
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	4.36	4.20	4.28	4.16	1.840	0.139

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม อาชีพ โดยใช้วิธี One-Way ANOVA พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า sig เท่ากับ 0.052 ด้านราคา มีค่า sig เท่ากับ 0.634 ด้านช่องทางการติดต่อ มีค่า sig เท่ากับ 0.177 ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่า sig เท่ากับ 0.156 ด้านกระบวนการทำงาน มีค่า sig เท่ากับ 0.170 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า sig เท่ากับ 0.139 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนด้านอาจารย์และบุคลากร มีค่า sig เท่ากับ 0.027 ซึ่งมีค่า sig น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งการพิจารณาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามผู้ปกครองที่มีอาชีพสูงสุดแตกต่างกัน โดยการทดสอบความ

แตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบดังตารางที่ 4.20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี LSD

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	อาชีพ	\bar{X}	ค่า Sig.			
			รับราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ฟรี แลนซ์/ อาชีพ อิสระ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
ด้านอาจารย์และบุคลากร	รับราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.55	-	0.00**	0.98	0.11
	พนักงาน บริษัทเอกชน	4.36	-	0.02*	0.95	
	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ฟรี แลนซ์/อาชีพ อิสระ	4.55	-	-	0.14	
	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	4.36	-	-	-	

หมายเหตุ*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านอาจารย์และบุคลากรแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วน ผู้ปกครองที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ฟรีแลนซ์/อาชีพอิสระ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม

การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านอาจารย์และบุคลากร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นใบโฆษณาหรือเห็นการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้จัดทำเอกสารนี้ ถือว่าผิดกฎหมาย และต้องแจ้งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสม	รายได้					F	Sig.
	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 20,000 บาท	20,001 บาท	25,001 บาท	30,001 บาท	มากกว่า 35,000 บาท		
	(n=143)	(n=61)	(n=43)	(n=37)	(n=116)		
ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.32	4.41	4.53	4.53	4.41	1.935	0.104
ด้านราคา	4.09	4.03	4.02	4.24	4.02	0.826	0.509
ด้านช่องทางการติดต่อ	4.45	4.48	4.50	4.52	4.52	0.259	0.904
ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4.34	4.31	4.45	4.34	4.31	0.393	0.814
ด้านอาจารย์และบุคลากร	4.46	4.42	4.39	4.61	4.52	0.958	0.430
ด้านกระบวนการทำงาน	4.35	4.36	4.34	4.50	4.34	0.405	0.805
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.26	4.26	4.22	4.47	4.28	1.013	0.401

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม รายได้ โดยใช้วิธี One-Way ANOVA พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านหลักสูตรการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า sig เท่ากับ 0.104 ด้านราคา มีค่า sig เท่ากับ 0.509 ด้านช่องทางการติดต่อ มีค่า sig เท่ากับ 0.904 ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่า sig เท่ากับ 0.814 ด้านอาจารย์และบุคลากร มีค่า sig เท่ากับ 0.430 ด้านกระบวนการทำงาน มีค่า sig เท่ากับ 0.805 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า sig เท่ากับ 0.401 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ระดับการศึกษา			F	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี		
	(n=137)	(n=185)	(n=78)		
ด้านหลักสูตรการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.42	4.32	4.55	4.654	0.010*
ด้านราคา	4.06	4.04	4.15	0.681	0.507
ด้านช่องทางการติดต่อ	4.55	4.42	4.54	2.011	0.135
ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4.39	4.28	4.38	1.513	0.222
ด้านอาจารย์และบุคลากร	4.49	4.42	4.61	2.749	0.065
ด้านกระบวนการทำงาน	4.49	4.42	4.61	3.021	0.050
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	4.26	4.42	2.489	0.084

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม ระดับการศึกษา โดยใช้วิธี One-Way ANOVA พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านราคา มีค่า sig เท่ากับ 0.507 ด้านช่องทางการติดต่อ มีค่า sig เท่ากับ 0.135 ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่า sig เท่ากับ 0.222 ด้านอาจารย์และบุคลากร มีค่า sig เท่ากับ 0.065 ด้านกระบวนการทำงาน มีค่า sig เท่ากับ 0.050 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า sig เท่ากับ 0.084 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า sig เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่า sig น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งการพิจารณาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน โดยการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี LSD

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ระดับการศึกษา	\bar{X}	ค่า Sig.		
			ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.42	-	0.11	0.11
	ปริญญาตรี	4.32		-	0.00**
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.55			-

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วน ประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับ การศึกษา พบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้าน หลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม จำนวนบุตร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือก โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวนบุตร			F	Sig.
	ไม่มีบุตร	1 คน	2 คน หรือ มากกว่า		
	(n=72)	(n=183)	(n=145)		
ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.40	4.41	4.39	0.090	0.914
ด้านราคา	4.18	4.05	4.03	1.195	0.304
ด้านช่องทางการติดต่อ	4.33	4.50	4.55	3.017	0.050
ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4.17	4.34	4.43	3.851	0.022
ด้านอาจารย์และบุคลากร	4.50	4.49	4.46	0.084	0.919
ด้านกระบวนการทำงาน	4.40	4.34	4.38	0.230	0.794
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.43	4.28	4.21	2.866	0.058

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสม การตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม จำนวนบุตร โดยใช้วิธี One-Way ANOVA พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า sig เท่ากับ 0.914 ด้านราคา มีค่า sig เท่ากับ 0.304 ด้านช่องทางการติดต่อ มีค่า sig เท่ากับ 0.050 ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่า sig เท่ากับ 0.022 ด้านอาจารย์และบุคลากร มีค่า sig เท่ากับ 0.919 ด้านกระบวนการทำงาน มีค่า sig เท่ากับ 0.794 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า sig เท่ากับ 0.058 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม อายุ

แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	อายุ			F	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี (n=153)	35 - 45 ปี (n=161)	มากกว่า 45 ปี (n=86)		
ด้านความต้องการทางร่างกาย	4.40	4.25	4.44	3.345	0.036*
ด้านความต้องการความปลอดภัย	4.42	4.26	4.47	3.310	0.038*
ด้านความต้องการด้านสังคม	4.36	4.25	4.27	1.303	0.273
ด้านความต้องการการยกย่อง	4.38	4.29	4.38	1.044	0.353
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	4.46	4.38	4.44	0.636	0.530

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี One -Way ANOVA พบว่า แรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการด้านสังคม มีค่า sig เท่ากับ 0.273 ด้านความต้องการการยกย่อง มีค่า sig เท่ากับ 0.353 ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีค่า sig เท่ากับ 0.530 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนด้านความต้องการทางร่างกาย มีค่า sig เท่ากับ 0.036 ด้านความต้องการความปลอดภัย มีค่า sig เท่ากับ 0.038 ซึ่งมีค่า sig น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งการพิจารณาความแตกต่างของแรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามผู้ปกครองที่มีอายุสูงสุดแตกต่างกัน โดยการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของแรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี LSD

แรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	อายุ	\bar{X}	ค่า Sig.		
			น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	35 - 45 ปี	มากกว่า 45 ปี
ด้านความต้องการทางร่างกาย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	4.40	-	0.04*	0.58
	35 - 45 ปี	4.25		-	0.02*
	มากกว่า 45 ปี	4.44			-
ด้านความต้องการความปลอดภัย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	4.42	-	0.04*	0.56
	35 - 45 ปี	4.26		-	0.02*
	มากกว่า 45 ปี	4.47			-

