

ความต้องการของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสาธิต กรณีศึกษา โรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ- ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น

THE NEEDS OF PARENTS TOWARD THE DEMONSTRATION SCHOOL
A CASE STUDY OF THE DEMONSTRATION SCHOOLS FOCUSING
ON MANAGEMENT-ENGLISH-CHINESE-JAPANESE

ธัญวณันธุ์ เลียนอย่าง¹, พัชรภา อินทพรต²,
วริษา กังสวัสดิ์³ และจิรวุฒิ หลอมประโคน⁴

Tanyavanun Lianyang¹, Patchrapa Intaprot²,
Varisa kangsawad³ and Chirawut Lomprakon⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดทั้ง 8 ด้านกับความต้องการเกี่ยวกับการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อ ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในการวิจัยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด จากผู้ปกครองที่มีบุตรหลานศึกษาอยู่ในโรงเรียนเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (จังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี) ที่แบ่งเป็นโรงเรียนทั้งภาครัฐและเอกชน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองจำนวนร้อยละ 40.75 มีความสนใจที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น โดยผู้ปกครองมีความสนใจที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 46.73 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 53.27 โดยระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องการเลือกให้บุตรหลานศึกษาต่อในแผนการเรียนศิลป์ภาษาที่ 1 (การจัดการ-

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ทั่วไป คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, Lecturer Major General Science Faculty of Engineering and Technology, Panyapiwat Institute of Management, E-mail: tanyavanunlia@pim.ac.th

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ทั่วไป คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, Lecturer Major General Science Faculty of Engineering and Technology, Panyapiwat Institute of Management, E-mail: patchrapaint@pim.ac.th

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, Lecturer Major Retail Management Faculty of Business, Panyapiwat Institute of Management, E-mail: varisakan@pim.ac.th

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, Lecturer Major Retail Management Faculty of Business, Panyapiwat Institute of Management, E-mail: chirawutlom@pim.ac.th

ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน) ร้อยละ 60.12 และแผนการเรียนศิลปภาษาที่ 2 (การจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น) ร้อยละ 31.29 และต้องการให้มีหลักสูตรอื่นเพิ่มเติม เช่น ด้านดนตรีไทย/สากล การร้องเพลง และหลักสูตรด้านภาษาอื่นๆ ที่นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น และสำหรับระดับชั้นที่ต้องการให้เปิดนั้นเป็นระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 60.75 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 54.50 นอกจากนี้ให้ความสำคัญในการเลือกที่เรียนให้กับบุตรหลานขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการตลาดดังนี้ ด้านหลักสูตรของโรงเรียน คือ เป็นหลักสูตรที่เน้นทางด้านภาษา ด้านนโยบายและจุดเน้นของโรงเรียน แสดงให้เห็นถึงนโยบายที่ชัดเจนรวมถึงภาพลักษณ์ของโรงเรียน และด้านครูและบุคลากร คือ ครูมีคุณภาพและมีความสามารถเชี่ยวชาญในการสอน

นอกจากนี้พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์กับส่วนปัจจัยด้านการตลาด (ด้านหลักสูตรของโรงเรียน ด้านครูและบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการสื่อสาร และด้านการรับนักเรียน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ความต้องการของผู้ปกครอง โรงเรียนสาธิต ด้านการจัดการ

Abstract

This research aimed to study the parental needs for sending their children to the demonstration schools that emphasize on Management - English - Chinese - Japanese and the correlation between marketing factors influenced the choice they made. The tool employed in this research was questionnaires. The data was collected using 400 questionnaires. The questionnaires gathered from parents with children enrolled in the high-school, both public and private, in Bangkok Metropolitan Area, Nonthaburi Province and Pathum Thani Province, using purposive stratified random sampling.

The outcomes showed that 40.75 percent of parents were interested in sending their children to study at the demonstration schools that emphasized on Management - English - Chinese - Japanese. 46.73 percent of parents were interested in sending their children to study in the junior high-schools that emphasized on Management - English - Chinese - Japanese. 53.27 percent for the high -schools with the same emphasis. 60.12 percent of the parents were Interested in language arts curriculum 1 (Management - English - Chinese) and 31.29 percent were interested in language arts curriculum 2 (Management - English - Japanese). Further requirements were more courses, such as Thai and international music, singing and language education other than English - Chinese - Japanese. 60.75 percent agreed that the schools with such emphasis should be on a high-school level, while 54.50 percent voted for junior high-school level. In addition, the importance factor consisted of (1) the curriculum that focus on language education. (2) the factor related to school's policies and focuses in the aspect that they must be clear. And (3) the factor on teachers and school personnel, both were expected to be qualified and skillful.

