

การรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อ
พฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่
Perceptions and expectations from marketing strategy effecting to parentals
behavior in private kindergarten decision in Krabi

บุญยุพา อนุภักดี*
Bunyupa Anupak

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาด การตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียน เพื่อศึกษาข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดต่อการดำเนินธุรกิจของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปกครองนักเรียนของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น 0.98 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ ได้แก่ ไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการเตรียมพร้อมก่อนเข้าเรียนจริง เลือกโรงเรียนที่เปิดสอนระดับอนุบาล 1 - ประถมศึกษา ใช้บริการมากกว่า 3 ปี ทราบข่าวจากบุคคลที่รู้จัก บิดา/มารดามีอิทธิพลต่อการเลือกมีที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้กับโรงเรียน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวนนักเรียนต่อห้องน้อยกว่า 25 คน และปัจจัยด้านวิชาการมีผลต่อการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในด้านระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับ การตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวม พบว่าระดับความคาดหวังจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในด้านระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียน และการเดินทางไปโรงเรียน และความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยรวม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในด้านการเดินทางไปโรงเรียน

คำสำคัญ : การรับรู้และความคาดหวัง กลยุทธ์การตลาด

* นักศึกษามัธยมศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Abstract

The purposes of this research were to study perceptions and expectations from marketing strategy level, private kindergarten decision, To study marketing strategy comments and suggestions to private kindergarten business in Krabi. 400 samples were student's parent of private kindergarten in Krabi. Used the questionnaires to collect data with 0.98 of reliability. Analyzed data by basic statistic including average, standard deviation and statistics test including chi-square test.

The results showed that Private kindergarten decision found that the most of respondents prepared before real study choose school which teach kindergarten 1 - primary school, services more than 3 years, know the news from kith Father / Mother effecting to choosing a resident near school. Travel by personal car. The number of students per class at least 25 people. Academic factors effected to private kindergarten decision. The relationship between personal factors with private kindergarten decision overall, found that personal factors related with private kindergarten decision in distance of a resident to school. The relationship between expectations level with marketing mix factors and private kindergarten decision overall, found that expectations level from marketing mix factors related with private kindergarten decision in distance of a resident to school and travel to school. The relationship between perceptions level with marketing mix factors and school decision overall, found that marketing mix factors related with private kindergarten decision in to school.

Keywords : Perceptions and expectations, marketing strategy

บทนำ

ปัจจุบันระบบการศึกษาของไทยเป็นระบบที่มีการแข่งขันกันมาก โดยเฉพาะการสอบแข่งขันเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัย ผู้ปกครองจึงได้มีการเตรียมบุตรหลานของตนเข้าเรียนหนังสือตั้งแต่อนุบาลหรือที่เรียกว่าระดับอนุบาลความมุ่งหมายในการจัดการศึกษาขั้นอนุบาลศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการคือ ต้องการให้โรงเรียนอนุบาลเป็นเสมือนสถานที่สำหรับให้เด็กก่อนวัยเรียนเตรียมตัวและปรับตัวก่อน เพื่อสร้างความพร้อมทางอารมณ์สติปัญญา ร่างกายและสังคม ให้ง่ายแก่การเข้าเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา ก่อปรกับการศึกษาเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึกการอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์

จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้ อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (จันทนา สุวรรณดุก, 2552, 1)

จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ปัจจุบันโรงเรียนที่เปิดสอนระดับอนุบาลทั้งภาครัฐและเอกชนมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับต่อการขยายตัวของประชากรและสนองต่อความต้องการของพ่อแม่ผู้ปกครอง เฉพาะโรงเรียนที่เปิดสอนในระดับอนุบาลของเอกชน ในจังหวัดกระบี่ มีจำนวนถึง 22 แห่ง (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากระบี่, 2554) ที่จะได้

ให้พ่อแม่ ผู้ปกครองได้ตัดสินใจเลือกให้บุตรหลานได้เข้ารับการศึกษาก็ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ปัญหาผลกระทบจากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจต่อการศึกษา ส่งผลให้นักเรียนในระดับก่อนประถมศึกษาในโรงเรียนอนุบาลเอกชน มีจำนวนลดลง และนโยบายของรัฐในการจัดการศึกษาในระดับก่อนประถมศึกษา ส่งผลให้ผู้ปกครองมีทางเลือกในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้โรงเรียนอนุบาลเอกชนทั้งหลายต้องปรับกลยุทธ์ของตนเองเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้ปกครองให้มากที่สุด เมื่อผู้ปกครองมีความรู้สึกรู้สึกพอใจและรู้สึกคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไป ก็จะทำให้โรงเรียนอนุบาลเป็นที่ยอมรับของผู้ปกครอง ความมีชื่อเสียงของโรงเรียนก็จะตามมา อัตราการเพิ่มของนักเรียนก็จะเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อรายได้ที่จะเพิ่มมากขึ้น อันจะนำไปสู่การอยู่รอดของธุรกิจ โรงเรียนอนุบาลเอกชนจึงจำเป็นต้องปรับทิศทางการจัดการศึกษาพัฒนามาตรฐานการศึกษา การจัดทำแผนการลงทุน การขยายตลาด และการรวมพลังสมอง เพื่อความเจริญและเพื่อความอยู่รอดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

