ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนกับการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้ คอนคอร์ด

The Relationship Between School Management Factors and Parents' Decision-making to Enroll Their Children in International Schools in Chiang Mai: A Case Study of Unity Concord International School

สุมนา ยามาชิตะ[1], นงนภัส พันธ์พลกฤต[2] และ ประภัสสร สมสถาน[3]

Sumana Yamashita[1], Nongnaphat Phanphonlakrit[2] and Prapatsorn Somsathan[3]

หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยพายัพ

Master of Education in Educational Administration, Payap University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: [1]yamashitasumana@gmail.com

Retrieved: February 16, 2026; **Revised:** March 10, 2026; **Accepted:** March 12, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนและการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ ตลอดจนเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการกับการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ ทั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ปกครองของนักเรียนที่เข้ารับการศึกษาในโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้ คอนคอร์ด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณตามสูตรของเครจซี่และมอร์แกน และใช้วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน และกระบวนการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติ ซึ่งมีการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถาม มีค่าระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach’s Alpha Coefficient) ของครอนบาค มีค่าเท่ากับ 0.971 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเทียบเกณฑ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน รวม 7 ด้าน สรุปว่า ปัจจัยด้านที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลากร และมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา นอกจากนี้ การตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ มี 5 ขั้นตอน สรุปได้ว่า ผู้ปกครองมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกขั้นตอน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ขั้นการแสวงหาข้อมูล ขั้นการประเมินทางเลือก ขั้นการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น ขั้นพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และขั้นการตัดสินใจซื้อ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนกับการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเรียงลำดับค่าความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านราคา และด้านทำเลที่ตั้ง

คำสำคัญ: ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน; การตัดสินใจของผู้ปกครอง; การส่งบุตรหลานเข้าเรียน; โรงเรียนนานาชาติ

Abstract

This research aimed to study school management factors and parents' decision-making to enroll their children in international schools, as well as to examine the relationship between school management factors and parents' decision-making to enroll their children in international schools. A quantitative research approach was employed. The sample consisted of 300 parents of students studying at Unity Concord International School in Chiang Mai Province. The sample size was determined using the Krejcie and Morgan formula, and participants were selected through convenience sampling. The research instrument was a questionnaire consisting of general information, school management factors, and the decision-making process of parents to enroll their children in international schools. The content validity of the questionnaire items was examined using the Index of Item–Objective Congruence (IOC), with values ranging from 0.67 to 1.00. The reliability of the questionnaire was tested using Cronbach's Alpha Coefficient, yielding a value of 0.971. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, interpretation based on criteria, and Pearson's correlation coefficient.

The research findings revealed that:

1. In terms of school management factors, consisting of seven aspects, People had the highest level of importance influencing parents' decision-making to enroll their children in international schools. The other factors were rated at a high level and ranked from highest to lowest as follows: Physical Environment, Process, Product, Place, Promotion, and Price. In addition, parents' decision-making to enroll their children in international schools consists of five stages. The results showed that parents demonstrated a high level of decision-making in all stages. The stages were ranked from highest to lowest as follows: information search stage, evaluation of alternatives stage, problem or need recognition stage, post-purchase behavior stage, and purchase decision stage.

2. The relationship between school management factors and parents' decision-making to enroll their children in international schools showed a high positive correlation, with statistical significance at the 0.01 level, in the aspect of Promotion. In addition, moderate positive correlations were found at the 0.01 level, ranked from highest to lowest as follows: Process, People, Product, Physical Environment, Price, and Place.

Keywords: School Management Factors; Parents' Decision-Making; Enrolling Children in Schools; International Schools

บทนำ

สังคมโลกในศตวรรษที่ 21 เป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วภายใต้บริบทของโลกาภิวัฒน์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จนถูกเรียกในหลากหลายมิติ เช่น ยุคคลื่นลูกที่สาม และยุคดิจิทัล ซึ่งสะท้อนถึงสังคมที่เน้นการแข่งขันและการพัฒนาความรู้สู่การเป็นสินทรัพย์ทางปัญญา บุคคลจึงต้องปรับตัวและเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทักษะภาษาอังกฤษในฐานะภาษาสากลที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ผู้ที่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะผู้ที่ใช้ได้มากกว่าสองภาษา ย่อมมีความได้เปรียบทางสังคมและโอกาสในหน้าที่การงานมากกว่า (จินตนา สุจจานันท์, 2556)

การพัฒนาการศึกษาไทยเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่ทั้งการ “ซ่อม” ระบบเดิมให้มีประสิทธิภาพ และการ “สร้าง” กลไกใหม่เพื่อรองรับพลวัตของโลกยุคใหม่ มุ่งสู่การเป็นสังคมแห่งปัญญาและการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่กำหนดให้การศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนาคนและสังคม เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและความก้าวหน้าทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศ

ภาครัฐจึงให้การสนับสนุนสถาบันการศึกษาและกำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคอาเซียน โดยมีการจัดตั้งโรงเรียนนานาชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 และขยายตัวตามการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งทำให้จำนวนชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โรงเรียนนานาชาติจึงเข้ามามีบทบาททั้งในฐานะสถาบันการศึกษาและธุรกิจบริการที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ (สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2551)

ปัจจุบัน โรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจากศักยภาพทางเศรษฐกิจและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง ไม่ใช่ทุกโรงเรียนจะประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองอย่างรอบด้าน (Hall & Nattinger, 2012)

ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ของ Kotler Philip (2003) ซึ่งประกอบด้วย 7P’s ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ถือเป็นกรอบแนวคิดที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนนานาชาติที่มีลักษณะเป็นธุรกิจบริการ โดยบุคลากรมีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ นอกจากนี้กระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอนของ Kotler Philip, Keller Lane Kevin (2016) ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ ยังสามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้ปกครองได้อย่างเป็นระบบ

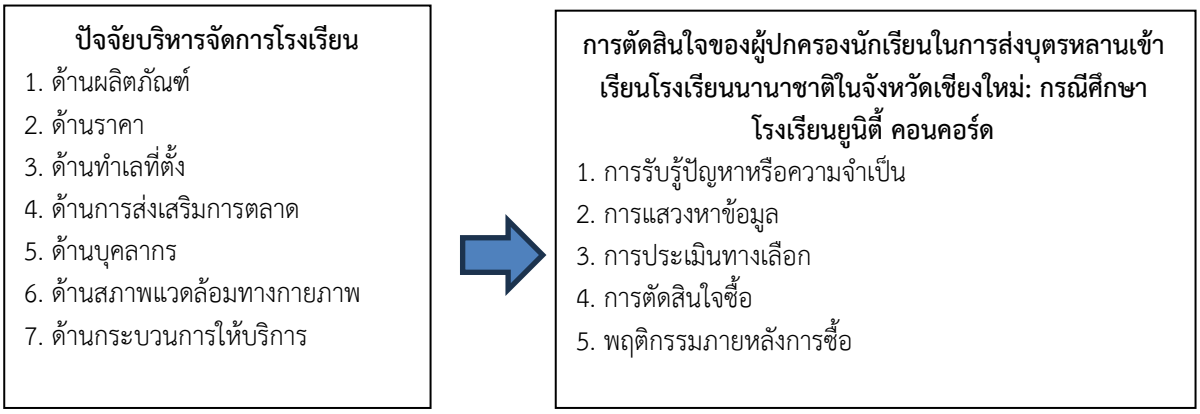
อย่างไรก็ตาม มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนนานาชาติ พบว่าผลการวิจัยเป็นบริบทกรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี จังหวัดสงขลา เป็นต้น และการวิจัยในครั้งนี้ เป็นกรณีศึกษาโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้ คอนคอร์ด จังหวัดเชียงใหม่ จะทำให้ได้ผลการวิจัยมีความเฉพาะสำหรับโรงเรียนนานาชาติแห่งนี้ ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยจึงมุ่งศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการโรงเรียนและการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ตลอดจนวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการโรงเรียนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครองและก้าวสู่มาตรฐานสากลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนและการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการกับการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ปกครองของนักเรียนที่เข้ารับการศึกษาในโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้ คอนคอร์ด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1,177 คน

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การคำนวณตามสูตรของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองนักเรียนจำนวนไม่ต่ำกว่า 290 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 300 คน ด้วยวิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยผู้วิจัยทำการยกร่างข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนและการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้ คอนคอร์ด สำหรับข้อคำถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating scale) กำหนดค่า 5 ระดับ ระดับตั้งแต่มากไปน้อย ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยใช้เกณฑ์ค่าคะแนนเฉลี่ยแปลผลเทียบเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2560)