The research result found that there was not a correlation between the parental needs to send their children to study at the demonstration schools that emphasized on Management - English - Chinese - Japanese. There was a correlation with the marketing factors (The teachers and staffs, the school curriculum, the place and the environment, the expenditure, the communication and the entrance.) at 0.05 level of significance.

Keywords: The Needs of Parents, School, Management

บทนำ

การศึกษาเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพและศักยภาพกำลังคนในประเทศ ช่วยให้คนมีโอกาสพัฒนาตนเองได้ตลอดชีวิต ตั้งแต่การวางรากฐานพัฒนาการชีวิตตั้งแต่แรกเกิดรวมถึงการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถด้านต่างๆ ที่จะดำรงชีพและประกอบอาชีพได้อย่างมีความสุข รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและเป็นพลังสร้างสรรค์พัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนได้ (คณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ, 2543: 1) ซึ่งทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุด การที่จะพัฒนาคนให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าได้จำเป็นต้องให้การศึกษา ในปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและสิ่งที่เกิดขึ้นมีผลกระทบถึงกันทั่วโลก ทุกประเทศจึงพยายามจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงให้ได้ประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อพัฒนาคนให้มีศักยภาพและคุณภาพพร้อมที่จะแข่งขันในสภาพแวดล้อมระดับโลกได้ จากสภาวะการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการแข่งขันในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ปกครองส่วนหนึ่งตัดสินใจส่งบุตรหลานของตนเข้าเรียนที่โรงเรียนที่มีชื่อเสียงต่างๆ ที่ต้องเสียเวลาในการเดินทางและเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น ด้วยเหตุผลหลายๆ ประการ เช่น ต้องการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านวิชาการหรือต้องการให้เรียนในรูปแบบอื่นที่โรงเรียนของอำเภอที่อยู่ไม่มี เช่น โปรแกรมสองภาษา เป็นต้น (จรรยาพรแก้วมีจิ้น, 2551: 1)

ปัจจุบันผู้ปกครองมักนิยมส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนสาธิตเนื่องจากเป็นโรงเรียนแม่แบบ โดยโรงเรียน

สาธิตนั้นเป็นองค์การทางการศึกษาที่มีลักษณะพิเศษต่างจากโรงเรียนทั่วไป โรงเรียนสาธิตเป็นโรงเรียนแนววิชาการโดยใช้นวัตกรรม เพราะโรงเรียนสาธิตเกิดจากการนำนวัตกรรมการสอนที่นักเรียนระดับวิชาชีพ (ปริญญาตรี) ซึ่งในสมัยก่อน คือ ส่วนหนึ่งของโครงการฝึกหัดครูของวิทยาลัยวิชาการศึกษา โดยมติดจากการประชุมร่วมของกลุ่มโรงเรียนสาธิต เมื่อปี พ.ศ. 2547 ซึ่งกล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการก่อตั้งโรงเรียนสาธิต เพื่อเป็นโรงเรียนร่วมพัฒนาวิชาชีพ ฝึกปฏิบัติของบัณฑิตในการสอนสาธิตการสอนวิจัย ทดลองด้านการเรียนการสอน พัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา และมักจัดตั้งขึ้นภายใต้การดูแลของคณะศึกษาศาสตร์หรือคณะครุศาสตร์ของมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อให้เป็นสถานฝึกปฏิบัติการทางการศึกษาและเป็นสถานที่ฝึกการปฏิบัติงานของคณะศึกษาศาสตร์หรือคณะครุศาสตร์ก่อนที่นิสิตนักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา ดังนั้นโรงเรียนสาธิตจึงเป็นโรงเรียนที่มีความพร้อมในทุกๆ ด้าน สามารถพัฒนานักเรียนให้เป็นเด็กที่เก่งและกล้าแสดงออก มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ มีความเป็นตัวของตัวเองสูงและเป็นผู้นำสังคมได้เป็นอย่างดี สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำให้โรงเรียนสาธิตได้รับการคาดหวังสูงจากสังคมว่า เป็นโรงเรียนที่สามารถผลิตนักเรียนที่มีความรู้ความสามารถพร้อมที่จะต่อยอดในระดับอุดมศึกษาที่สูงขึ้นต่อไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความต้องการและระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของผู้ปกครอง เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดตั้งโรงเรียน

