

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครอง
ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
Marketing Factor Influencing Decision Selection of Private Educational
Institutions in the Bilateral System Vocational Certificate Level
(Vocational Certificate) of Parents in Phrapradaeng District
Samutprakan Province

ณัฐธนธ์ อ่อนชื่น¹ และ สายพิณ ปันทอง²

Nutthanon Onchuen¹ and Saiphin Panthong²

¹นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

²อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

อีเมล : nutthanononc@panyapiwat.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 เมษายน 2564

10 พฤษภาคม 2564

11 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชน และศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบ ทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง โดยเก็บข้อมูลจากผู้ปกครองของนักเรียนระดับ ปวช. จำนวน 300 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนหรือเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปเป็นการทดสอบสมมติฐานค่าสถิติที่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ คือ ด้านรายได้ ในส่วนของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง

จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านช่องทางการศึกษา ด้านการส่งเสริมการศึกษา ด้านบุคลากรทางการศึกษา และด้านกระบวนการทางการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลมีประสิทธิภาพร้อยละ 82.30

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาด, ระบบทวิภาคี, การตัดสินใจเลือก, สถานศึกษา

ABSTRACT

Objectives to study the demographic Marketing factor Influencing the decision of the private educational institution in the bilateral system vocational certificate Level (Vocational Certificate) of parents in Phrapradaeng District and to study the marketing factors affecting the decision of the private educational institution in the bilateral system. vocational certificate Level (Vocational Certificate) of parents in Phrapradaeng District By collecting data from parents of 300 vocational students. As a research tool Demographic analysis using descriptive statistics. By finding the percentage, mean, standard deviation, and testing the hypothesis by comparing the difference between the mean of the two sample groups t-Test Independent Sample. The variance or comparison of mean difference between 3 groups or more samples was tested for hypothesis. F-test Independent Sample Pearson's Product Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis

Hypotheses testing Income Demographic Factors Affecting Bilateral Private Educational Institution Decision Vocational Certificate Level (Vocational Certificate) of parents in Phra Pradaeng District Samut Prakan Province is income. Regarding the marketing factors that affect the decision of the private educational institution in the bilateral system. Vocational Certificate Level (Vocational Certificate) of parents in Phrapradaeng District Samutprakan Province, including the factors of teaching and learning curriculum Educational channels Education promotion Educational Personnel And educational processes with statistic significant at 0.05 and influencing factor was effective at 82.30%

Keywords: Marketing Factors, Bilateral, Decision-making, Private School

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 มาตรา 15 การจัดการศึกษามี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) การศึกษาในระบบ เป็นการศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตรระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน 2) การศึกษานอกระบบ เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมายรูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม 3) การศึกษาตามอัธยาศัย เป็นการศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อม และโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อ หรือแหล่งความรู้อื่นๆ

จากพระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2551 มาตรา 8 ในการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี เป็นการจัดการศึกษาวิชาชีพที่เกิดจากข้อตกลงระหว่างสถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันกับสถานประกอบการในเรื่อง การจัดหลักสูตร การเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล โดยผู้เรียนใช้เวลาส่วนหนึ่งในสถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันและเรียนภาคปฏิบัติในสถานประกอบการ โดยมีการจัดแผนการเรียน แผนการฝึกอาชีพ การวัดผลและการประเมินผลเพื่อมุ่งเน้นผลิตผู้สำเร็จการศึกษาในระดับฝีมือ ให้มีความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพ มีสมรรถนะการปฏิบัติงานหรือประกอบอาชีพอิสระได้ตามมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพและมาตรฐานสมรรถนะของสาขาวิชานั้นๆ โดยสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนการศึกษาแห่งชาติ จำนวนสถานศึกษาเอกชนในกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่มีจำนวนมากถึง 96 แห่ง เพื่อรองรับจำนวนนักเรียนที่เพิ่มมากขึ้น และเป็นทางเลือกให้ผู้ปกครองตัดสินใจ ในการเลือกสถานศึกษาเอกชนให้กับบุตรหลานในปกครอง ทุกสถานศึกษามีระบบทวิภาคี หลักสูตรต่างๆ ที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ สถานศึกษาเอกชนหลายแห่งเป็นที่ยอมรับจากผู้ปกครองในการเลือกให้บุตรหลาน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2563)