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษา 3 ท่าน พิจารณาความชัดเจนของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในข้อคำถาม โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความ

สอดคล้อง (Index of Item-objective congruence: IOC) ของข้อคำถามเป็นรายข้อ ได้ค่า IOC มีค่าระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ถือว่าใช้ได้

2. ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ (Reliability) ของแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficience) ของครอนบาค (Cronbach, 1970) หากแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นรายฉบับเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือตั้งแต่ 0.71 -1.00 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง (Garett อ้างใน เกียรติสุดา ศรีสุข, 2549) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.971

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพายัพ ถึงผู้บริหารโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้คอนคอร์ด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปกครองนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม ระหว่างเดือนกรกฎาคม-ตุลาคม 2568

2. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปกครองนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างในรูปแบบ Google Form ในช่องทางออนไลน์ และขอความร่วมมือกับผู้ปกครองให้ตอบแบบสอบถามจนได้ครบตามจำนวนที่กำหนด

3. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ ของคำตอบ และนำไปประมวลผลคะแนนตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้เพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนและการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้คอนคอร์ด นำมาหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อและภาพรวมโดยแปลผลเทียบเกณฑ์

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนและการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้คอนคอร์ด ทั้งรายด้านและภาพรวม โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient Analysis) สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ (r) โดยทั่วไปใช้เกณฑ์ การวัดระดับความสัมพันธ์ 5 ระดับ (Hinkle, 1998)

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน รวม 7 ด้าน

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเทียบเกณฑ์เกี่ยวกับปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน รวม 7 ด้าน (n=300)

ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน รวม 7 ด้าน	ระดับของความสำคัญ		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.42	0.52	มาก
2. ด้านราคา	3.96	0.84	มาก
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	4.20	0.78	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4.10	0.78	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.53	0.50	มากที่สุด

ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน รวม 7 ด้าน	ระดับของความสำคัญ		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.48	0.59	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.45	0.57	มาก
รวม	**4.31**	**0.52**	**มาก**

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน รวม 7 ด้าน ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ พบว่าอันดับที่ 1 คือ ข้อ 5. ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่ 2 คือ ข้อ 6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ ข้อ 7. ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. การตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานฯ รวม 5 ขั้น

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเทียบเกณฑ์เกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ รวม 5 ขั้น (n=300)

การตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานฯ รวม 5 ขั้น	ระดับของการตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1. ขั้นการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น	4.27	0.64	มาก
2. ขั้นการแสวงหาข้อมูล	4.34	0.62	มาก
3. ขั้นการประเมินทางเลือก	4.33	0.66	มาก
4. ขั้นการตัดสินใจซื้อ	4.22	0.72	มาก
5. ขั้นพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.24	0.75	มาก
รวม	**4.28**	**0.58**	**มาก**

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากตารางที่ 2 พบว่า การตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ รวม 5 ขั้น ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 มีการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ พบว่าอันดับที่ 1 คือ ข้อ 2. ขั้นการแสวงหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2 คือ ข้อ 3. ขั้นการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ ข้อ 1. ขั้นการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนกับการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ

การศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์รวม ด้านราคารวม ด้านทำเลที่ตั้งรวม ด้านการส่งเสริมการตลาดรวม ด้านบุคลากรรวม ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพรวม และด้านกระบวนการให้บริการรวม กับการตัดสินใจรวมของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน (X) กับการตัดสินใจรวมของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ (Y)

ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน (X)	การตัดสินใจรวมของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ (Y)	ระดับความสัมพันธ์	ค่า Sig (2-tailed)
ด้านผลิตภัณฑ์รวม (X_1)	0.64**	ปานกลาง	0.000
ด้านราคารวม (X_2)	0.58**	ปานกลาง	0.000
ด้านทำเลที่ตั้งรวม (X_3)	0.57**	ปานกลาง	0.000
ด้านการส่งเสริมการตลาดรวม (X_4)	0.71**	สูง	0.000
ด้านบุคลากรรวม (X_5)	0.66**	ปานกลาง	0.000
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพรวม (X_6)	0.64**	ปานกลาง	0.000
ด้านกระบวนการให้บริการรวม (X_7)	0.67**	ปานกลาง	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน (X) กับการตัดสินใจรวมของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ (Y) ที่มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สรุปว่ามีความสัมพันธ์กันระดับสูง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดรวม (X_4) นอกจากนี้ สรุปว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการรวม (X_7), ด้านบุคลากรรวม (X_5), ด้านผลิตภัณฑ์รวม (X_1), ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพรวม (X_6), ด้านราคารวม (X_2) และด้านทำเลที่ตั้งรวม (X_3) โดยเรียงลำดับค่าความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย

อภิปรายผลการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมาก จากการอธิบายของ ทรงกลด แสวงผล (2552) กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงเรียนนานาชาติ คือ หลักสูตรการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ อุปกรณ์การเรียนการสอน ครูผู้สอนและภาพพจน์ของโรงเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับปาณิกา กาญจนหงส์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติอเมริกันแปซิฟิก พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียน นานาชาติอเมริกันแปซิฟิก ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก และส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ใช้ในการเลือกโรงเรียนนานาชาติอเมริกัน แปซิฟิก คือการจัดการเรียนการสอน และโรงเรียนมีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ พบว่าสอดคล้องกับ วราภรณ์ พลางวรรณ และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจจา (2566) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดชลบุรี นั้นคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 ด้านราคา (Price) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนด้านราคา ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียน

นานาชาติ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ ทรงกลด แสวงผล (2552) กล่าวถึงความหมายของราคา (Price) คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ก่อนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ราคาในโรงเรียนนานาชาติ หมายถึง ราคาค่าเรียนต่อหลักสูตร ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ค่าจองสิทธิ์การเรียน ค่าเสื้อผ้าและอุปกรณ์การเรียน และค่าอาหารกลางวัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่าในประเด็นย่อย อันดับ1 คือค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าจองสิทธิ์การเรียน อันดับ 2 คือ ค่าเสื้อผ้า ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน ค่าอาหารกลางวัน และอันดับ3 คือ ค่าบำรุงอื่นๆ ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของปาณิกา กาญจนหงส์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติอเมริกันแปซิฟิก ผลการวิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ปกกรองให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมด้านราคามาเป็นอันดับสอง รองมาจากปัจจัยส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์

1.3 ด้านทำเลที่ตั้ง (Place) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนด้านทำเลที่ตั้ง ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมาก จากการอธิบายของ ทรงกลด แสวงผล (2552) กล่าวถึงสถานที่ (Place) คือผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถมีไว้ให้บริการแก่ลูกค้า ณ ที่ใดที่หนึ่งที่มีความเหมาะสม และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง ดังนั้น โรงเรียนนานาชาติจะต้องคำนึงในด้านตำแหน่งที่ตั้งของโรงเรียนโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก การตั้งอยู่ในเขตที่มีการคมนาคมขนส่งสะดวก และการตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงานของผู้ปกครอง สอดคล้องกับผลการวิจัยในประเด็นย่อย พบว่าอันดับ1 คือ โรงเรียนอยู่ในเขตที่มีการคมนาคมขนส่งสะดวก อันดับ 2 คือ โรงเรียนตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงานของผู้ปกครอง และอันดับที่ 3 คือ สถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน ตามลำดับ สอดคล้องอย่างมากกับผลการวิจัยของ กันตรัตน์ สุจิตวนิช (2563) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษาเอกชน A ของผู้ปกครองสำหรับบุตรหลานในจังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากและจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งส่งผลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 นั้นคือมีผลเป็นอันดับที่ 1 นั้นเอง