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุ 35 -45 ปี มีระดับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกายแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี และผู้ปกครองที่มีอายุ มากกว่า 45 ปี มีระดับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกายแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี ส่วน ผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี มีระดับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการความปลอดภัยแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี กับ ผู้ปกครองที่มีอายุ มากกว่า 45 ปี มีระดับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการความปลอดภัยแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม สถานภาพ

แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	สถานภาพ		T	Sig.
	โสด , หม้าย , หย่าร้าง , แยกกันอยู่ (n=124)	สมรส (n=276)		
ด้านความต้องการทางร่างกาย	4.35	4.35	0.110	0.912
ด้านความต้องการความปลอดภัย	4.40	4.35	0.616	0.539
ด้านความต้องการด้านสังคม	4.29	4.30	0.153	0.879
ด้านความต้องการการยกย่อง	4.33	4.35	0.406	0.685
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	4.41	4.43	0.278	0.781

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม สถานภาพ โดยใช้วิธี T-Test พบว่า แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกาย มีค่า sig เท่ากับ 0.912 ด้านความต้องการความปลอดภัย มีค่า sig เท่ากับ 0.539 ด้านความต้องการด้านสังคม มีค่า sig เท่ากับ 0.879 ด้านความต้องการการยกย่อง มีค่า sig เท่ากับ 0.685 ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีค่า sig เท่ากับ 0.781 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม อาชีพ

แรงจูงใจของผู้ปกครอง ในการเลือกโรงเรียน อนุบาลเอกชนในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	อาชีพ				F	Sig.
	รับราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ฟรี แลนซ์/ อาชีพ อิสระ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		
	(n=171)	(n=113)	(n=85)	(n=31)		
ด้านความต้องการทาง ร่างกาย	4.41	4.26	4.41	4.19	2.136	0.095
ด้านความต้องการความ ปลอดภัย	4.39	4.28	4.46	4.27	1.570	0.196
ด้านความต้องการด้าน สังคม	4.34	4.23	4.35	4.17	1.284	0.280

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

แรงจูงใจของ ผู้ปกครองในการเลือก โรงเรียนอนุบาล เอกชนในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	อาชีพ				F	Sig.
	รับราชการ	พนักงาน	ประกอบ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ฟรี แลนซ์/ อาชีพ อิสระ			
	(n=171)	(n=113)	(n=85)	(n=31)		
ด้านความต้องการการ ยกย่อง	4.42	4.20	4.42	4.30	3.028	0.029*
ด้านความต้องการ ประสบความสำเร็จใน ชีวิต	4.48	4.38	4.46	4.18	2.218	0.086

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม อาชีพ โดยใช้วิธี One -Way ANOVA พบว่า แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกาย มีค่า sig เท่ากับ 0.095 ด้านความต้องการความปลอดภัย มีค่า sig เท่ากับ 0.196 ด้านความต้องการด้านสังคม มีค่า sig เท่ากับ 0.280 ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีค่า sig เท่ากับ 0.086 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนด้านความต้องการการยกย่อง มีค่า sig เท่ากับ 0.029 ซึ่งมีค่า sig น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งการพิจารณาความแตกต่างของแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คะแนนออกเฉียงเหนือ จำแนกตามผู้ปกครองที่มีอาชีพสูงสุดแตกต่างกัน โดยการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของแรงงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี LSD

แรงงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	อาชีพ	\bar{X}	ค่า Sig.			พ่อบ้าน/แม่บ้าน
			รับราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ฟรี แลนซ์/ อาชีพ อิสระ	
ด้านความต้องการการยก ย่อง	รับราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.42	-	0.00**	0.99	0.36
	พนักงาน บริษัทเอกชน	4.20	-	-	0.01*	0.43
	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ ฟรีแลนซ์/ อาชีพอิสระ	4.42	-	-	-	0.39
	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	4.30	-	-	-	-

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของแรงงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีระดับแรงงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกายแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ปกครองที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนในสถานศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่หรือใช้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนตัว/ฟรีแลนซ์/อาชีพอิสระ มีระดับแรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกายแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงงูใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม รายได้

แรงงูใจของ	รายได้					F	Sig.
	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 20,000 บาท (n=143)	20,001 บาท (n=61)	25,001 บาท (n=43)	30,001 บาท (n=37)	มากกว่า 35,000 บาท (n=116)		
ผู้ปกครองในการ เลือกโรงเรียน อนุบาลเอกชนใน ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ							
ด้านความต้องการ ทางร่างกาย	4.31	4.32	4.30	4.47	4.39	0.630	0.641
ด้านความต้องการ ความปลอดภัย	4.36	4.34	4.27	4.55	4.36	0.906	0.460
ด้านความต้องการ ด้านสังคม	4.29	4.29	4.32	4.45	4.26	0.691	0.599
ด้านความต้องการ การยกย่อง	4.36	4.33	4.38	4.53	4.26	1.269	0.281
ด้านความต้องการ ประสบความสำเร็จ ในชีวิต	4.39	4.40	4.50	4.56	4.40	0.774	0.543

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงงูใจของ
ผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม รายได้ โดย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้วิธี One - Way ANOVA พบว่า แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกาย มีค่า sig เท่ากับ 0.641 ด้านความต้องการความปลอดภัย มีค่า sig เท่ากับ 0.460 ด้านความต้องการด้านสังคม มีค่า sig เท่ากับ 0.599 ด้านความต้องการการยกย่อง มีค่า sig เท่ากับ 0.281 ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีค่า sig เท่ากับ 0.543 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม ระดับการศึกษา

แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ระดับการศึกษา			F	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี		
	(n=137)	(n=185)	(n=78)		
	ด้านความต้องการทางร่างกาย	4.34	4.30		
ด้านความต้องการความปลอดภัย	4.38	4.34	4.42	0.489	0.614
ด้านความต้องการด้านสังคม	4.33	4.27	4.31	0.452	0.636
ด้านความต้องการการยกย่อง	4.40	4.29	4.38	1.250	0.288
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	4.42	4.38	4.51	1.083	0.340

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม ระดับการศึกษา โดยใช้วิธี One-Way ANOVA พบว่า แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกาย มีค่า sig เท่ากับ 0.137 ด้านความปลอดภัย มีค่า sig เท่ากับ 0.614 ด้านความต้องการด้านสังคม มีค่า sig เท่ากับ 0.636 ด้านการยกย่อง มีค่า sig เท่ากับ 0.288 ด้านความสำเร็จในชีวิต มีค่า sig เท่ากับ 0.340 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เท่ากับ 0.636 ด้านความต้องการการยกย่อง มีค่า sig เท่ากับ 0.288 ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีค่า sig เท่ากับ 0.340 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม จำนวนบุตร

แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวนบุตร			F	Sig.
	ไม่มีบุตร	1 คน	2 คนหรือมากกว่า		
	(n=72)	(n=183)	(n=145)		
ด้านความต้องการทางร่างกาย	4.47	4.35	4.28	2.075	0.127
ด้านความต้องการความปลอดภัย	4.52	4.36	4.30	2.514	0.082
ด้านความต้องการด้านสังคม	4.36	4.30	4.26	0.517	0.597
ด้านความต้องการการยกย่อง	4.35	4.36	4.33	0.101	0.904
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	4.43	4.44	4.40	0.203	0.817