ในปัจจุบันมีสถานศึกษาเอกชนเกิดขึ้นมากมายผู้ประกอบการสถานศึกษาจะต้องทำการตลาดเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดสถานศึกษาแห่งในปัจจุบัน เพื่อผู้ปกครองส่งบุตรหลานมาเรียน ต้องจัดการปัจจัยทางการตลาดที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกให้มีมาตรฐาน และเป็นจุดแข็งของสถานศึกษาแห่งนั้นๆจากข้อมูลที่กำลังมาข้างหน้า แสดงให้เห็นถึงความสำคัญด้านการศึกษา ในระบบทวิภาคี ซึ่งมีส่วนขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจจากการนำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพได้ ในขณะเดียวกันการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาของผู้ปกครองในปัจจุบัน สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีส่วนในการนำมาพัฒนาสถานศึกษาให้ตรงความต้องการของผู้ปกครอง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครอง ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นแหล่งให้

ความรู้ของนักเรียนได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้ปกครอง เพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาของผู้ปกครองให้กับบุตรมาเรียน ทั้งจะเป็นประโยชน์ สามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้ปกครองของนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ หลักสูตรการเรียนการสอน ช่องทางการศึกษา การส่งเสริมการศึกษา บุคลากรทางการศึกษา ลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา กระบวนการทางการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์

ภักดิ์วัฒน์ ศุภผลกุลนันท์ (2558) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์ประกอบ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2552) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

เครื่องมือ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

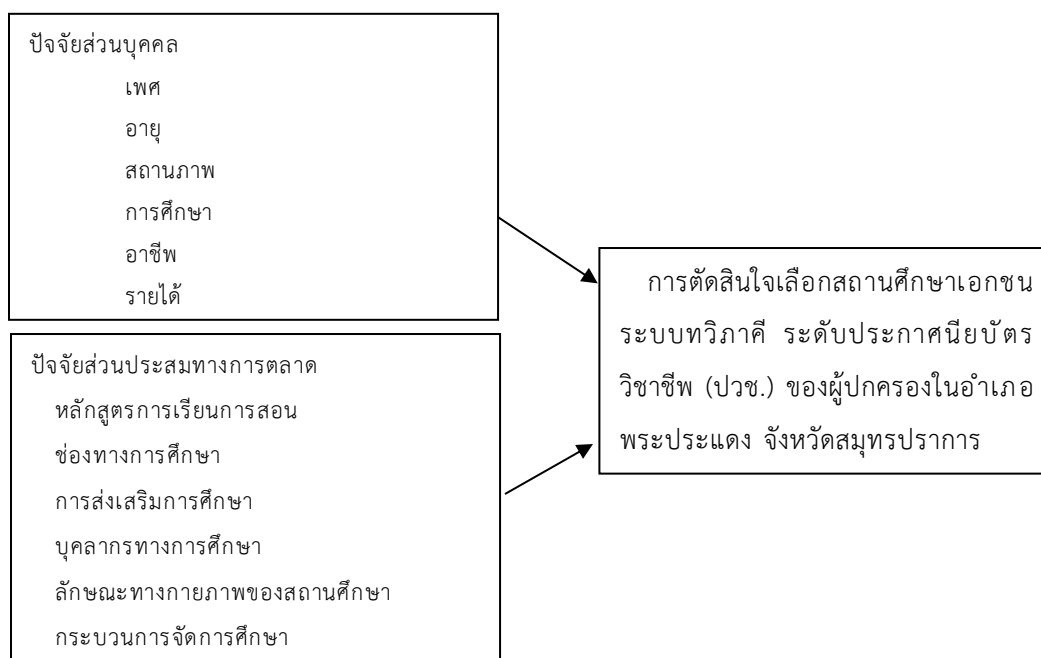
ชัยณรงค์ พิสุทธิ (2561) การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 2. ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานศึกษาเอกชน และระบบทวิภาคี

