



ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน ระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

กำแพงเพชร เขต 1

Needs of Parents About Marketing Mix Factors for Sending Their Children to
Study in Early Childhood of Private School Under Kamphaeng Phet Office of
Primary Education Service Area 1

ไอรดา นุ่มฤทธิ์*

Irada Numrith

วิทยา จันทรศิลา**

Vittaya Jansila

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียนและอาชีพของผู้ปกครอง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน จำนวน 346 คน ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ผลการหาค่า IOC ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน และจำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคคล

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด / โรงเรียนเอกชน / ปฐมวัย

*หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

**อาจารย์ประจำภาควิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

ABSTRACT

This research aimed at 1. Studying the parent' need about the marketing mix factors for studying in early childhood of private school under Kampheangphet primary education service area office 1. 2. Comparing the parents' need about the marketing mix factors for studying in early childhood of private school under Kampheangphet primary education service area office 1. The sample consisted of 346 students' parents in private primary school. The sample was set Krejcie & Morgan table and selected by stratified random sampling method. The tool for this research is rating scale. There are five levels for the rating scale. The result of IOC is between 0.67–1.00 and the confident level is 0.97. The study revealed as follows: 1) Studying the parents' need about the marketing mix factors was at a high level. The highest was the people factor, followed by the product factor and process factor. 2) The comparing the parents' need about the marketing mix factors for studying in early childhood of private school under Kampheang phet primary education service area office 1 are following: Different distance is not statistically significant in affecting the parents' need about the marketing mix factors for studying in early childhood of private school. Different occupation is not statistically significant in affecting the parents' need about the marketing mix factors for studying in early childhood of private school. The highest was the product factor, followed by the price factor and people factor.

Keywords : Marketing Mix / Private School / Primary

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงปฐมวัยนั้นเป็นช่วงแห่งการพัฒนาอย่างแท้จริง เด็กวัยนี้ต้องการการเรียนรู้ในสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัว ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ด้าน จากบิดา มารดา คนรอบข้าง และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพัฒนาการที่เป็นรากฐานของ บุคลิกภาพ อุปนิสัย และการเจริญเติบโตทั้งทางร่างกายและจิตใจ การอบรมปลูกฝังสร้างเสริมพัฒนาการทุกด้านให้แก่เด็กปฐมวัยได้เจริญเติบโตเต็มศักยภาพในช่วงอายุนี้นี้ จะเป็นรากฐานที่ดีจะ让他เติบโตเป็นเยาวชนและพลเมืองที่ดี เด็กปฐมวัยจะมีชีวิตรอดและเติบโตได้ก็ด้วยการพึ่งพาพ่อแม่ และผู้ปกครองที่ช่วยเหลือดูแล หากผู้ปกครองให้ความรักเอาใจใส่ใกล้ชิด ก้าวต่อไปคือสถานศึกษาที่จะเป็นแหล่งอบรมเลี้ยงดูพัฒนาเด็ก พร้อมจะตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่เปลี่ยนไปตามวัยได้อย่างเหมาะสมแล้วเด็กจะเติบโตแข็งแรง พร้อมที่จะพัฒนาตนเองให้เป็นคนเก่ง และคนดีอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข ซึ่งปัจจุบันพบว่า โรงเรียนเอกชนมีจำนวนมากขึ้น มีหลักสูตรการจัดการเรียนการสอน มีจุดเน้นที่แตกต่างกันไป ส่งผลให้จำนวนนักเรียนในแต่ละโรงเรียนมีโอกาสดลลง เนื่องจาก พ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่เป็นผู้รับผิดชอบในจะส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับอนุบาล มีทางเลือกในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนอยู่หลายช่องทางทั้งโรงเรียนของรัฐและเอกชน ผู้ปกครอง ครอบครัว ประชาชนและสถาบันทางสังคมมีบทบาทเข้าร่วมในการจัดการศึกษา ได้หลายประการ ซึ่งต้องได้รับสิทธิประโยชน์แต่ต้องเป็นไปอย่างมีคุณภาพได้มาตรฐาน นอกจากนี้ ยังมีบทบาทร่วมในการจัดการศึกษาที่เอกชนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือรัฐ จัดให้แก่บุตรหลานของตน โดยมีส่วนร่วมในการเลือกสถานศึกษาให้แก่บุตรหลานร่วมตัดสินใจทิศทางการศึกษาของบุตรหลาน (Anunnawee, P., 2010, p.257) ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสภาพของการบริหารโรงเรียนที่ได้จากการสังเคราะห์มา ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้าน