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม จำนวนบุตร โดยใช้วิธี One-Way ANOVA พบว่า แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกาย มีค่า sig เท่ากับ 0.127 ด้านความต้องการความปลอดภัย มีค่า sig เท่ากับ 0.082 ด้านความต้องการด้านสังคม มีค่า sig เท่ากับ 0.597 ด้านความต้องการการยกย่อง มีค่า sig เท่ากับ 0.904 ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีค่า sig เท่ากับ 0.817 ซึ่งมีค่า sig มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ และ 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ มีผลสรุป ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี จำนวน 153 คนคิดเป็นร้อยละ 38.3 มีสถานภาพสมรสจำนวน 276 คนคิดเป็นร้อยละ 69.0 มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 171 คนคิดเป็นร้อยละ 42.8 มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 143 คนคิดเป็นร้อยละ 35.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 185 คนคิดเป็นร้อยละ 46.3 และมีจำนวนบุตร 1 คนจำนวน 183 คนคิดเป็นร้อยละ 45.8

5.1.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่าด้านช่องทางการติดต่ออยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 รองลงมาคือด้านอาจารย์และบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 และสามารถสรุปเป็นรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้

ด้านช่องทางการติดต่อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่าสามารถติดต่อโรงเรียนได้หลายช่องทางเช่น โทรศัพท์ โอนไลน์ อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 รองลงมาสามารถติดต่อโรงเรียนได้ตลอดเวลาทั้งที่เป็นช่วงปิดเทอมด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 และโรงเรียนมีการสื่อสารโดยการโทรแจ้งผู้ปกครอง อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77

ด้านอาจารย์และบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่าครุมีบุคลิกภาพ และการแต่งกาย ที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 รองลงมาผู้บริหารและครุมีความรู้ความสามารถ และมุ่งมั่นต่อความสำเร็จในการทำงาน และครุเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกแก่นักเรียนและผู้ปกครองอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67, 0.73 และจำนวนครูต่อจำนวนนักเรียนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า โรงเรียนจัดสื่ออุปกรณ์นวัตกรรมที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้แก่ นักเรียน และโรงเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียนให้ก้าวหน้าตามศักยภาพของแต่ละคนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 รองลงมาโรงเรียนมีหลักสูตรการเรียนการสอนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และมีการอบรมคุณธรรมจริยธรรมและ กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนควบคู่ไปกับการเรียนในหลักสูตรอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 โรงเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียนให้ก้าวหน้าตามศักยภาพของแต่ละคนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 อาหารและน้ำดื่มที่เพียงพอ สะอาด อร่อย มีประโยชน์ครบ 5 หมู่อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75

ด้านกระบวนการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า โรงเรียนมีแผนการสอนที่ได้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรฐานและชัดเจนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 รองลงมาโรงเรียนมีการพัฒนาปรับปรุงแผนการเรียนการสอนให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลาอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 โรงเรียนมีการวัดผลและประเมินพัฒนาการของเด็กที่ได้มาตรฐานและชัดเจนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 และโรงเรียนดูแลนักเรียนทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 โรงเรียนเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77

ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่าห้องเรียนและบริเวณรอบๆมีความสะอาดเรียบร้อยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 รองลงมามีห้องเรียนห้องปฏิบัติการห้องสมุดห้องพยาบาลและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ พร้อมอยู่ในสภาพการใ้ใช้งานได้ดีอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และบริเวณและอุปกรณ์ต่างๆ มีความปลอดภัยสำหรับนักเรียนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 โรงเรียนตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนมีการคมนาคมสะดวกอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 บรรยากาศโดยรวมร่มรื่นมีการปลูกต้นไม้และพืชประดับต่างๆ สวยงามอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 โรงเรียนตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีปราศจากมลภาวะทางกลิ่นเสียงหรือสิ่งที่เป็นอันตรายอยู่ข้างเคียงอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 โรงเรียนมีพื้นที่สำหรับจอดรถเพื่อรับ – ส่งเพียงพอต่อความต้องการอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03

ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่าโรงเรียนมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียน เช่น การจัดงานเทศกาลต่างๆอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 รองลงมาโรงเรียนจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และโรงเรียนมีการใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต เป็นต้นอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่ามีระบบการผ่อนชำระเงินค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าบริการเป็นงวดได้อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่ากับ 0.80 รองลงมา มีความคุ้มค่าทางด้านราคากับคุณภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 และกำหนดค่าธรรมเนียมการเรียนการสอนและค่าบริการที่ถูกเมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่นๆ ในระดับเดียวกันอยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา มีความเหมาะสมและมีความตั้งใจให้ส่งบุตรหลานเข้าเรียนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 มีทุนการศึกษามาช่วยแบ่งเบาภาระค่าเรียนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03

5.1.3 แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่าด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 รองลงมาคือด้านความต้องการความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ด้านความต้องการทางร่างกายและด้านความต้องการการยกย่องอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 และด้านความต้องการด้านสังคมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และสามารถสรุปเป็นรายด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้

ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่าบุตรของท่านเป็นเด็กที่แจ่มใสอารมณ์ดีมีความสุขในชีวิตอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 รองลงมาในการส่งบุตรหลานเข้าที่โรงเรียนนี้ทำให้รู้สึกเป็นพื้นฐานที่ดีต่อช่วงปฐมวัยของเด็กอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และบุตรหลานของท่านมีกิจกรรมยามที่ท่านรักตามที่ท่านต้องการอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

ด้านความต้องการความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่าตั้งอยู่ห่างจากบริเวณที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ เช่น ปิมน้ำมัน โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 รองลงมาโรงเรียนมีระบบกล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ระบบป้องกันไฟฟ้าลัดวงจร และระบบเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยครบถ้วนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และมีกระบวนการรักษาความปลอดภัยในการรับ-ส่งนักเรียนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 โรงเรียนมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในการปฐมพยาบาลฉุกเฉินประจำอยู่ตลอดเวลาอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82

ด้านความต้องการการยกย่อง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า โรงเรียนส่งเสริมความถนัดและความสามารถพิเศษของนักเรียนอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 รองลงมาบุตรหลานได้วิชาการที่เหมาะสมเพื่อศึกษาต่อในโรงเรียนที่ต้องการอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลต่างๆ มากมายอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

ด้านความต้องการทางร่างกาย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า มีอุปกรณ์การปฐมพยาบาลครบถ้วน และมีห้องเรียนห้องทานอาหารและสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆ ที่พร้อมและเหมาะสมสำหรับเด็กเล็กอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72, 0.74 รองลงมา มีเครื่องแบบชุดนักเรียนที่มีเนื้อผ้าและการออกแบบเหมาะสมกับเด็กเล็กอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และมีอาหารกลางวันที่สะอาดมีสารอาหารครบ 5 หมู่อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

ด้านความต้องการด้านสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า บุตรหลานได้มีสังคมเพื่อนที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 รองลงมา โรงเรียนมีชื่อเสียงที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และมีคำแนะนำจากคนรอบข้างเพื่อให้ส่งบุตรหลานเข้าศึกษาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79