1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนด้านส่งเสริมการตลาด ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมาก จากการนิยามของ ทรงกลด แสวงผล (2552) กล่าวว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ ทั้งนี้ความหมายของการส่งเสริมการตลาดสำหรับโรงเรียนนานาชาติคือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โรงเรียนผ่านสื่อต่าง ๆ กิจกรรมเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และการบอกเล่าหรือแนะนำจากคนที่รู้จัก สอดคล้องอย่างมากกับผลการวิจัย พบว่าอันดับ1 คือ กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง อันดับ2 คือ การบอกเล่าปากต่อปากของผู้ปกครองหรือแนะนำจากคนรู้จักโรงเรียน และอันดับ3 คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย เช่น เว็บไซต์ นิทรรศการ แผ่นพับและเปิดบูธนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการ เป็นต้น ตามลำดับ สอดคล้องกับ ปาณิกา กาญจนหงส์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติอเมริกันแปซิฟิก ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ข่าวสารการรับสมัครนักเรียนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้จากจากการโฆษณา ฝ่ายการตลาดของโรงเรียน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีที่จะแนะนำโรงเรียนต่อผู้อื่น

1.5 ด้านบุคลากร (People) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนด้านบุคลากรรวม ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมากที่สุด จากการอธิบายของ ทรงกลด แสวงผล (2552) กล่าวถึงความหมายของบุคลากรหรือพนักงาน เป็นบุคคลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการ ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกพนักงานที่มีคุณภาพ ทำการฝึกอบรมพนักงานให้พนักงานมีทักษะ ความรู้ความชำนาญ สามารถที่จะดูแลเอาใจใส่ลูกค้าได้ดีขึ้น มีทัศนคติที่ดี มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบ สื่อสารกับลูกค้าได้ดี มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการตอบสนองต่อลูกค้า ได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง สามารถสร้างความนิยมให้กับโรงเรียนนานาชาติได้ ทั้งนี้ ความหมายของบุคคลสำหรับโรงเรียนนานาชาติคือ ประวัติการศึกษา ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ของครูและครูผู้ช่วย ความสามารถและวิสัยทัศน์ของผู้บริหารและการบริการของพนักงาน สอดคล้องกับการศึกษาของอภิสรา จงอุดมสุข และศิริรัตน์ โกศการิกา (2567) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้บุตรหลานเข้ารับการศึกษาที่โรงเรียนนานาชาติสามภาษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้บุตรหลานเข้ารับการศึกษาที่โรงเรียนนานาชาติสามภาษาในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น โรงเรียนควรเน้นการศึกษาวิชาชีพและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของครูผู้สอน ส่งเสริมการฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะเพื่อเสริมสร้างความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อารดา ชัยวิวัฒน์พงศ์ และวาทิต อินทุลักษณ์ (2564) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในสถาบันการเรียนเสริมทักษะในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอันดับที่ 1 คือด้านบุคลากร มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

1.6 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมาก จากการนิยามของ ทรงกลด แสวงผล (2552, น. 95) กล่าวถึงลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ (Physical Evidence) คือ การแสดงให้เห็นคุณค่าของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็น ได้ เช่น สภาพแวดล้อม สถานที่ การตกแต่ง อุปกรณ์ และลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นได้ ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสภาพแวดล้อมภายในบริเวณโรงเรียน ภายในห้องเรียน ห้องน้ำ ห้อง พยาบาล สถานที่เรียนพละศึกษา เป็นต้น สอดคล้องอย่างมากกับผลการวิจัย พบว่าอันดับ 1 คือสภาพแวดล้อมภายในห้องเรียนและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ เช่น ทางเข้า-ออก แสงสว่าง การจัดโต๊ะเรียน การถ่ายเทอากาศ ครุภัณฑ์และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น อันดับ 2 คือลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ถูกสุขลักษณะ เช่น ความร่มรื่น ความสวยงาม ความสะอาด ความเป็นระเบียบ ความสะดวก ความปลอดภัย เป็นต้น และอันดับ 3 คือ พื้นที่สนามเด็กเล่น อาคารเรียน อาคารประกอบ ห้องเรียนและห้องน้ำ ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปาณิกา กาญจนหงส์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติอเมริกันแปซิฟิก พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าห้องเรียนมีจำนวนเพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน ห้องน้ำมีเพียงพอต่อความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด สภาพแวดล้อมภายในบริเวณโรงเรียนมีความเหมาะสม ห้องพยาบาลถูกสุขลักษณะได้มาตรฐาน อยู่ในระดับมาก หมายความว่าผู้ปกครองให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนั้นเอง

1.7 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมาก จากคำนิยามของ ทรงกลด แสวงผล (2552) ได้กล่าวถึง

ความหมายของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและการปฏิบัติงานในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และเกิดความประทับใจ ทั้งนี้ความหมายของกระบวนการสำหรับโรงเรียนนานาชาติคือกระบวนการรับสมัครเข้าศึกษา กระบวนการให้บริการต่อผู้ปกครอง และช่องทางการติดต่อระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง เป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยอย่างมาก พบว่าอันดับ 1 คือ ระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียน อันดับ 2 คือ การให้บริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกและการแก้ไขปัญหาในกรณีฉุกเฉิน และอันดับ 3 คือ มีช่องทางการติดต่อประสานงานระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองที่หลากหลาย ตามลำดับสอดคล้องกับ วราภรณ์ พลางวรรณ และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจจา (2566) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดชลบุรี จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Multiple Regression Analysis พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ก็เป็นตัวแปรที่ร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดชลบุรีด้วย

2. ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ จากผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติทั้ง 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น 2) ขั้นการแสวงหาข้อมูล 3) ขั้นการประเมินทางเลือก 4) ขั้นการตัดสินใจซื้อ และ 5) ขั้นพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีระดับของการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียน อยู่ในระดับมากทุกขั้นตอน สอดคล้องกับพัชรวรรณ ผลิผล (2560) ทำการวิจัยเรื่องการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนบ้านมาบลำบิด (สง่าอุทิศ) โดยจำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ของครอบครัว ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนบ้านมาบลำบิด (สง่าอุทิศ) โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ประกาศิต กิติลาโภ (2561) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลกิตติเวศน์ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลกิตติเวศน์ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

3. ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนกับการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้ คอนคอร์ด การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนกับการตัดสินใจของผู้ปกครองของนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้ คอนคอร์ด พบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง และปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคารวม 3) ด้านทำเลที่ตั้ง 4) ด้านบุคลากร 5) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และ 6) ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐธิดา เลาหวรรณธนะ (2562: บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยการบริหารและการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเรียนในโรงเรียนกวดวิชา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารและการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเรียนในโรงเรียนกวดวิชา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบริหารมีผลต่อการตัดสินใจเรียนมากกว่าการตลาด โดยเฉพาะในด้านการเพิ่มทักษะ ความสามารถของผู้สอน การสร้างโครงสร้างองค์กร การกำหนด กลยุทธ์และการสร้างค่านิยมร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยการตลาดยังคงมีผลและสนับสนุนกับการตัดสินใจเรียนในโรงเรียนกวดวิชา มีการจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมและการผ่อนผันค่าเล่าเรียนให้กับผู้มาเรียน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



ภาพที่ 2 โมเดลการบริหารจัดการโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่

จากภาพที่ 2 โมเดลการบริหารจัดการโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ อธิบายได้ว่า การวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยังมีงานศึกษาไม่มากในบริบทของตลาดการศึกษานานาชาติระดับท้องถิ่น ดังนี้

ประการแรก พบว่า ในปัจจัยการบริหารจัดการโรงเรียนตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับคุณภาพของผู้บริหารและครูผู้สอนเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกโรงเรียนซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในโรงเรียนมีบทบาทสำคัญต่อความเชื่อมั่นของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้แก่บุตรหลาน นอกจากนี้ยังพบว่า ในกระบวนการตัดสินใจของผู้ปกครองตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค 5 ขั้นตอน ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับขั้นการแสวงหาข้อมูลมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ปกครองมีแนวโน้มที่จะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจ ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมการตัดสินใจที่มีการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลอย่างเป็นระบบ

ประการที่สอง พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ปกครองในระดับสูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลยุทธ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ปกครอง

กล่าวโดยสรุป โมเดลการบริหารจัดการโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงองค์ความรู้ใหม่ด้านการบริหารสถานศึกษาในบริบทโรงเรียนนานาชาติ โดยผลการศึกษาพบว่าการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพควรบูรณาการแนวคิดการบริหารการศึกษาเข้ากับแนวคิดการตลาดบริการ (7P's) อย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร การออกแบบและจัดกระบวนการให้บริการที่มี

คุณภาพ ตลอดจนการดำเนินกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม ควบคู่กับการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ชัดเจน และต่อเนื่องไปยังผู้ปกครอง แนวทางดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนและความเชื่อมั่นของผู้ปกครอง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่