ผลิตภัณฑ์ (Product : P) ด้านราคา (Price : P) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place : P) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion : P) ด้านบุคคล (People : P) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process : P) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence : P) คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับอนุบาลในโรงเรียนเอกชน อีกด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่าความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ทั้งนี้ผลวิจัยจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารจัดการโรงเรียนเอกชนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน และสามารถนำข้อมูลที่ได้ศึกษามาใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาสถานศึกษาในการวางแผนนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครองให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน และอาชีพของผู้ปกครอง

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่องความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 โดยดำเนินการดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ในปีการศึกษา 2559 จำนวน 3,465 คน จากโรงเรียนเอกชนจำนวน 21 โรงเรียน
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ในปีการศึกษา 2559 จำนวน 346 คน ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนของผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยในแต่ละโรงเรียน โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

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

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ปกครองนักเรียน ลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Question)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนเรศวร ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปกครองนักเรียนระดับปฐมวัยของโรงเรียน

2. ผู้วิจัยส่งหนังสือขอเก็บข้อมูล พร้อมส่งแบบสอบถามถึงผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและบางส่วนเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้บริการทางไปรษณีย์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. เปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน วิเคราะห์ด้วยการทดสอบค่าที (T-test Independent Samples) และจำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่าง ทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554, หน้า 121)

- ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 พบว่า ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรกได้แก่ เรื่อง ความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียน รองลงมาได้แก่ เรื่องโรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี และเรื่องโรงเรียนมีการดำเนินตามปรัชญาและเป้าหมายที่ตั้งไว้ ตามลำดับ

1.2 ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรกได้แก่ โรงเรียนกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม เรื่องโรงเรียนมีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา และเรื่องเงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม ตามลำดับ

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

1.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องการบริการเมื่อผู้ปกครองไปติดต่อที่โรงเรียน เรื่องที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง และเรื่องมีบริการข้อมูลสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง ตามลำดับ

1.5 ด้านบุคคล พบว่า ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด 1 เรื่อง ได้แก่ เรื่องความรู้ความสามารถของผู้บริหาร และผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมาก โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่อง บุคลากรมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง เรื่องความรู้ความสามารถของครู เรื่องครูผู้สอนมีการพัฒนาเทคนิคการสอนที่ทันสมัยและเรื่องบุคลากร มีความสามัคคี มีน้ำใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตามลำดับ

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องโรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เรื่องโรงเรียนมีการวัดผลการเรียนตามสภาพจริงของนักเรียน และเรื่องมีการอำนวยความสะดวกเมื่อผู้ปกครองมาร่วมกิจกรรมของโรงเรียน ตามลำดับ

1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องโรงเรียนมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เรื่องโรงเรียนมีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด และเรื่องภายในโรงเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบจำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชนจำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน

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

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 ผลการเปรียบเทียบจำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ข้อ	รายการ	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว ⁽²⁾		รับจ้าง ⁽³⁾		ลูกจ้าง หน่วยงาน ราชการ ⁽⁴⁾		อื่นๆ ⁽⁵⁾		F-test	P
		(n = 65)		(n = 81)		(n = 112)		(n = 33)		(n = 48)			
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1	ด้าน ผลิตภัณฑ์	4.50	0.43	4.30	4.33	4.52	0.40	4.37	0.46	4.38	0.48	2.46*	0.05
2	ด้านราคา	4.29	0.54	4.19	0.57	4.07	0.61	4.30	0.50	4.29	0.49	2.46*	0.05
3	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	4.34	0.53	4.21	0.58	4.25	0.56	4.39	0.51	4.20	0.54	1.09	0.36
4	ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	4.31	0.52	4.17	0.57	4.15	0.54	4.33	0.57	4.22	0.57	1.32	0.26
5	ด้านบุคคล	4.53	0.50	4.34	0.56	4.30	0.54	4.51	0.51	4.41	0.50	2.52*	0.04
6	ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	4.40	0.45	4.26	0.57	4.30	0.55	4.48	0.50	4.39	0.53	1.53	0.19
7	ด้านลักษณะ ทาง กายภาพ	4.44	0.55	4.26	0.58	4.28	0.58	4.46	0.50	4.30	0.56	1.64	0.16
	รวมเฉลี่ย	4.40	0.43	4.25	0.49	4.24	0.46	4.43	0.43	4.31	0.45	2.16	0.07

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 พบว่าความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านกระบวนการให้บริการ เนื่องจาก เด็กปฐมวัยจะเชื่อฟังครูมากกว่าผู้ปกครอง เมื่อผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้าเรียนย่อมมีความไว้วางใจต่อโรงเรียนในการดูแลบุตรหลานในเรื่องของความรู้ความสามารถของผู้บริหารและครู การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง มีการจัดการเรียนการสอนที่ดีเหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย ครูจะเป็นผู้ที่สามารถดูแลบุตรหลานของตนได้ดีนั้น นอกจากผู้บริหารและครูจะมีความรู้ความสามารถด้านวิชาการแล้วต้องมีความสามารถในการดูแลเด็กเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและสติปัญญา ตลอดจนโรงเรียนมีการอำนวยความสะดวกต่างๆให้แก่ผู้ปกครองเป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของ (Essa, 1996, quoted in Tantiplachiva, K., 2002, p.6) กล่าวว่าการศึกษาปฐมวัยมีจุดประสงค์เพื่อจัดการศึกษาเป็นบริการการดูแลและเลี้ยงดูเด็กให้เป็นไปอย่างเหมาะสมกับพัฒนาการพร้อมกันนั้นยังเป็นการให้การศึกษาเพื่อส่งเสริมการปรับตัวเข้ากับสังคม เพื่อทักษะทางปัญญา และพัฒนาการทุกด้านให้กับเด็ก รวมถึงการช่วยเด็กด้อยโอกาสและการให้การศึกษาแก่ผู้ปกครองเพื่อการเลี้ยงดูเด็กที่ดี

ด้านบุคคล ผู้ปกครองมีความต้องการในเรื่องความรู้ความสามารถของผู้บริหารและครูสูงที่สุด ผู้บริหารและครูปฐมวัยยุคใหม่ต้องเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ และเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับเด็ก ซึ่งเป็นการร่วมมือกันในการส่งเสริมความรู้ความสามารถของเด็กเนื่องจากผู้บริหารและครูปฐมวัยเป็นบุคคลลำดับแรกๆ ที่มีหน้าที่ดูแลสนับสนุน แนะนำหรือชี้แนะและอำนวยความสะดวก บทบาทของการดูแลคล้ายกับแม่ ซึ่งหน้าที่ด้านการดูแลเด็กคือการทำหน้าที่เพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกาย อารมณ์ จิตใจของเด็ก เอาใจใส่ต่อความปลอดภัย โภชนาการ สุขภาพ ต้องดูแลความเป็นอยู่ของเด็กปฐมวัยอย่างปกติสุขประกอบด้วย การดูแลการเจริญเติบโต สุขภาพ พัฒนาการและความปลอดภัย ดังนั้นผู้ปกครองจึงให้ความสำคัญในด้านบุคคลสูงที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kitnithet, U. (2007) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของผู้ปกครองคนไทยในการส่งบุตรเข้ารับการศึกษานในโรงเรียนอนุบาลนานาชาติแพรว เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจของผู้ปกครองอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนี้ ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ด้านผู้เรียน ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านผู้บริหาร ด้านการบริหารและการจัดการตามลำดับ ซึ่งด้านผู้บริหาร คือ ผู้บริหารมีความสามารถในการตัดสินใจและแก้ปัญหาได้ดี ด้านบริหารและการจัดการ คือ กำหนดเป้าหมายมุ่งให้ผู้เรียนได้รับการศึกษาอย่างมีคุณภาพและเรียนรู้อย่างมีความสุข ด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา คือ ครูที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการสอน

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองมีความต้องการในเรื่องความไว้วางใจโดยรวมที่มีต่อโรงเรียน ไว้วางใจต่อโรงเรียนในการดูแลบุตรหลานของตน เนื่องจากภาพลักษณ์ของโรงเรียนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดผู้ปกครองให้เกิดความสนใจต่อโรงเรียนได้ รวมทั้งชื่อเสียงของโรงเรียน การแต่งกายของครู สภาพอาคารเรียน ห้องเรียนและห้องน้ำ ความสะอาดบริเวณโรงเรียนโดยรวม มีการจัดการเรียนการสอนที่ดีเหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Zeithaml, V. & Bitner, M.J., 2000) กล่าวว่า ส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์คือสินค้าและบริการนั้นต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงเรียนเอกชนคือ หลักสูตรการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอนครูผู้สอนและสภาพพจน์ของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ปกครองมีความต้องการในเรื่องโรงเรียนจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญสูงสุด ซึ่งจะให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ของบุตรหลาน เนื่องจาก ผู้ปกครองจะมุ่งหวังให้โรงเรียนมีการจัดการเรียนการสอน ทำให้ผู้เรียนเกิดการ

เรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญที่เป็นจุดเริ่มของการพัฒนาผู้เรียนหลายๆ ด้าน เช่น คุณลักษณะด้านความรู้ ความคิด ด้านการปฏิบัติและด้านอารมณ์ความรู้สึกจะได้รับการพัฒนาไปพร้อมๆ กัน ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่าน กิจกรรมประสบการณ์เบื้องต้นของผู้เรียนควรเป็นประสบการณ์ในสภาพการณ์จริงมากกว่าจะเรียนรู้จากตำรา มุ่งให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริงเกิดการพัฒนาด้านและสังคมคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมของประเทศชาติต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Boonpituk, S. (2014) กล่าวว่า การเรียนรู้ของเด็กปฐมวัยเป็นสิ่งที่เกิดกับเด็กได้ตลอดเวลา เด็กเรียนรู้จากการเล่นกับสื่อหรือสิ่งของใกล้ตัว สังเกตธรรมชาติที่อยู่รอบตัว การพัฒนาเกิดขึ้นได้จากการที่เด็กมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กายสัมผัส

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ซึ่งปรากฏผลดังนี้

2.1 ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียน ในภาพรวม มีความต้องการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า แม้ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนของนักเรียนจะแตกต่างกันออกไป แต่ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ปกครองส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง มีสถานที่ทำงานอยู่บริเวณใกล้โรงเรียน ประกอบกับการเดินทางคมนาคมที่สะดวก ไม่ห่างไกลชุมชนมากเกินไป และประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการรับ-ส่ง บุตรหลาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Weenakorn, T. (2014) ได้ทำการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนดนตรีเอกชน หลักสูตรวิชาชีพร้อง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สถานที่ตั้งของโรงเรียนดนตรีเป็นปัจจัยที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญ เนื่องจากการเรียนดนตรีจะมีระยะเวลาการรอคอยของบุตรหลานที่มาเรียน ดังนั้นผู้ปกครองต้องการความสะดวกสบาย จึงจะเป็นการดีมากหากโรงเรียนตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และแหล่งชุมชน