5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

ตารางที่ 5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

	ด้าน หลักสูตร สื่อการ สอนและ สิ่ง อำนวยความสะดวก	ด้าน ราคา	ด้าน ช่องทาง การ ติดต่อ	ด้านโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์	ด้าน อาจารย์ และ บุคลากร	ด้าน กระบวนการ ทำงาน	ด้าน ลักษณะ ทาง กายภาพ
อายุ	×	×	×	×	×	×	✓
สถานภาพ	×	×	✓	×	×	×	×
อาชีพ	×	×	×	×	✓	×	×
รายได้ต่อ เดือน	×	×	×	×	×	×	×
ระดับ การศึกษา	✓	×	×	×	×	×	×
จำนวน บุตร	×	×	×	×	×	×	×

จากตารางที่ 5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สรุปได้ว่า

1.1 ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน ในด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งยอมรับสมมติฐานส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

1.2 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน ในด้านช่องทางการติดต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

1.3 ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน ในด้านอาจารย์และบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน

1.5 ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน ในด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 00.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานส่วนปัจจัยส่วนการตลาดด้านอื่นๆ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

1.6 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ส่วนปัจจัยส่วนการตลาดด้านอื่นๆ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

	ด้านความต้องการทางร่างกาย	ด้านความปลอดภัย	ด้านความต้องการด้านสังคม	ด้านความต้องการการยกย่อง	ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต
อายุ	✓	✓	×	×	×
สถานภาพ	×	×	×	×	×
อาชีพ	×	×	×	✓	×
รายได้ต่อเดือน	×	×	×	×	×
ระดับการศึกษา	×	×	×	×	×
จำนวนบุตร	×	×	×	×	×

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สามารถสรุปได้ว่า

2.1 ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน ในด้านความต้องการทางร่างกาย และด้านความต้องการความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 00.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐาน ส่วนแรงจูงใจด้านอื่นๆ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

2.2 ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน

2.3 ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน ด้านความต้องการการยกย่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 00.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐาน ส่วนแรงจูงใจด้านอื่นๆ ผู้ปกครองมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

2.4 ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน

2.5 ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน

2.6 ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน

5.2 การอภิปรายผล

จากผลการศึกษสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 00.05 ซึ่งเห็นได้จาก

ผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี และมากกว่า 45 ปี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านลักษณะทางเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กายภาพแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ส่วน ผู้ปกครองที่มีอายุ มากกว่า 45 ปี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของประกาศิต กิตติโก (2560) พบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนผู้ปกครองที่มีสถานภาพ สมรส มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการติดต่อแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีสถานภาพ โสด ,หม้าย ,หย่าร้าง ,แยกกัน อยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 00.05 เพราะผู้ปกครองที่สมรสมักจะมีการสลับกันมารบส่งลูก จึงต้องการการประสานงานกับโรงเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนผู้ปกครองที่มีอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้าน อาจารย์และบุคลากรแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสรินญา ชัยนุรัตน์ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนในจังหวัดฉะเชิงเทราจำแนกตามอาชีพ พบว่าโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพราะผู้ปกครองที่รับราชการจะมีความรู้และความสนใจเกี่ยวกับวุฒิการศึกษาของอาจารย์และบุคลากรจึงให้ความสำคัญในด้านนี้มากเป็นพิเศษ

ส่วนผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกาศิต กิตติโก (2560) พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 00.05 เพราะผู้ปกครองที่มีการศึกษาสูงย่อมต้องการให้ลูกมีการศึกษาที่สูงเช่นเดียวกับตน

ส่วนผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้ และจำนวนบุตร ที่แตกต่างกัน พบว่ามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน เป็นเพราะ ผู้ปกครองในยุคปัจจุบันต่างก็มองการศึกษาเป็นเครื่องมือ สำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของบุตรหลานให้ดีขึ้น ในการพัฒนาให้มีทั้งความรู้ ทักษะและคุณธรรม จริยธรรม และเนื่องจาก โรงเรียนในยุคนี้มีระบบการบริหารจัดการด้านการเงินของโรงเรียน แบบ การผ่อนชำระรายงวด ส่งผลให้ผู้ปกครองสามารถวางแผนในการชำระเงินได้ล่วงหน้า

5.2.2 ผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 00.05 ซึ่งเห็นได้จาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ปกครองที่มีอายุ มากกว่า 45 ปี มีระดับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกายแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี และผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี มีระดับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการทางร่างกายแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ส่วนผู้ปกครองที่มีอายุ มากกว่า 45 ปี มีระดับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการความปลอดภัยแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี และผู้ปกครองที่มีอายุ 35 - 45 ปี มีระดับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความต้องการความปลอดภัยแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอายุ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เหมหมัดอาหาว (2559) พบว่าผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน มีระดับการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน อาจมีแนวคิด ประสบการณ์ ทัศนคติรวมถึงภาระหน้าที่แตกต่างกัน เพราะผู้ปกครองที่มีอายุมากกว่า 45 ปีส่วนหนึ่งเป็นผู้ที่มีบุตรยาก หรือเป็นปู่ย่าตายายของหลานซึ่งจะห่วงใยสวัสดิภาพของลูกหลานมากเป็นพิเศษ

ผู้ปกครองที่มีอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจมีแรงจูงใจด้านความต้องการการยกย่องแตกต่างจากผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เหมหมัดอาหาว (2559) พบว่าโดยภาพรวมผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะผู้ปกครองที่รับราชการที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานสูงย่อมต้องการให้ลูกอยู่โรงเรียนอนุบาลที่มีชื่อเสียง มีหน้ามีตาร่วมกับคุณภาพด้านวิชาการ

ส่วนผู้ปกครองที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพ รายได้ ระดับการศึกษา และจำนวนบุตร ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน เป็นเพราะผู้ปกครองที่มีสถานภาพ รายได้ ระดับการศึกษา และจำนวนบุตร ที่ต่างกัน ในยุคปัจจุบันนี้มีแรงจูงใจในแต่ละด้านเท่า ๆ กัน

5.2.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่าด้านช่องทางการติดต่ออยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือด้านอาจารย์และบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุดด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุดด้านกระบวนการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุดด้าน โฆษณาและประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุดด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุดด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด และสามารถอภิปรายผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านช่องทางการติดต่อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 เป็นเพราะสามารถติดต่อโรงเรียนได้หลายช่องทางเช่น โทรศัพท์ ไลน์ สามารถติดต่อโรงเรียนได้ตลอดเวลาทั้งที่เป็นช่วงปิดเทอมด้วย และโรงเรียนมีการสื่อสารโดยการโทรแจ้งผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติคุณ ทวนสุวรรณ (2560) พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะโรงเรียนมีระยะทางในการเดินทางระหว่างโรงเรียนกับที่พักอาศัยมีความเหมาะสม ทำให้ผู้ปกครองมีความสะดวกสามารถเข้าถึงบริการของโรงเรียนได้ง่าย และบุคลากรมีความปลอดภัย ในการเดินทางไม่เหน็ด