สาธิต และเป็นแนวทางในสำหรับผู้บริหารระดับสูง โรงเรียนสาธิตในการวางแผนทางการตลาดให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ปกครอง ซึ่งหากกลุ่มผู้บริหารมีความพร้อมและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองกลุ่มนี้ได้ ย่อมทำให้ตลาดของสินค้าหรือบริการด้านการศึกษาเติบโตได้อย่างดีในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาด กับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น

สมมติฐานของการวิจัย

มีปัจจัยทางการตลาดอย่างน้อย 1 ปัจจัย มีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-อังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานศึกษาอยู่ในโรงเรียนเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (จังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี) ที่แบ่งเป็นโรงเรียนทั้งภาครัฐและเอกชน และจากการค้นคว้าข้อมูลจึงได้จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ปกครองที่เป็นประชากรเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล ดังตาราง 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรที่เป็นผู้ปกครองนักเรียนของโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล (จังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี)

โรงเรียน	จำนวนผู้ปกครอง
กรุงเทพมหานคร	1,568,737
จังหวัดนนทบุรี	622,303
จังหวัดปทุมธานี	1,525,856
รวม	3,716,896

ที่มา: สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร (2557)

ตัวอย่าง (Sample)

งานวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกตามกลุ่มประชากรเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดปทุมธานี ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดของการสุ่มตัวอย่างไม่เกิน 5% เพื่อคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยรวมแล้วจึงใช้วิธีการเทียบสัดส่วนจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่มและแต่ละจังหวัด ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยรวมเท่ากับ 400 คน

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{7,849,070}{1 + (7,849,070)(.05)^2} \\
 &\cong 400
 \end{aligned}$$

โดยกำหนดให้จำนวนข้อมูลเป็นดังนี้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองที่มีบุตรหลานศึกษาในโรงเรียนต่างๆ

โรงเรียน	จำนวนผู้ปกครอง
เขตกรุงเทพมหานคร	303
เขตจังหวัดนนทบุรี	53
เขตจังหวัดปทุมธานี	44
รวม	400

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ การหาค่าร้อยละ

2. การวัดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดทั้ง 8 ด้าน (ด้านครูและบุคลากร ด้านหลักสูตรของโรงเรียน ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ด้านนโยบายและจุดเน้นของด้านผลผลิตและคุณภาพ ด้านการรับนักเรียน ด้านการสื่อสารและด้านค่าใช้จ่าย) กับความต้องการของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสาธิต กรณีศึกษา: โรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น ใช้การวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถามของความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น โดยการแสดงข้อมูลแบ่งออกเป็น

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงลักษณะทั่วไปของผู้ปกครอง (ปัจจัยส่วนบุคคล)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครองจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.75 มีอายุระหว่าง 31-39 ปี และ 40-49 ปี ร้อยละ 43.00 มีสถานภาพการสมรสอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 76.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 60.75 พักอาศัยอยู่บ้านตนเอง ร้อยละ 85.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจครอบครัว ร้อยละ 36.50 และรองลงมามีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 26.75 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวรวมกับคู่สมรสต่อเดือน คือ 30,001-45,000 ร้อยละ 32.35 ส่วนใหญ่มีจำนวนบุตรหลานหรือผู้ใต้ปกครองที่อยู่ในวัยเรียน จำนวน 1 คน ร้อยละ 86.75 รองลงมามีจำนวน 2 คน ร้อยละ 12.75 มีบุตรหลานที่อยู่ในวัยประถมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 58.00 และอยู่ในวัยมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 54.00 โดยค่าใช้จ่ายต่อเทอมที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นเป็นโรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการมีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 2,000 บาท โรงเรียนสาธิต 15,000 บาท โรงเรียนเอกชน 40,000 บาท และค่าใช้จ่ายต่อเทอมที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในเขตปริมณฑล นั้นเป็นโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ 2,000 บาท โรงเรียนสาธิต 31,000 บาท โรงเรียนเอกชน 25,000 บาท