2.2 ความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยโรงเรียนเอกชน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ในภาพรวม มีความต้องการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันออกไป มีความต้องการแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคคล

ด้านผลิตภัณฑ์ โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการมีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้างมีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ เนื่องจากผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้างจะมีรายได้ที่ไม่แน่นอน จะส่งผลถึงฐานะทางครอบครัวและสถานะทางสังคมของผู้ปกครองต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนที่ได้รับการยอมรับ ให้กับบุตรหลานตามศักยภาพที่มีเพื่อให้บุตรหลานได้รับการดูแลอย่างดีที่สุด และส่วนใหญ่มีสถานที่ทำงานอยู่ใกล้กับโรงเรียน ทำให้ผู้ปกครองมองเห็นสภาพแวดล้อมของโรงเรียนรับรู้ข่าวสาร ของโรงเรียนได้ง่ายสอดคล้องกับแนวคิดของ Sayreerat, S, et al. (1998) กล่าวว่า ส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์คือสินค้าและบริการนั้นต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงเรียนเอกชนคือ หลักสูตรการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียน

การสอนครูผู้สอนและภาพพจน์ของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม

ด้านราคา โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการ และอาชีพอื่นๆ มีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง เนื่องจากผู้ปกครองที่มีอาชีพลูกจ้างหน่วยงานราชการจะมีรายได้ที่ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ปกครองต้องคำนึงถึงอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าบริการอื่นๆของโรงเรียนที่จะส่งบุตรหลานเข้าเรียนเพื่อให้เหมาะสมกับรายได้สอดคล้องกับแนวคิดของ (Kotler & Armstrong, 2006, quoted in Tuntiwongwanich, W., et al., p.68-70) กล่าวว่า อาชีพและสถานะทางเศรษฐกิจ นักการตลาดพยายามที่จะกำหนดกลุ่มอาชีพที่สนใจในสินค้าและบริการมากกว่ากลุ่มอื่นได้ กิจกรรมอาจจะเป็นผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใดกลุ่มหนึ่ง สถานะทางเศรษฐกิจของบุคคลจะส่งผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์

ด้านบุคคล โดย ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพรับจ้าง เนื่องจากผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นอาชีพที่มีสวัสดิการ มีรายได้มั่นคงและมีวุฒิภาวะทางการศึกษา มีความคาดหวังในความรู้ความสามารถของผู้บริหารเพราะผู้บริหารจะต้องมีความสามารถในการตัดสินใจและแก้ปัญหาได้ดี และในส่วนของครูผู้สอนเพราะครูผู้สอนจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ความสามารถให้กับบุตรหลานของตน การฝึกอบรมและพัฒนาตนเองสืบเนื่องไปถึงการพัฒนาการสอนอย่างสม่ำเสมอ จะเป็นส่วนดึงดูดให้ผู้ปกครองในทุกระดับเกิดความสนใจและมีความต้องการในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนเป็นอย่างมาก Jirachatmongkon, D. (2007) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกให้บุตรศึกษาในระดับอนุบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกให้บุตรศึกษาในระดับอนุบาล อันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านบุคลากร ได้แก่ครูผู้สอนมีจรรยาบรรณในอาชีพของตนและครูผู้สอนมีความเสียสละและเอาใจใส่หน้าที่ของตน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongwitchayut, P. (2015) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของโรงเรียนอนุบาลราชภัฏกำแพงเพชรและศูนย์เด็กปฐมวัย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ในด้านบุคลากรและการบริหารจัดการ ผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการศึกษาปฐมวัยเป็นอย่างดี บุคลากรมีความรู้และมีวุฒิการศึกษาตรงตามกำหนด ครูมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อนักเรียนและผู้ปกครอง จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายเหมาะสมกับพัฒนาการของเด็ก มีความรักเอาใจใส่นักเรียนอย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการสร้างหลักสูตรที่เหมาะสม ผู้บริหารโรงเรียนควรส่งเสริมครูผู้สอนให้จัดประสบการณ์และกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้นักเรียนมีพัฒนาการทุกด้านเหมาะสมกับวัยของนักเรียน สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน
2. ควรกำหนดการเก็บเงินค่าธรรมเนียมการเรียนโดยคำนึงถึงความสามารถในการชำระเงินของผู้ปกครอง เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้าเรียนควรให้ผู้ปกครองสามารถผ่อนชำระเงินค่าธรรมเนียม และค่าบริการต่างๆ