ด้านอาจารย์และบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 เป็นเพราะผู้ปกครองต้องการครูที่มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสม ผู้บริหารและครูมีความรู้ความสามารถและมุ่งมั่นต่อความสำเร็จในการทำงาน ครูเอาใจใส่อำนวยความสะดวกแก่นักเรียนและผู้ปกครอง จำนวนครูต่อจำนวนนักเรียนมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรสุดา ตันตสุรฤกษ์ (2558) พบว่า การพัฒนาครูให้เป็นผู้ที่เอาใจใส่และฝึกการมีระเบียบวินัยให้นักเรียน และเพียงพอเหมาะสมต่อการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรม ซึ่งผู้ปกครองให้ความสำคัญกับรายข้อนี้ในการตัดสินใจมาก

ด้านหลักสูตรการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 เป็นเพราะผู้ปกครองต้องการโรงเรียนที่จัดสื่ออุปกรณ์นวัตกรรมที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กนักเรียน และโรงเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียนให้ก้าวหน้าตามศักยภาพของแต่ละคน โรงเรียนมีหลักสูตรการเรียนการสอนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ และมีการอบรมคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกาศิต กิตติโล (2560) พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลกิตติเวชม์ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ โรงเรียนส่งเสริมให้นักเรียนบรรลุเป้าหมายทั้งความรู้ ทักษะ คุณธรรมและจริยธรรม รู้จักการอยู่ร่วมกันและปรับตัวเข้ากับผู้อื่น ได้

ด้านกระบวนการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 เป็นเพราะโรงเรียนมีแผนการสอนที่ได้มาตรฐานและชัดเจน โรงเรียนมีการพัฒนาปรับปรุงแผนการเรียนการสอนให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา โรงเรียนมีการวัดผลและประเมินพัฒนาการของเด็กที่ได้มาตรฐานและชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรสุดา ตันตสุรฤกษ์ (2558) พบว่า โรงเรียนจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนานักเรียนทั้งด้านสมอง ร่างกาย และจิตใจ ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับรายข้อนี้ในการตัดสินใจมากที่สุดซึ่งด้านนี้เป็นด้านที่รวมเอากระบวนการเรียนการสอนและกระบวนการให้บริการของโรงเรียนเข้าด้วยกัน โดยทั้งสองระบบนี้

จะต้องมีความสัมพันธ์กัน การให้บริการของทางโรงเรียนต้องสอดคล้องกับกระบวนการเรียนการสอน

ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 เป็นเพราะโรงเรียนมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนและโรงเรียนมีการใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติคุณ ทวนสุวรรณ (2560) พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการจัดทำเอกสาร จดหมาย วารสารเพื่อสื่อสารและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียน ซึ่งเป็นการสื่อสารให้ผู้ปกครองทราบความก้าวหน้าและกิจกรรม ต่าง ๆ ของโรงเรียนอยู่เสมอ

ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 เป็นเพราะโรงเรียนจำเป็นต้องมีห้องเรียนและบริเวณรอบๆมีความสะอาดเรียบร้อย มีห้องปฏิบัติการห้องสมุดห้องพยาบาลและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอพร้อมอยู่ในสภาพการใช้งานได้ดี บริเวณและอุปกรณ์ต่างๆ มีความปลอดภัยสำหรับนักเรียน โรงเรียนตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนมีการคมนาคมสะดวกบรรยากาศโดยรวมร่มรื่นมีการปลูกต้นไม้และพืชประดับต่างๆ สวยงาม โรงเรียนตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีปราศจากมลภาวะทางกลิ่นเสียงหรือสิ่งที่เป็นอันตรายอยู่ข้างเคียง โรงเรียนมีพื้นที่สำหรับจอดรถเพื่อรับ – ส่งเพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรสุดา ตันตสุรฤกษ์ (2558) พบว่า การจัดสภาพแวดล้อมที่ดี มีห้องเรียน ห้องอาหาร ห้องน้ำสะอาด ที่เพียงพอเหมาะสมต่อการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรม ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับรายข้อนี้ในการตัดสินใจมากที่สุด

ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 เป็นเพราะโรงเรียนมีระบบการผ่อนชำระเงินค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าบริการ มีความคุ้มค่าทางด้านราคากับคุณภาพและกำหนดค่าธรรมเนียมการเรียนการสอนค่าบริการที่ถูกลงเมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่นๆ ในระดับเดียวกัน อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาที่มีความเหมาะสมมีความสนใจให้ส่งบุตรหลานเข้าเรียน และมีทุนการศึกษามาช่วยแบ่งเบาภาระค่าธรรมเนียมการเรียนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของArmstrong & Kotler (2009) พบว่า คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินซึ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างราคาที่ต้องจ่ายเงินออกไปกับคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับกลับมา

5.2.4 แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่าด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านความต้องการความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุดด้านความต้องการทางร่างกาย ด้านความต้องการการยกย่องอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความต้องการด้านสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด และสามารถอภิปรายเป็นรายข้อได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 เป็นเพราะผู้ปกครองในยุคปัจจุบันต้องการให้บุตรหลานเป็นเด็กที่แจ่มใสอารมณ์ดีมีความสุขในชีวิตทำให้รู้สึกเป็นพื้นฐานที่ดีต่อช่วงปฐมวัยของเด็ก และบุตรหลานของท่านมีกริยามารยาทที่น่ารักตามที่ท่านต้องการจึงเป็นข้อที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาสโลว์ (1954) กล่าวว่า เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ

ด้านความต้องการความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 เป็นเพราะความปลอดภัยของบุตรหลานก็ถือเป็นสิ่งสำคัญมากๆ สำหรับผู้ปกครอง การที่โรงเรียนตั้งอยู่ห่างจากบริเวณที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ โรงเรียนมีระบบกล้องวงจรปิดระบบป้องกันอัคคีภัยระบบป้องกันไฟฟ้าลัดวงจรระบบเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยครบถ้วน และโรงเรียนมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในการปฐมพยาบาลฉุกเฉินประจำอยู่ตลอดเวลา จึงเป็นสิ่งจำเป็นมากๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรสุดา ตันตสุรฤกษ์ (2558) พบว่า การจัดสภาพแวดล้อมที่ดีมีห้องเรียน ห้องอาหาร ห้องน้ำสะอาด ที่เพียงพอเหมาะสมต่อการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมผู้ปกครองให้ความสำคัญกับรายข้อนี้ในการตัดสินใจมากที่สุด และการที่โรงเรียนมีระบบป้องกันอัคคีภัย มีอุปกรณ์ดับเพลิงที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของโรงเรียนมีความทันสมัย ยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ปกครองนำมาใช้ในการตัดสินใจ

ด้านความต้องการทางร่างกายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 เป็นเพราะเด็กเล็กเป็นวัยที่ต้องการความระมัดระวังมากในทุกๆ ด้าน โรงเรียนจึงต้องมีอุปกรณ์การปฐมพยาบาลครบถ้วน และมีห้องเรียนห้องทานอาหาร และสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆ ที่พร้อมและเหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก มีเครื่องแบบชุดนักเรียนที่มีเนื้อผ้าและการออกแบบเหมาะสมกับเด็กเล็ก และมีอาหารกลางวันที่สะอาดมีสารอาหารครบ 5 หมู่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของมาสโลว์ (1954) กล่าวว่า ความต้องการของร่างกาย เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่