บทสรุป

1. ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน รวม 7 ด้าน สรุปว่าภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.96 ถึง 4.53 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือด้านบุคลากร และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือด้านราคา

2. การตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ ทั้ง 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น 2) ขั้นการแสวงหาข้อมูล 3) ขั้นการประเมินทางเลือก 4) ขั้นการตัดสินใจซื้อ และ 5) ขั้นพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีระดับของการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียน อยู่ในระดับมากทุกขั้นตอน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนกับการตัดสินใจของผู้ปกครองของนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาโรงเรียนนานาชาติยูนิตี้ คอนคอร์ด พบว่า ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง ส่วนปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคารวม ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. การนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนด้านบุคลากรภาพรวม มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารและผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับโรงเรียนนานาชาติควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีคุณภาพและศักยภาพอย่างสม่ำเสมอ

1.2 ปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ พบว่า อันดับ 1 คือด้านบุคลากร อันดับ 2 คือด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และอันดับ 3 คือด้านกระบวนการให้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมุ่งเน้นปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียน 3 ปัจจัยนี้เป็นลำดับแรก

1.3 จากการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนกับการตัดสินใจของผู้ปกครองของนักเรียนในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนนานาชาติ พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น ควรมีการวางแผนเพื่อพัฒนาปัจจัยบริหารจัดการโรงเรียนดังกล่าวข้างต้น เช่น มีการผ่อนผันค่าเล่าเรียนให้กับนักเรียนเพื่อแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายให้กับผู้ปกครอง เป็นต้น ให้ตรงกับความต้องการของผู้ปกครองนักเรียนมากที่สุดต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิเคราะห์ SWOT เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพสำหรับการบริหารจัดการโรงเรียน ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) จากสภาพแวดล้อมภายใน และโอกาส (Opportunity)

และอุปสรรค (Threat) จากสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อหาวิธีการสร้างความได้เปรียบทางการบริหารจัดการโรงเรียนนานาชาติต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กันตรัตน์ สุจิตวนิช. (2563). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษาเอกชน A ของผู้ปกครองสำหรับบุตรหลานในจังหวัดปทุมธานี* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรังสิต.

เกียรติสุดา ศรีสุข. (2549). *ระเบียบวิธีวิจัย*. เชียงใหม่: ภาควิชาประเมินผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จินตนา สุจจานันท์. (2556). *การศึกษาและการพัฒนาชุมชนในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ณัฐธิดา เลาหวรรณธนะ. (2562). *ปัจจัยการบริหารและการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเรียนในโรงเรียนกวดวิชา* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.

ทรงกลด แสวงผล. (2552). *ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่าน* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ประกาศิต กิติลาโภ. (2561). ปัจจัยการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลกิตติเวศน์ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา. ใน *การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9* (หน้า 995–1005).

ปาณิกา กาญจนหงส์. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติอเมริกันแปซิฟิก* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

พัชรวรรณ ผลิผล. (2560). *การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนบ้านมาบลำบิด (สง่าอุทิศ)* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.

วราภรณ์ พลางวรรณ และ ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจจา. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดชลบุรี. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 10*(12), 91–100.

สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. (2551). *พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2551*. กรุงเทพฯ: สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน.

อภิสรา จงอุดมสุข และศิริรัตน์ โกศการิกา. (2567). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้บุตรหลานเข้ารับการศึกษาที่โรงเรียนนานาชาติสามภาษาในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 28* (28th National Graduate Conference) (17–18 พฤษภาคม 2567).

อารดา ชัยวิวัฒน์พงศ์ และวาทิต อินทุลักษณ์. (2564). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในสถาบันการเรียนเสริมทักษะในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15*(1), 366–383.

Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York, NY: Harper & Row.

Hall, J. C., & Nattinger, M. C. (2012). Determinants of private school attendance: Evidence from Wisconsin school districts. *International Advances in Economic Research, 18*(2), 245–246.

Hinkle, D. E., Wiersma, W. & Jurs, S. G. (1998). *Applied statistics for the behavioral sciences* (4th ed.). Boston, MA: Houghton Mifflin.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607–610.

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

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing management.* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.