3. ควรจัดประชาสัมพันธ์ให้ศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาหรือศิษย์ปัจจุบันได้รับทราบข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโรงเรียน และรับสมัครนักเรียนให้กับโรงเรียน

4. ควรจัดสถานที่และบริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่บุคคลทั่วไปที่สนใจนำบุตรหลานเข้าเรียนระดับปฐมวัย และผู้ที่มาติดต่อประสานงานกับทางโรงเรียน

5. ผู้บริหารควรมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีศักยภาพสูง ทั้งการกำกับดูแลช่วยเหลือ ชี้แนะและให้การสนับสนุน มีการประสานความคิดในการทำงานได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างความเข้าใจร่วมกับบุคลากรและประสานสัมพันธ์กับบุคลากรทุกฝ่ายได้ด้วยดี

6. ควรจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการฝึกหัดครูรวมถึงการพัฒนาแนวการสอนด้านการผลิตสื่อการสอน ควรจัดให้มีการเรียนการสอนจัดหลักสูตรและการเรียนการสอนในเรื่องของภาษาต่างประเทศ เช่น มีครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา

7. ควรเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย สร้างความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของโรงเรียน โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจ แก่ผู้ที่รับผิดชอบ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยในโรงเรียน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1

2. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของผู้บริหารสถานศึกษากับการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต

References

- Anunnawee, P. (2010). *Principles, Theories of Education Administration*. Chonburi : Montree.
- Boonpituk, S. (2014). *Research in practical experience class*. Bangkok : Panyachon.
- Jirachatmongkon, D. (2007). *Factors Influencing The Decision Of Parents To Choose Their Children In Kindergarten*. In Muang District, Chiang Rai Province. Master's thesis, Chiang Mai University.
- Kitnithet, U. (2007). *The Decision-Making Of Thai Parents In Sending Children To Study At Prep International Kindergarten Huay-Kwang Bangkok Area*. Master's thesis, Kasetsart University.
- Kotler & Armstrong. (2006). *Principles of marketing*. (11 th ed.). New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Sayreerat, S., et al. (1998). *Marketing Strategies and Marketing Management*. Bangkok : Teera Film and Sotax.
- Srisaard, B. (2011). *Basic Research*. Bangkok : Suveriyasan.
- Tantiplachiva, K. (2002). *Early Childhood Learning Styles*. Bangkok : Edison Press Products.
- Tuntiwongwanich, W., et al. (2009). *Prineiples of Marketing*. Bangkok : Pearson Education Indochina Limited.

- Weenakorn, T. (2014). **A Study Of Factors Affecting The Needs Of Parents Who Send Their Children To Private Music Schools For Chorus Course In Bangkok.** Master's thesis, Silpakorn University.
- Wongwitchayut P. (2015, September-December). Guidelines for development Kindergarten and Childhood Center of Kamphaeng Phet Rajabhat. **The Golden Teak : Humanity and Social Science Journal**, 21(3), 69-85.
- Zeithaml, V. & Bitner, M.J. (2000). **Service Marketing Intregrating Customer Focus Across the Firm.** (2 nd ed.). New York : Irwn Mcgraw-Hill Publishing Company.