ด้านความต้องการการยกย่องโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 เป็นเพราะโรงเรียนส่งเสริมความถนัดและความสามารถพิเศษของนักเรียน บุตรหลานได้วิชาการที่เหมาะสมเพื่อศึกษาต่อในโรงเรียนที่ต้องการ และเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาสโลว์ (1954) กล่าวว่า เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะจากสังคมตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น

ด้านความต้องการด้านสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 เป็นเพราะ ในยุคปัจจุบันผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานได้มีสังคม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อนที่ดี โรงเรียนมีชื่อเสียงที่ดี และมีคำแนะนำจากคนรอบข้างเพื่อให้ส่งบุตรหลานเข้าศึกษา เพื่อที่จะส่งผลให้เด็กได้รับการยอมรับจากสังคมที่ผู้ปกครองคาดหวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาสโลว์ (1954) กล่าวว่า ความต้องการด้านสังคม หรือความต้องการความรักและการยอมรับ ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของ หมู่คณะ ความต้องการให้ได้การยอมรับ เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

5.3.1.1 จากการทดสอบสมมุติฐาน ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกันในด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ปกครองที่มีอายุ มากกว่า 45 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ซึ่งสูงที่สุดในกลุ่ม เป็นเพราะว่าผู้ปกครองกลุ่มนี้มีอายุค่อนข้างสูงจึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ความเป็นระเบียบ ความสะอาด และความปลอดภัยสำหรับบุตรหลานของตน โรงเรียนจึงควรให้ความสำคัญกับผู้ปกครองกลุ่มนี้ โดยทางโรงเรียนจะต้องคำนึงถึงความสะอาดเรียบร้อยของห้องเรียนและบริเวณรอบๆ มีความสวยงามร่มรื่น รวมไปถึงความปลอดภัยเป็นอย่างมาก และคอยสังเกตหรือสอบถามความต้องการในด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ปกครองกลุ่มนี้

5.3.1.2 จากการทดสอบสมมุติฐาน ผู้ปกครองที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันในด้านช่องทางการติดต่อ พบว่าผู้ปกครองที่มีสถานภาพ สมรสมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 ซึ่งสูงที่สุดในกลุ่มโรงเรียนจึงควรให้ความสำคัญกับผู้ปกครองกลุ่มนี้ โดยทางโรงเรียนอาจจะต้องเพิ่มช่องทางการติดต่อกับผู้ปกครองให้มากขึ้น เช่น มีช่องทางการติดต่อทาง Facebook โดยมีแอดมินทำหน้าที่ตอบคำถามของผู้ปกครองในช่วงเวลาทำการอยู่ตลอดเวลา หรือผู้ปกครองสามารถติดต่อทาง Line กลุ่มหรือส่วนตัวกับทางครูประจำชั้นได้ในเวลาทำการ และทางโรงเรียนควรมีช่องทางการแจ้งข่าวสารให้กับผู้ปกครองรับทราบมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทาง Fan page Facebook หรือทาง Line Official ของทางโรงเรียน

5.3.1.3 จากการทดสอบสมมุติฐาน ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันในด้านอาจารย์และบุคลากร พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 ซึ่งสูงที่สุดในกลุ่มโรงเรียนจึงควรให้ความสำคัญกับผู้ปกครองกลุ่มนี้ โดยทางโรงเรียนควรมีวิธีการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามาปฏิบัติงานด้วยความ

รอบคอบ และมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อเป็นเครื่องการันตีให้กับผู้ปกครองว่าบุตรหลานของท่าน จะได้รับการดูแลเอาใจใส่ในทุกๆด้านอย่างดีที่สุด เพราะเด็กเล็กต้องมีการดูแลเอาใจใส่ต่างจากเด็ก ในวัยอื่นๆ และบุคลากรที่จะเข้ามาปฏิบัติงานควรมีความรู้ความสามารถทั้งด้านวิชาการและด้าน บริการ โดยโรงเรียนอาจจะต้องขอคู่มือรับรองวุฒิหรือใบรับรองการอบรมเกี่ยวกับการศึกษาปฐมวัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ปกครอง

5.3.1.4 จากการทดสอบสมมุติฐาน ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันในด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 ซึ่งสูงที่สุดในกลุ่มเป็นเพราะว่า ผู้ปกครองกลุ่มนี้มีระดับการศึกษาที่สูงจึงให้ความสำคัญในเรื่องหลักสูตรการเรียนหรือสื่อการสอน เป็นอย่างมากโรงเรียนจึงควรให้ความสำคัญกับผู้ปกครองกลุ่มนี้ โดยทางโรงเรียนจะต้องมีหลักสูตร การเรียนการสอนที่ได้มาตรฐานตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ จัดหาอุปกรณ์หรือ นวัตกรรมใหม่ๆที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อเด็ก มีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของเด็กให้ก้าวหน้า ตามศักยภาพของเด็กแต่ละคน

5.3.1.5 จากการทดสอบสมมุติฐาน ผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจของ ผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันในด้านความ ต้องการทางร่างกายและด้านความต้องการความปลอดภัย พบว่าผู้ปกครองที่มีอายุ มากกว่า 45 ปี มี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 และ 4.47 ซึ่งสูงที่สุดในกลุ่มเป็นเพราะว่าผู้ปกครองกลุ่มนี้มีอายุค่อนข้างสูงจึงให้ ความสำคัญกับเรื่องของความต้องการทางร่างกายนั้นก็คือปัจจัย4 และความต้องการความปลอดภัย นั้นก็คือความปลอดภัยในด้านต่างๆของบุตรหลานของตน โรงเรียนจึงควรมีห้องเรียน ห้องทาน อาหาร และสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆที่พร้อมและเหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก จัดหาระบบความ ปลอดภัยต่างๆ เช่น ระบบกล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ระบบป้องกันไฟฟ้าลัดวงจร และ ระบบเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้ครบถ้วน มีเครื่องแบบชุดนักเรียนที่มีเนื้อผ้าและการ ออกแบบเหมาะสมกับเด็กเล็ก มีการนำเสนอเมนูอาหารกลางวันที่สะอาด มีสารอาหารครบ 5 หมู่ หน้าตาของอาหารที่น่ารับประทานดึงดูดใจให้เด็กมีความอยากรับประทานอาหารเพิ่มขึ้น และควรมี อุปกรณ์การปฐมพยาบาลครบถ้วนพร้อมใช้งาน

5.3.1.6 จากการทดสอบสมมุติฐาน ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความ คิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันด้านความต้องการการยกย่อง พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 ซึ่งสูงที่สุดในกลุ่มเป็นเพราะว่าผู้ปกครองกลุ่มนี้มีตำแหน่ง หน้าที่การงานที่มีเกียรติ เติบโตมาในครอบครัวข้าราชการจึงมีความต้องการในด้านความต้องการ การยกย่องสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น โรงเรียนจึงต้องมีแผนที่จะสร้างการตอบสนองความต้องการในด้าน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นี้ให้กับผู้ปกครองด้วย เช่น โรงเรียนมีการส่งเสริมความถนัดและความสามารถพิเศษของเด็กเพื่อค้นหาหรือดึงเอาความสามารถพิเศษของเด็กออกมาให้ได้มากที่สุด มีการเน้นด้านวิชาการที่เหมาะสมเพื่อเป็นพื้นฐานที่ดีในการเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นถัดไป จัดการสถานศึกษาของตนให้มีความพร้อมต่อการเข้าประกวดหรือรับรางวัลต่างๆที่ทางกระทรวงมีการจัดขึ้นอยู่เรื่อย ๆ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและเป็นเกียรติให้กับผู้ปกครอง