1.2 ความคิดเห็นในการเลือกที่เรียนสำหรับบุตรหลานของผู้ปกครอง

1.2.1 ความคิดเห็นของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานของผู้ปกครองเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมศึกษา/โรงเรียนสาธิต ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานของผู้ปกครองเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมศึกษา/โรงเรียนสาธิต/โรงเรียนมัธยมศึกษาที่อยู่ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานธุรกิจ

เหตุผลผู้ปกครอง	ร้อยละ
- ศึกษาต่อโรงเรียนมัธยมศึกษา/โรงเรียนสาธิต	
1. ด้านหลักสูตรของโรงเรียน	28.00
2. ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน	15.50
3. ด้านครูและบุคลากร	13.25
- ศึกษาต่อโรงเรียนมัธยมศึกษาที่อยู่ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานธุรกิจ	
1. ด้านหลักสูตรของโรงเรียน	34.25
2. ด้านนโยบายและจุดเน้นของโรงเรียน	13.50
3. ด้านครูและบุคลากร	11.00

ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจส่งเข้าศึกษาส่วนใหญ่พิจารณาจากด้านหลักสูตรของโรงเรียน รองลงมาคือ ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน/ด้านนโยบายและจุดเน้นของโรงเรียน และด้านครูและบุคลากร โดยเหตุผลแต่ละด้านนั้น พบว่า ด้านหลักสูตรของโรงเรียน ผู้ปกครองให้เหตุผลประกอบที่เป็นสาระสำคัญของเหตุผล คือ การมุ่งเน้นการพัฒนา นักเรียนทุกด้านทั้งร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา เป็นหลักสูตรที่เน้นทางด้านภาษา รองลงมาคือ มีความทันสมัย และตรงกับความต้องการของผู้เรียน และเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ส่วนด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนมีกิจกรรมส่งเสริมหลักสูตรด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น รองลงมาคือ มีกิจกรรมมุ่งเน้นพัฒนาการจัดการเสริมความรู้ประสบการณ์ และมีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการด้านสมองและกระบวนการคิด เช่น กิจกรรมหมากล้อม ส่วนด้านนโยบายและจุดเน้นของโรงเรียนมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ และแสดงให้เห็นถึงนโยบาย

ที่ชัดเจนรวมถึงภาพลักษณ์ของโรงเรียน รองลงมา มีมาตรฐานและคุณภาพ และเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงส่วนด้านครูและบุคลากร ครูมีความเอาใจใส่นักเรียนอย่างเสมอภาคและทั่วถึง ครูมีคุณภาพและมีความสามารถเชี่ยวชาญในการสอน รองลงมาคือ ครูมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์เป็นอย่างดี ครูมีความเอาใจใส่และเข้าใจนักเรียน และครูมีเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ ตลอดจนครูต้องมีจรรยาบรรณและสุภาพเรียบร้อย

1.2.2 ความคิดเห็นของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานของผู้ปกครองเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เน้นด้านการจัดการ ด้านภาษาอังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น และความสามารถด้านกีฬาหมากล้อม

จากข้อมูลผู้ปกครองกลุ่มที่ให้ความสนใจในการที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เน้นด้านการจัดการ ด้านภาษาอังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น และความสามารถด้านกีฬาหมากล้อม คิดเป็นร้อยละ 40.75 โดยผู้ปกครองมีความสนใจที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 46.73 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 53.27 โดยกรณีระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ปกครองส่วนใหญ่เลือกให้บุตรหลานศึกษาต่อในแผนการเรียนศิลป์ภาษาที่ 1 (การจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน) ร้อยละ 60.12 และแผนการเรียนศิลป์ภาษาที่ 2 (การจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น) ร้อยละ 31.29 และต้องการให้มีหลักสูตรอื่นที่นอกเหนือจากด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น โดยผู้ปกครองส่วนใหญ่อยากให้มีด้านดนตรีไทย/สากล การร้องเพลง ร้อยละ 17.79 รองลงมาคือ หลักสูตรด้านภาษาอื่นๆ ที่นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น ร้อยละ 17.18 และต้องการให้มีหลักสูตรด้านศิลปะป้องกันตัว เช่น มวยไทย เทควันโด ร้อยละ 10.43 ทั้งนี้ผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องการให้เปิดโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด ร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ ต้องการ

เปิดระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 54.50 ประถมศึกษา ร้อยละ 43.75 และเปิดระดับอนุบาล ร้อยละ 36.50

1.2.3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานของผู้ปกครองเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาเดิม ผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ต้องการที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาเดิม ร้อยละ 73.00 และไม่ศึกษาต่อในสถานศึกษาที่เป็นโรงเรียนเดิม ร้อยละ 27.00 โดยเหตุผลที่ผู้ปกครองต้องการที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาเดิม ส่วนใหญ่คือ สถานศึกษาอยู่ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 23.00 เหตุผลรองลงมาคือ การเดินทางรับ-ส่ง สะดวก ร้อยละ 16.25 และครูสอนดีมีประสิทธิภาพ

อยู่แล้ว ร้อยละ 7.00 ส่วนเหตุผลที่ไม่ต้องการให้ศึกษาต่อที่สถานศึกษาเดิมนั้นส่วนใหญ่คือ สถานศึกษาเดิมไม่มีระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 11.00 รองลงมาคือ อยากให้ลองสอบที่ใหม่ ร้อยละ 5.25 และอยากให้ลูกเปลี่ยนสถานศึกษาเพื่อได้สังคมเพื่อนใหม่ๆ ร้อยละ 4.00

1.3 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดทั้ง 8 ด้าน กับความต้องการของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น และความสามารถด้านกีฬา หมายความว่า ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดทั้ง 8 ด้านกับความต้องการของผู้ปกครอง

ปัจจัยทางการตลาด	ความต้องการของผู้ปกครอง		
	สนใจ	ไม่สนใจ	χ^2
ด้านครูและบุคลากร	29	5	16.94*
ด้านหลักสูตรของโรงเรียน	39	13	13.00*
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	16	1	13.24*
ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน	10	6	1.00
ด้านผลผลิตและคุณภาพ	17	8	3.24
ด้านการรับนักเรียน	9	1	6.40*
ด้านการสื่อสาร	10	1	7.36*
ด้านค่าใช้จ่าย	19	3	11.64*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดในด้านนโยบายและจุดเน้นของโรงเรียน ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ด้านผลผลิตและคุณภาพ กับความต้องการของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น และพบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาด

กับความต้องการของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น ในด้านหลักสูตรของโรงเรียน ด้านการสื่อสาร ด้านครูและบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านการรับนักเรียน และด้านค่าใช้จ่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นสำคัญที่ควรอภิปรายผลดังนี้

1. จากผลการวิจัยความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่อยู่ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานธุรกิจที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น และความสามารถด้านกีฬาหมากล้อม พบว่า ผู้ปกครองที่สนใจที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษานั้น ให้เหตุผลในการตัดสินใจว่า โรงเรียนต้องมีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่ดีควรประกอบด้วยด้านหลักสูตรของโรงเรียน ด้านนโยบาย และจุดเน้นของโรงเรียน และด้านครูและบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทนา สุวรรณดุก (2552) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองมากที่สุดมี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยบุคคล ปัจจัยผลิตภัณฑ์ และด้านสภาพแวดล้อม

2. ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดในด้านครูและบุคลากร หลักสูตรของโรงเรียน ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการสื่อสาร และด้านการรับนักเรียน มีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น ซึ่งทฤษฎีรูปแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อของ (Kotler, 2006: 251-285) อธิบายว่า สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยาหรืออารมณ์ก็ได้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถ

ควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งที่กระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ด้านบุคคล (People) และด้านผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาเรื่องความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่อยู่ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานธุรกิจที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น และความสามารถด้านกีฬาหมากล้อม โรงเรียนควรเปิดสอนระดับชั้นมัธยมศึกษาเพื่อเตรียมพื้นฐานนักเรียนให้สามารถเรียนต่อในระดับปริญญา และเน้นหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย แผนการเรียนศิลป์ภาษาที่ 1 (การจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน) และให้เปิดหลักสูตรส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษด้านต่างๆ เช่น ด้านดนตรีไทย/สากล การร้องเพลง รองลงมาคือ หลักสูตรด้านภาษาอื่นๆ ที่นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น นอกจากนี้ควรให้มีหลักสูตรด้านศิลปะป้องกันตัว เช่น มวยไทย เทควันโด เป็นต้น