จากเหตุผลข้างต้น และผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่ และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลอภิปรายผลและข้อเสนอแนะเพื่อนำมาพัฒนาการบริหารงานของโรงเรียนอนุบาลเอกชน เพื่อประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของธุรกิจโรงเรียนอนุบาลเอกชน เพื่อผู้ปกครองมีความคาดหวังหรือความต้องการให้โรงเรียนจัดการศึกษาที่เน้นการเตรียมความพร้อมและด้านวิชาการให้ความรู้ที่เหมาะสมกับวัยของเด็ก ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานของนักเรียนเอกชนสอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครองจึงมีความสำคัญที่ต้องศึกษาข้อมูลนำมาปรับปรุงพร้อมพัฒนาโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยจึงกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสู่การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่
4. เพื่อศึกษาข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดต่อการดำเนินธุรกิจของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่ ทั้งหมด 22 แห่ง จำนวนผู้ปกครองทั้งหมด 6,340 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากระบี่, 2557) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้น

ขอบเขตด้านตัวแปรในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครอง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนบุตร ความสัมพันธ์กับเด็กในปกครอง ภาระที่ต้องส่งบุตรเข้าศึกษา และภูมิฐานะ

1.2 กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ และผลผลิตภาพ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 ระดับการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่

2.2 การตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ประกอบด้วย เหตุผลที่ส่งบุตรหลานเข้าโรงเรียนอนุบาล ประเภทโรงเรียนที่ตัดสินใจเลือกให้บุตรหลานเข้าเรียน ประสบการณ์การใช้บริการโรงเรียนอนุบาลเอกชน ทราบข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใด บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนอนุบาล ที่อยู่อาศัยห่างจากโรงเรียนอนุบาลคิดเป็นระยะทางประมาณ การเดินทางไปใช้บริการโรงเรียนอนุบาล จำนวนนักเรียนต่อห้อง ลักษณะสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ และปัจจัยสำคัญที่สุดในการพิจารณาเลือกโรงเรียนอนุบาล

2.3 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ประกอบด้วย การบอกต่อให้ญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก

ความพึงพอใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษา และการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในอนาคต

ขอบเขตด้านพื้นที่และเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จากพื้นที่การศึกษาของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่ ใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 สิงหาคม 2557

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยได้เลือกประยุกต์ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดมาปรับเป็นกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ซึ่งสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังภาพที่ 1.1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

การรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงเรียนอนุบาล

1) การตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน

1. เหตุผลที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียน
2. ประเภทโรงเรียนที่ตัดสินใจเลือก
3. ประสบการณ์การใช้บริการ
4. แหล่งข้อมูลข่าวสาร
5. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือก
6. ระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียน
7. การเดินทางไปโรงเรียน
8. จำนวนนักเรียนต่อห้อง
9. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียน

2) แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน

1. การบอกต่อให้ญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก
2. ความพึงพอใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษา
3. การส่งบุตรหลานเข้าเรียนในอนาคต

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครอง

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้ต่อเดือน
7. จำนวนบุตร
8. ความสัมพันธ์กับเด็กในปกครอง
9. ภาระที่ต้องส่งบุตรเข้าศึกษา
10. ภูมิฐานะ

สมมติฐานการวิจัย

จากทฤษฎีและหลักการที่ศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่

2. ระดับการรับรู้จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองนักเรียนของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่ ทั้งหมด 22 แห่ง จำนวนผู้ปกครองทั้งหมด 6,340 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากระบี่, 2557)

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน (stratified random sampling) สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สามารถแสดงจำนวนตัวอย่างในแต่ละชั้นตามสัดส่วน ใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (quota sampling) โดยการประมาณการจากประชากรทั้งหมด ที่มีอยู่แบบกระจายสัดส่วนตามโรงเรียนแต่ละแห่ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ตอน ดังมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 5 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นเพิ่มเติมหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนของผู้ปกครองใน จังหวัดกระบี่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครอง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความสัมพันธ์กับเด็กในปกครอง ภาระที่ต้องส่งบุตรเข้าศึกษา และภูมิสำเนา ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ประกอบด้วย เหตุผลที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียน ประเภทโรงเรียนที่ตัดสินใจเลือกเรียน ประสิทธิภาพการใช้บริการ แหล่งข้อมูลข่าวสาร บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียนอนุบาล การเดินทางไปโรงเรียน จำนวนนักเรียนต่อห้อง และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนอนุบาล

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านมาตรฐานการศึกษา และการให้บริการ ด้านชื่อเสียงและศิษย์เก่าของโรงเรียน ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4 พฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย การบอกต่อให้ญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก ความพึงพอใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษา และการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในอนาคต

ลักษณะการให้คะแนนแบบสอบถามในการวัดระดับความคิดเห็นโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์น้ำหนักค่าเฉลี่ยของคะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนน ของลิเคิร์ต (Likert's scale) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 , 74 – 75)

การทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่างๆ จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือวิธีวิจัยที่เกี่ยวกับเกี่ยวข้องกับการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่

3. กำหนดขอบเขตและโครงสร้างของแบบสอบถามเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยอาศัยแนวทางการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. ร่างแบบสอบถาม และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และความเหมาะสม ตลอดจนทำการให้คำแนะนำ เพื่อปรับปรุงแก้ไข ให้เหมาะสมตรงตามเนื้อหา และใช้ภาษาได้ชัดเจน ถูกต้อง เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมในการใช้ภาษาอีกครั้งหนึ่ง

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงแก้ไขเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำไปทดลองใช้ (try - out) โดยทดลองกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา ของครอนบัค (Cronbach's, Alpha coefficient) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 , 415-420) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.98

7. นำแบบสอบถามที่ได้หาความเที่ยงตรงและหาความเชื่อมั่น มาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนทุกด้าน ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากภาคสนามโดยการแจกแบบสอบถามศึกษาการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน

การรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 31 สิงหาคม 2557 โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี เพื่อขอความอนุเคราะห์จากผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ทั้ง 22 แห่ง ในจังหวัดกระบี่ เพื่อให้ผู้ปกครองนักเรียนตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

1.2 นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม

1.3 นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อนำข้อมูลไปทำการประมวลผลและหาข้อสรุปต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้ารวบรวมจากเอกสารที่เกี่ยวข้องที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้ก่อนแล้ว หนังสือวิทยานิพนธ์ งานวิจัย วารสาร เอกสาร สิ่งพิมพ์ รายงานวิจัย บทความ และระบบสารสนเทศจากอินเทอร์เน็ตต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัยและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครอง การตัดสินใจเลือก และพฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้และความคาดหวังจากกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่ โดยการหาค่าไคสแควร์ (Chi-Square)

4. วิเคราะห์ประมวลผลสรุปข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการดำเนินธุรกิจของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่ โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

สรุปผลและอภิปรายผล

สรุปผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่

ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีบุตร จำนวน 1 - 2 คน

2. การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่

การตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเตรียมพร้อมก่อนเข้าเรียนจริง เลือกโรงเรียนที่เปิดสอนระดับอนุบาล 1 - ประถมศึกษา ใช้บริการมากกว่า 3 ปี ทราบข่าวจากบุคคลที่รู้จัก บิดา/มารดามีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้กับโรงเรียน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวนนักเรียนต่อห้องน้อยกว่า 25 คน และปัจจัยด้านวิชาการมีผลต่อการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดกระบี่

พฤติกรรมของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการบอกต่อให้ญาติพี่น้องหรือคนรู้จักแน่นอน มีความพึงพอใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาามากที่สุด และในอนาคตส่งบุตรหลานให้มาเรียนที่โรงเรียนแห่งนี้แน่นอน

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน

โดยรวม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในด้านระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียน

เพศ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ได้แก่ ประสบการณ์การใช้บริการ และจำนวนนักเรียนต่อห้อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่มีความสัมพันธ์กัน

อายุ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ได้แก่ แหล่งข้อมูลข่าวสาร และระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่มีความสัมพันธ์กัน

ระดับการศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ได้แก่ ประเภทโรงเรียนที่ตัดสินใจเลือก ประสบการณ์การใช้บริการ และระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น

ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อาซิพ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ได้แก่ เหตุผลที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือก ระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียน และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่มีความสัมพันธ์กัน

รายได้ต่อเดือน พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ได้แก่ เหตุผลที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียน ประเภทโรงเรียนที่ตัดสินใจเลือก ประสบการณ์การใช้บริการ ระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียน และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่มีความสัมพันธ์กัน

จำนวนบุตร พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ได้แก่ เหตุผลที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียน และประเภทโรงเรียนที่ตัดสินใจเลือก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่มีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่

ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีบุตรจำนวน 1 - 2 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา สายเครื่อง (2551) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมืองลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีบุตร 1 คน

2. การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดกระบี่

การตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเตรียมพร้อมก่อนเข้าเรียนจริง เลือกโรงเรียนที่เปิดสอนระดับอนุบาล 1 - ประถมศึกษา ใช้บริการมากกว่า 3 ปี ทราบข่าวจากบุคคลที่รู้จัก บิดา/มารดามีอิทธิพลต่อการเลือกมีที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้กับโรงเรียน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวนนักเรียนต่อห้องน้อยกว่า 25 คน และปัจจัยด้านวิชาการมีผลต่อการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตนา สายเครื่อง (2551) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอเมืองลำพูน ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ส่งบุตรหลานเข้าโรงเรียนอนุบาลเพื่อเตรียมพร้อมก่อนเข้าเรียนจริง โดยอาศัยแหล่งข้อมูลข่าวสารจากบุคคลที่รู้จักประกอบการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนอนุบาล

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในด้านระยะห่างจากที่อยู่อาศัยกับโรงเรียน และการเดินทางไปโรงเรียน ซึ่งรกรับส่งนักเรียนเป็นกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน อาจจะเป็นเพราะว่าผู้บริหารโรงเรียนเอกชนมีความเข้าใจรูปแบบของการดำเนินชีวิต (lifestyle) ค่านิยมและทัศนคติของครอบครัวและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งการมีเวลาน้อยลง เนื่องจากต้องทำงานมากขึ้น ปัญหาการจราจรที่ติดขัด ก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งในการรับส่งบุตรหลานระหว่างบ้านและโรงเรียนการใช้บริการรถรับส่งนักเรียน จึงเป็นทางเลือกหนึ่ง ที่จะช่วยแก้ปัญหาบางส่วนของผู้ปกครองได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากข้อค้นพบของงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมจากผลของการวิจัย เพื่อนำมาเป็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงการดำเนินการบริหารของโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนอนุบาลเอกชน

ผู้ประกอบการรายใหม่และผู้ประกอบการรายเดิม สามารถนำข้อมูลที่ค้นพบ ได้ใช้ในการดำเนินธุรกิจ และทำการประเมินตนเองในด้านความรู้ความสามารถในการ วิเคราะห์วางแผน อันจะนำไปสู่การปฏิบัติและควบคุมได้อย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจ ภายใต้สภาวะที่มีการแข่งขันกันสูง และโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ผู้ประกอบการธุรกิจ ทางการศึกษา สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ ส่วนประสม การตลาดบริการในทุกด้าน เพราะธุรกิจมีคู่แข่งจำนวนมาก จึงควรพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้สามารถพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจให้มีศักยภาพการแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ สร้างผลตอบแทนสูงสุดให้กับกิจการ

ผู้ประกอบการธุรกิจการศึกษา ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพราะบุคลากรถือเป็นหัวใจสำคัญสำหรับงานบริการควรมีการฝึกฝนและให้พัฒนาความรู้ของบุคลากรในหน่วยงานอยู่เสมอ

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การบริการและการดำเนินงาน เพราะการบริการที่ดีจะส่งผลต่อความพึงพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งจะส่งผลต่อยอดขายและกำไรของธุรกิจอีกด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าควรที่จะมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบล ดังนี้

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนอนุบาลเอกชน กับโรงเรียนอนุบาลรัฐบาลที่มีลักษณะที่ใกล้เคียง หรืออยู่ในระดับเดียวกัน เพื่อทำให้ทราบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรและมีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ผู้ปกครองเลือกโรงเรียนนั้น

2. ศึกษาถึงมุมมองเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดจากการจัดการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยทุกรอบด้าน 360 องศา

เอกสารอ้างอิง

- จันทนา สุวรรณดุก. (2552). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่. ปัญหาพิเศษ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- จินตนา สายเครื่อง. (2551). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในอำเภอเมืองลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุฑา เทียนชัย. (2550). การจัดการ : มุมมองนักบริหาร Management : Perspectives for managers. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- ชานินทร์ ศิลปจารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ปิยะดา มณีนิล. (2554). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตเทศบาลนครยะลา. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ศรินพร สันติเมทนีดล. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนในพื้นที่เขตตลาดพร้าวกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สำนักงานจังหวัดกระบี่. (2557). บรรยายสรุปจังหวัดกระบี่. กระบี่: ผู้แต่ง.
- สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. (2550). พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น : รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สุชาติ อังคจินดา. (2553). องค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโรงเรียนเอกชน. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- อังคณา บัณฑิตอาภรณ์. (2549). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนของผู้ปกครอง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.