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรทำการศึกษาประสิทธิภาพการเรียนการสอนของอาจารย์และบุคลากรโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในอุดมคติของผู้ปกครอง

5.3.2.2 ควรทำการศึกษาแนวทางในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อปรับปรุงกระบวนการบริหารและดำเนินทางการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครองในปัจจุบัน

5.3.2.3 ควรทำการศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครอง โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อปรับปรุงกระบวนการศึกษาและความต้องการของผู้ปกครองในการนำบุตรหลานเข้ามาเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป

บรรณานุกรม

- กรสุดา ตันตสุรฤกษ์. 2558. “ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนกัทรบุตร อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตสาขาวิชาบริหารการศึกษา. คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กลุ่มงานราชกิจจานุเบกษา. 2545. พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2545. [Online]. Available : <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2542/A/074/1.PDF>
- กาญจนา มักเขียว. 2558. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนโชติกาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กิตติคุณ ทวนสุวรรณ. 2560. “ปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอก.
- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. 2556. ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : พงษ์วรินทร์ พรินติ้ง.
- กุลพร พูลสวัสดิ์. 2559. กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับสถานศึกษา (Strategic Marketing For School). [Online]. Available : <https://www.trueplookpanya.com/knowledge/content/52234/-edu-teaartedu-teaart-teaartdir-->
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : ซีเคแอนด์เอสโพลีโต้สตูดิโอ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550. สถิติสำหรับงานวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 3 ed. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญดาว จุฬาวงษ์. 2555. “การดำเนินงานตามกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.” คั่นคว้ออิสระ หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เนรมิตการพิมพ์.
- ณัฐวิกร ธรรมาพันธุ์. 2558. “การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลมารีนีร์มล จังหวัดจันทบุรี.” คั่นคว้ออิสระ หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต. คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. 2552. การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทสารี สุขโต. 2558. หลักการตลาด (Market: An Introduction) พิมพ์ครั้งที่ 2 ed. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ประกาศิต กิตติโล. 2560. “ปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลกิตติเวศม์ อำเภอรัทมนิ จังหวัดสงขลา.” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ภาวณิ กาญจนภา. 2554. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ท็อป.
- ยุทธ ไถยวรรณ. 2551. หลักการทำวิจัยและการทำวิทยานิพนธ์. [Online]. Available : <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/home.php>.
- ยุทธ ไถยวรรณ. 2553. หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระบบสถิติทางการทะเบียน. 2562. จำนวนเด็กในวัย 3-5 ขวบ. [Online]. Available : <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/home.php>.
- วิบูลย์ จุง. 2557. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ. [Online]. Available : <http://goo.gl/NhCf4C>
- ศรันยพงศ์ เทียงธรรม. 2552. ปัจจัยประเมินคุณภาพการบริการ. **Productivity World**, 14(83). 42-43.
- ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. 2545. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น
- ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข. 2559. ทฤษฎีการตัดสินใจ. [Online]. Available : <https://goo.gl/oxfX7N>
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2560. การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: บุญศิริ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และปณิศา มีจินดา. 2554. การบริหารตราเชิงกลยุทธ์และการสร้างคุณค่าตรา. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2560. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์อินบิซิเนส เวิลด์.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2546. **Service Marketing**. กรุงเทพฯ : NUT REPUBLIC.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2550. **เคล็ดลับการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : พีซี พรินท์เทค.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. 2543. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ยงพลเทรดดิ้ง.
- สุดาพร กุณฑลบุตร. 2557. **หลักการตลาดสมัยใหม่ (Modern Principle Marketing)**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สุภาภรณ์ ตั้งดำเนินสวัสดิ์. 2562. “ส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับโรงเรียนเอกชน.”
วิทยานิพนธ์ หลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต. สาขาวิชาภาวะผู้นำทางการศึกษา.
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. 2559. **จำนวนโรงเรียนอนุบาลเอกชน (ตามัญ)**
ในภาคอีสาน. [Online]. Available : <https://opec.go.th/>.
- Abraham H.Maslow. 1954. **ทฤษฎีแรงจูงใจ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.
- Abraham H.Maslow. 1954. **Motivation and Personality**. New York : Harper and Row.
- Abratt, R. & Mofokeng, T.N. 2001. Development and Management of Corporate Image in
South Africa. **European Journal of Marketing**, 35(3/4). 368-386.
- Armstrong, G. & Kotler, P. 2009. **Marketing, an introduction** 9th ed.. New Jersey : Pearson
Prentice Hall.
- Bell, L. & Rowley A.. 2002. The Impact of Educational Policy on Headship in Primary Schools
in England. **J. Educ. Admin.**, 40(3), 195-210.
- Friedman, B. A., Bobrowski, P. E. & Markow, D.. 2007 Predictors of Parents’ Satisfaction with
their Children’s School. **Journal of Educational Administration.**, 45(3), 278–288.
- Hoffman, K. D., & Bateson, J.E. 2008. **Services Marketing Concepts, Strategies, & Cases**.
USA,OH. : South-Western Cengage Learning.
- Lovelock, C. H. 1996. **Services Marketing** 3 ed. New Jersey : Prentice Hall.
- Malik, S. A.. 2015. Survey on Marketing Tactics Used to Build Private School Image and
Increase Parents’ Loyalty. **Int. J. Management in Education**, 9(2), 180- 199.
- Mustafa, L. M.. 2014. An Overview of Private Preschool in Malaysia: Marketing Strategies and
Challenges. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 130, 105 –113.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml and L. L. Berry. 1990. **Delivering quality service balancing
customer perception and expectations**. New York : The Free.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. L. 1994. **Consumer behaviour** 5 ed. Englewood Cliffs. NJ :
Prentice-Hell.
- Zeithaml V. A., Berry L. L. & Parasuraman, A. 1996. The behavioral consequences of service
quality. **Journal of Marketing Management**, 60(4), 31-46.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถือเป็นความลับในการวิเคราะห์ เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการและนำเสนอบทสรุปในภาพรวมเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ทางผู้ศึกษาขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่ท่านเลือก (เลือกตอบได้ข้อละ 1 คำตอบ)

1. อายุ

- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี
- 25 – 35 ปี
- 35 - 45 ปี
- มากกว่า 45 ปี

2. สถานภาพ

- โสด
- สมรส
- หม้าย , หย่าร้าง , แยกกันอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. อาชีพ

- รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ฟรีแลนซ์/อาชีพอิสระ พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 อื่นๆ.....