โรงเรียนเอกชน พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 “โรงเรียน” หมายความว่า สถานศึกษาของเอกชนที่จัดการศึกษาไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนในระบบ หรือโรงเรียนนอกระบบที่มีใช้เป็นสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ระบบทวิภาคี คือ การศึกษาระบบทวิภาคี เป็นการจัดการศึกษาวิชาชีพที่เกิดจากข้อตกลงระหว่างสถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันกับสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐในเรื่องการจัดหลักสูตรการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล โดยผู้เรียนใช้เวลาส่วนหนึ่งในสถานศึกษาอาชีวศึกษา เพื่อประโยชน์ในการผลิตและพัฒนากำลังคน สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันสามารถจัดการศึกษาตามวรรคหนึ่งในหลายรูปแบบรวมกันก็ได้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ปกครองของนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในปีการศึกษา 2563 ชั้นปีที่ 1-3 จำนวน 521 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2561) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 227 คน ผู้วิจัยเพิ่มขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็น 300 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยใช้การสุ่มแบบกำหนดสัดส่วน กำหนดสัดส่วน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลนักเรียนระดับระดับ ปวช. ในปีการศึกษา 2563 ระบบทวิภาคีของสถานศึกษาเอกชนในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ระดับชั้น	จำนวนนักเรียน(คน)	สัดส่วน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.1)	204	39.16%	117
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.2)	182	34.93%	105
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3)	135	25.91%	78
รวม	521	100.00%	300

หมายเหตุ จาก ข้อมูลจำนวนนักเรียนในปีการศึกษา 2563, โดย ศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์สำโรง, 2563, งานทะเบียนนักเรียน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือในการช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยคำถามส่วนนี้มีจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยคำถามส่วนนี้มีจำนวน 30 ข้อ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชน จำนวน 5 ข้อ โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า ทั้งสิ้น 5 ระดับ โดย ระดับ 1 หมายถึง ความคิดเห็นน้อยที่สุด จนถึง ระดับ 5 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ซึ่งแบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประเมินแบบสอบถามทุกข้อ ได้ค่า

ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) รวมเท่ากับ 0.95 มากกว่า 0.5 ซึ่งให้เห็นว่าแบบสอบถามนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (ยุทธ ไกยวรรณ, 2561) และได้ทำการการทดสอบความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม 30 ชุด ได้เก็บข้อมูลจากผู้ปกครองที่เลือกสถานศึกษาเอกชนในจังหวัดนนทบุรี ค่าความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่ารวมเท่ากับ 0.881 มากกว่า 0.70 ซึ่งให้เห็นว่า แบบสอบถาม มีความเที่ยงตรง (Reliability) ผู้วิจัยจึงสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากผู้ปกครองที่ตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในรูปเอกสาร จำนวน 300 ชุด ระหว่างเดือนธันวาคม 2563- มกราคม 2564

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ t-Test Independent Sample การทดสอบสมมติฐานค่าสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบสถิติแบบ F-test Independent Sample การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.33 มีอายุระหว่าง 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.30 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.69 การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปวช. คิดเป็นร้อยละ 45.75 ประกอบรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 39.00 และมีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็น ร้อยละ 53.67 และระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช.ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือก สถานศึกษาในระบบทวิภาคี	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	4.35	0.842	มากที่สุด	1
2. ด้านช่องทางการศึกษา	4.24	0.684	มากที่สุด	6
3. ด้านการส่งเสริมการศึกษา	4.25	0.714	มากที่สุด	5

ตาราง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือก สถานศึกษาในระบบทวิภาคี	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
4. ด้านบุคลากรทางการศึกษา	4.28	0.878	มากที่สุด	2
5. ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา	4.26	0.681	มากที่สุด	4
6. ด้านกระบวนการจัดศึกษา	4.27	0.822	มากที่สุด	3
รวม	4.29	0.793	มากที่สุด	

การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่จะทำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ต่างๆ ของโมเดลอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชน ประกอบด้วย ตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบช่วง ทั้งหมด 6 ด้าน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน เป็นเกณฑ์การยอมรับว่าค่าความสัมพันธ์ทางบวกที่สูง เกินค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

ปัจจัยทางการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)					
	หลักสูตร	ช่องทาง	การ	บุคลากร	ลักษณะ	กระบวนการ
	การเรียน	การศึกษา	ส่งเสริม การศึกษา	ทางการ ศึกษา	ทาง กายภาพ	ทางการ ศึกษา
หลักสูตรการเรียน	1					
ช่องทางการศึกษา	0.737**	1				
การส่งเสริมการศึกษา	0.725**	0.674**	1			
บุคลากรทางการศึกษา	0.540**	0.597**	0.636**	1		
ลักษณะทางกายภาพ	0.667**	0.719**	0.745**	0.630**	1	
กระบวนการทางการศึกษา	0.756**	0.700**	0.687**	0.678**	0.732**	1