2. ในด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ปกครองต้องการ ซึ่งโรงเรียนต้องคำนึงถึง และต้องมีการวางแผนตลอดจนดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพนั้นมีทั้งด้านครูและบุคลากร หลักสูตรของโรงเรียน ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการสื่อสาร และด้านการรับนักเรียน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนสาธิตที่อยู่ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานธุรกิจที่เน้นด้านการจัดการ-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษาญี่ปุ่น และความสามารถด้านกีฬาหมากล้อม ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอ ดังนี้

1. ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการจัดตั้งโรงเรียน เปรียบเทียบผู้มีส่วนได้และส่วนเสียจากการจัดตั้งโรงเรียน รวมถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการที่จัดตั้งโรงเรียน
2. ควรศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียน

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการประถมศึกษาแห่งชาติ. (2543). 20 ปี สปช. กรุงเทพฯ: ศุภสภาลาดพร้าว.
- จันทนา สุวรรณดุก. (2552). ปัจจัยส่วนผลการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- จรรยาพร แก้วมีจัน. (2551). การศึกษาความต้องการของผู้ปกครองในการจัดตั้งโรงเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในกำกับของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จ.นครศรีธรรมราช และปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกโรงเรียน. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร. (2557). กลุ่มเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2557, จาก http://www.bangkokeducation.in.th/article_details.php?id=89
- Kotler, P. (2006). *การจัดการการตลาด*. แปลจาก Marketing Management. แปลและเรียบเรียงโดย ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- Yamane, T. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis*. (3rd ed.). Tokyo: Harper International Edition.

Translated Thai References

- Department of Education Bangkok Metropolitan Administration. (2004). *The Bangkok*. Retrieved February 11, 2014, from http://www.bangkokeducation.in.th/article_details.php?id=89 [in Thai]
- Kaewmijeen, C. (2008). *The Study of Parents' Demands and Affecting Marketing Factors in Establishing A Basic Education School under the Supervision of Walailak University (WU), Nakhon Si Thammarat*. Master of Business degree, Walailak University, Nakhon Si Thammarat. [in Thai]
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management*. Translation of Marketing Management. Translation. Edited by Thanawan Sangsuwan et al. (2nd ed.). Bangkok: Pearson Education of Indochina. [in Thai]
- National Primary Education Commission. (2000). *20 years National Primary Education Commission*. Bangkok: Council of Teachers. [in Thai]

Suwandook, J. (2009). *Marketing mix factors that affect the needs of parents to send their children to study in private kindergartens at Sansai Chiang Mai*. Master of Business degree, Maejo University, Chiangmai. [in Thai]



Tanyavanun Lianyang received her Bachelor Degree of Science, major in Mathematics from Srinakharinwirot University in 1985, she graduated M.S., major in Statistics from Chulalongkorn University in 1989. She is currently studying for a PhD. Research in Applied Behavioral Science (emphasis Research) at Srinakharinwirot University and a full time lecturer in Faculty of Engineering and Technology, Panyapiwat Institute of Management.



Patchrapa Intrapot received her Bachelor Degree of education, major in Mathematics from Chulalongkorn University in 1999, she graduated M.Ed. major in Research from Chulalongkorn University in 2002. She is currently a full time lecturer in Faculty of Engineering and Technology, Panyapiwat Institute of Management.



Varisa Kangsawad received her Bachelor Degree of Economics, major in Development Economics from Chulalongkorn University in 2004, she graduated M.E., major in Business Economics from National Institute Development Administration in 2007. She is currently a Assistant Dean for Academic Affairs in Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management.



Chirawut Lomprakon received his Bachelor Degree of Business, major in Marketing from Siam University in 2003, he graduated M.A., major in integrated marketing communication from Dhurakit Bundit University in 2006. He is currently studying in Doctoral Degree in Research and Statistics in Cognitive Science, College of Research Methodology and Cognitive Science, Burapha University and a full time lecturer in Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management.