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคน

- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท
 20,001 - 25,000 บาท
 25,001 - 30,000 บาท
 30,001 - 35,000 บาท
 มากกว่า 35,000 บาท

5. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

6. จำนวนบุตรที่อยู่ในวัยเรียน.....คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ “เห็นด้วย”				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1. ด้านหลักสูตรสื่อการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก (Product)					
1.1 โรงเรียนมีหลักสูตรการเรียนการสอนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ					
1.2 โรงเรียนจัดสื่อ อุปกรณ์ และ วัสดุครุภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้แก่นักเรียน					
1.3 โรงเรียนจัดการศึกษาและบริการ อย่างหลากหลาย โดยคำนึงถึงความต้องการของนักเรียนและผู้ปกครอง					
1.4 โรงเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียนให้ก้าวหน้าตามศักยภาพของแต่ละคน					
1.5 มีการอบรมคุณธรรม จริยธรรม และกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนควบคู่ไปกับการเรียนในหลักสูตร					
1.6 อาหารและน้ำดื่มที่เพียงพอ สะอาด อร่อย มีประโยชน์ครบ 5 หมู่					
2. ด้านราคา (Price)					
2.1 อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม และมีความจูงใจให้ส่งบุตรหลานเข้าเรียน					
2.2 มีระบบการผ่อนชำระเงิน ค่าธรรมเนียมการเรียน และ ค่าบริการ เป็นงวดได้					
2.3 มีทุนการศึกษามาช่วยแบ่งเบาภาระค่าเรียน					
2.4 มีความคุ้มค่าทางด้านราคากับคุณภาพ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ “เห็นด้วย”				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
2.5 กำหนดค่าธรรมเนียมการเรียน การสอน และ ค่าบริการ ที่ถูก เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่นๆ ในระดับ เดียวกัน					
3. ด้านช่องทางการติดต่อ (Place)					
3.1 สามารถติดต่อโรงเรียนได้หลายช่องทางเช่น โทรศัพท์ ไลน์					
3.2 สามารถติดต่อโรงเรียนได้ตลอดเวลาทั้งที่เป็นช่วง ปิดเทอมด้วย					
3.3 โรงเรียนมีการสื่อสารโดยการโทรแจ้งผู้ปกครอง					
4. ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Promotion)					
4.1 โรงเรียนมีการใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
4.2 โรงเรียนจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของ โรงเรียน					
4.3 โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อ ประชาสัมพันธ์โรงเรียน เช่น การจัดงานเทศกาลต่างๆ					
5. ด้านอาจารย์และบุคลากร (People)					
5.1 ผู้บริหารและครูมีความรู้ ความสามารถ และมุ่งมั่น ต่อความสำเร็จในการทำงาน					
5.2 ครูมีบุคลิกภาพ และการแต่งกาย ที่เหมาะสม					
5.3 จำนวนครูต่อจำนวนนักเรียนมีความเหมาะสม					
5.4 ครูเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกแก่นักเรียน และผู้ปกครอง					
6. ด้านกระบวนการทำงาน (Process)					
6.1 โรงเรียนมีแผนการสอนที่ได้มาตรฐานและชัดเจน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ “เห็นด้วย”				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
6.2 โรงเรียนมีการวัดผลและประเมินพัฒนาการของเด็กที่ได้มาตรฐานและชัดเจน					
6.3 โรงเรียนเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน					
6.4 โรงเรียนมีการพัฒนา ปรับปรุงแผนการเรียนการสอนให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา					
6.5 โรงเรียนดูแลนักเรียนทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน					
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
7.1 บรรยากาศโดยรอบร่มรื่น มีการปลูกต้นไม้และพืชประดับต่างๆ สวยงาม					
7.2 บริเวณและอุปกรณ์ต่างๆมีความปลอดภัยสำหรับนักเรียน					
7.3 มีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด ห้องพยาบาล และสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ พร้อม อยู่ในสภาพการใช้งานได้ดี					
7.4 ห้องเรียน และบริเวณรอบๆมีความสะอาดเรียบร้อย					
7.5 โรงเรียนตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีการคมนาคมสะดวก					
7.6 โรงเรียนตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ปราศจากมลภาวะทางกลิ่น เสียงหรือสิ่งที่เป็นอันตรายอยู่ข้างเคียง					
7.7 โรงเรียนมีพื้นที่สำหรับจอดรถเพื่อ รับ – ส่งเพียงพอต่อความต้องการ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการตัดสินใจที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาล เอกชน ตามหลักทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human & Motivation)	ระดับความคิดเห็น “เห็นด้วย”				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ความต้องการทางร่างกาย					
1.1 มีอาหารกลางวันที่สะอาด และมีสารอาหารครบ 5 หมู่					
1.2 มีเครื่องแบบชุดนักเรียนที่มีเนื้อผ้าและการ ออกแบบเหมาะสมกับเด็กเล็ก					
1.3 มีอุปกรณ์การปฐมพยาบาลครบถ้วน					
1.4 มีห้องเรียน ห้องทานอาหาร และสถานที่จัด กิจกรรมต่างๆที่พร้อมและเหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก					
2. ความต้องการความปลอดภัย					
2.1 โรงเรียนมีระบบกล้องวงจรปิด ระบบป้องกัน อัคคีภัย ระบบป้องกันไฟฟ้าลัดวงจร และระบบ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยครบถ้วน					
2.2 ตั้งอยู่ห่างจากบริเวณที่มีความเสี่ยงที่จะเกิด อุบัติเหตุ เช่น บัม น้ำมัน โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น					
2.3 โรงเรียนมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในการปฐมพยาบาล ฉุกเฉินประจำอยู่ตลอดเวลา					
2.4 มีกระบวนการรักษาความปลอดภัยในการ รับ-ส่ง นักเรียน					
3. ความต้องการด้านสังคม					
3.1 มีคำแนะนำจากคนรอบข้างเพื่อให้ส่งบุตรหลาน เข้าศึกษา					
3.2 โรงเรียนมีชื่อเสียงที่ดี					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาล เอกชน ตามหลักทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human & Motivation)	ระดับความคิดเห็น “เห็นด้วย”				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
3.3 บุตรหลานได้มีสังคมเพื่อนที่ดี					
4. ความต้องการการยกย่อง					
4.1 บุตรหลานได้วิชาการที่เหมาะสมเพื่อศึกษาต่อใน โรงเรียนที่ต้องการ					
4.2 โรงเรียนส่งเสริมความถนัดและความสามารถ พิเศษของนักเรียน					
4.3 เป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลต่างๆมากมาย					
5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต					
5.1 บุตรหลานของท่านมีกิจกรรมยามที่น่านรักตามที่ ท่านต้องการ					
5.2 บุตรของท่านเป็นเด็กที่แจ่มใส อารมณ์ดีมีความสุข ในชีวิต					
5.3 ในการส่งบุตรหลานเข้าที่โรงเรียนนี้ ทำให้รู้สึก เป็นพื้นฐานที่ดีต่อช่วงปฐมวัยของเด็ก					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

โปรดให้ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ท่านใช้ในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่าน ที่กรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายพรเทพ ไพบูล
วัน เดือน ปี เกิด	6 สิงหาคม 2535
สถานที่เกิด	จังหวัดขอนแก่น
ที่อยู่ปัจจุบัน	122/1 ถนนเสริมสวัสดิ์ อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น 40120
วุฒิการศึกษา	2554 – 2558 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมการวัดคุม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ประสบการณ์ทำงาน	2559 – 2560 ตำแหน่งวิศวกรโครงการ บริษัท พีอีซีไอ-ไทย จำกัด 2561 – 2564 ตำแหน่งวิศวกรโครงการ บริษัท บลูเอ็นเนอร์จีสตีลแอนด์ เทคโนโลยี จำกัด
โทรศัพท์	088 033 7558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้