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันทางบวกโดยมีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในระหว่าง 0.540 ถึง 0.756 จากตารางที่แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สันไม่มีตัวแปรใดมีความสัมพันธ์มากกว่า 0.800 จึงไม่เป็นปัญหาที่จะนำตัวแปรไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยที่มีอิทธิพลตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชน

ปัจจัยทางการตลาด	การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชน ระดับทวิภาคี						
	B	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.202	.147		1.374	.170		
ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	.274	.077	.260	3.553	.000*	.111	1.036
ด้านช่องทางการศึกษา	-.033	.024	-.034	-1.387	.167	.983	1.018
ด้านการส่งเสริมการศึกษา	.275	.065	.268	4.251	.000**	.148	3.739
ด้านบุคลากรทางการศึกษา	.315	.057	.316	5.569	.000**	.183	5.459
ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา	.004	.067	.004	0.063	.793	.141	2.117
ด้านกระบวนการจัดการศึกษา	.126	.070	.127	1.801	.043*	.118	4.440

$R^2 = 0.823$, $F = 233.183$, $*p < 0.05$, $**p < 0.01$

หากพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยทางการตลาด ด้านบุคลากรทางการศึกษา ($\beta = 0.316$) เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการศึกษา ($\beta = 0.268$) ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ($\beta = 0.260$) ด้านกระบวนการจัดการศึกษา ($\beta = 0.127$) ตามลำดับและสามารถพยากรณ์ความผันแปรของผลการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชน คิดเป็นร้อยละ 82.3 ที่เหลืออีกร้อยละ 17.7 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ปกครองของนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. แตกต่างกัน

ผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ

การศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านรายได้ พบว่า ค่า Sig. ต่ำกว่านัยสำคัญ 0.05. แสดงว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	t	F	Sig.
สมมติฐานที่ 1.1 เพศ	-0.348	0.35	0.852
สมมติฐานที่ 1.2 อายุ		1.084	0.369
สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพ		1.152	0.333
สมมติฐานที่ 1.4 การศึกษา		1.252	0.288
สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ		0.651	0.627
สมมติฐานที่ 1.6 รายได้		3.214	0.020*

หมายเหตุ : *Sig.<0.05, ** Sig.<0.01

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ หลักสูตรการเรียนการสอน ช่องทางการศึกษา การส่งเสริมการศึกษา บุคลากรทางการศึกษา ลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา กระบวนการทางการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ดังแสดงในตารางที่ 5

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน (Sig. = 0.000**) ด้านการส่งเสริมการศึกษา (Sig. = 0.000**) ด้านบุคลากรทางการศึกษา (Sig. = 0.000**) ด้านกระบวนการจัดการศึกษา (Sig. = 0.043*) ซึ่งในขณะที่ด้านช่องทางการศึกษา และด้านลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ สามารถพยากรณ์ความผันแปรของที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.30 ที่เหลืออีกร้อยละ 17.70 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น

อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า การเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับระดับการตัดสินใจ ได้แก่ รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. แสดงให้เห็นว่า สถานศึกษานี้สามารถให้การศึกษาแก่นักเรียนได้ครอบคลุมในทุกระดับรายได้ของผู้ปกครอง มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จำลอง สุริวงศ์ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่ประกอบอาชีพ ระดับการศึกษา และมีรายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกัน ตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1. ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน จากการศึกษาพบว่า ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นว่า นักเรียนได้รับประสบการณ์การทดลองฝึกงานตลอดหลักสูตรการเรียนการสอน ผู้ปกครองจึงตัดสินใจเลือกสถานศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยณรงค์ พิสุทธิ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ มีตัวแปร 4 ตัว ร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลร้อยละ 67.00

2. ด้านช่องทางการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการศึกษา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นว่า นักเรียนมีความพร้อมในการศึกษาในทุกช่องทางตามที่สถานศึกษาจัดไว้ให้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรา ขำวิเศษ (2557) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรีผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ด้านการส่งเสริมการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง

จังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นว่า การจัดกิจกรรมแนะแนวการศึกษาจากฝ่ายแนะแนว การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสถานศึกษาให้ผู้ปกครองทราบ มีส่วนในการตัดสินใจของผู้ปกครอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ บัวพันธ์ อ่อนแก้ว (2561) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักศึกษาเพื่อศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษาสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. ด้านบุคลากรทางการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ด้านบุคลากรทางการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอยะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นว่า บุคลากรของสถานศึกษาสามารถช่วยประสานงานกันได้เป็นอย่างดี และอาจารย์มีคุณวุฒิ ความชำนาญ ตรงกับในรายวิชาที่สอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ บัวพันธ์ อ่อนแก้ว (2561) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักศึกษาเพื่อศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษาสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

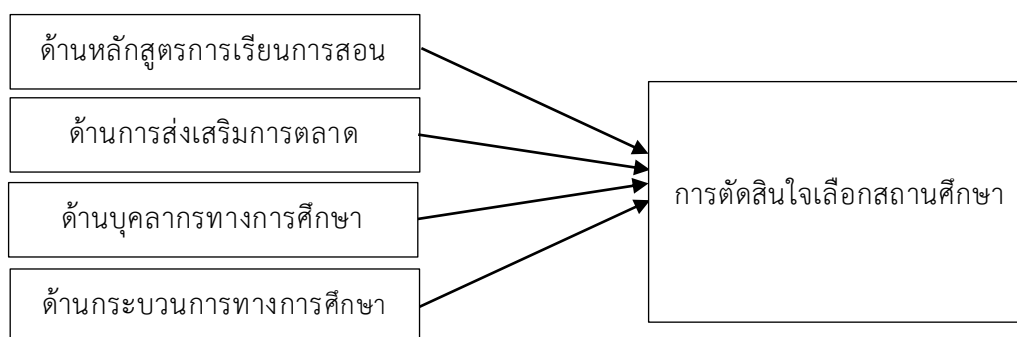
5. ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา จากการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอยะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นว่า บุคลากรของสถานศึกษาคอยให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองเป็นส่วนในการตัดสินใจโดยลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษาไม่ทำให้ผู้ปกครองเลือก สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรา ขำวิเศษ (2557) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรีผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน ตัวแปรปัจจัยทางการตลาดที่สามารถนำมาพยากรณ์ระดับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของปัจจัยทางการตลาดด้านอื่นๆ ไม่มีผลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน

6. ด้านกระบวนการทางการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ด้านกระบวนการทางการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับ ปวช. ของผู้ปกครองในอำเภอยะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นว่า การที่สถานศึกษามีการจัดลำดับก่อน-หลัง ในการให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ มีผลในการที่ผู้ปกครองตัดสินใจเลือก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์

สมจริง (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ร้อยละ 60.05 ($R^2 = 0.605$)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา ได้แก่ รายได้ จึงสามารถนำเป็นข้อมูลในการส่งเสริมการศึกษาให้กับนักเรียนให้ได้เข้ารับการศึกษาศึกษาในสถานศึกษาเอกชนที่ดีมีมาตรฐาน กับผู้ปกครองช่วงรายได้แตกต่างกัน และผลการวิจัยสถานศึกษาต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านช่องทางการศึกษา ด้านบุคลากรทางการศึกษา และด้านกระบวนการทางการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่กล่าวมานี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับชั้น ปวช. ดังนั้นสถานศึกษาเอกชนต้องรักษามาตรฐานในด้านนี้ไว้ และใช้ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดโดยมีการเพิ่มหลักสูตรการศึกษาในระบบทวิภาคีระดับ ปวช. ให้นักเรียนสามารถเลือกเรียนในหลายหลักสูตรได้มากขึ้น และส่งเสริมการศึกษาให้กับนักเรียนที่ผู้ปกครองมีรายได้น้อยได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ที่มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้น ทำให้สถานศึกษามีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยสามารถพัฒนาเป็นโมเดลทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา เพื่อใช้เป็นโมเดลในการพัฒนางานวิจัยในครั้งต่อไป ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสถานศึกษา โดยผู้วิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2563). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2563, จาก <http://www.ops.moe.go.th/>
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรา ขำวิเศษ. (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด).
- จำลอง สุริวงศ์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์).
- ชัยณรงค์ พิสุทธิ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์).
- บัวพันธ์ อ่อนแก้ว. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาเพื่อศึกษาต่อ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษาสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์).
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2561). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุทธศาสตร์ หน่อแก้ว (2560) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตสำนักวิชาบริหารรัฐกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 2561. (ฉบับที่ 2).
- ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท์. (2558). *Principle of marketing : The modern business management lead to successful*. สงขลา : สเตรนเจอร์ส บুক
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing Management). (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

- อมริภรณ์ สมจริง. (2558). *ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน).
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler (2016). *Marketing management: Analysis planning implementation and control*. (15th^{ed}.). New Jersey: Pearson Education.