

การพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนประสม  
ทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา

Development of private school management strategies by using a combination of factors  
Marketing of Benjarong Anusorn Wittaya School

พัฒนชัย ทองพันธ์ Patchai Thongpan

ไพโรภ รัตนชูวงศ์ Pairop Rattanachuwong

วิชิต เทพประสิทธิ์ Wichit Theprasit

### บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา ครั้งนี้ ใช้ระเบียบการศึกษาแบบผสมผสานระหว่างการการศึกษาเชิงปริมาณ และการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและพัฒนาการกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาที่ประกอบด้วย 1) ผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา จำนวน 280 คน ดำเนินการสุ่มตัวอย่าง ได้จำนวน 162 คน และ 2) ผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษา จำนวน 5 คน ขอบเขตที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วยการศึกษากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา 7 ประการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

### Abstract

This study on the development of private school management strategies by using marketing mix factors of Benjarong Anusorn Wittaya School Use a blended education methodology. during the quantitative study and a qualitative study with the objective of studying conditions and developing strategies Management of private schools using marketing mix factors of Benjarong Anusorn Wittaya School The population used in the study consisted of 1) parents of students. Benjarong Anusorn Wittaya School consisted of 280 people, 162 people were randomly selected and 2) 5 academic experts. Scope of study The study consisted of a study of private

school management strategies by using 7 factors of marketing mix of Benjarong Anusorn Wittaya School, namely product, price, location, marketing promotion, personnel, service process. and the creation and presentation of physical characteristics ■

## บทนำ

การศึกษาเป็นกระบวนการที่ทำให้คนมีความรู้และคุณสมบัติต่างๆ ที่ช่วยให้คนนั้นอยู่รอดในโลกได้เป็นประโยชน์ต่อตนเองครอบครัวและสังคมส่วนรวม คุณภาพการศึกษาจึงสะท้อนถึงคุณภาพคนที่เป็นผลผลิตของการจัดการศึกษา ในบริบทของสังคมไทยปัจจุบัน รูปแบบการศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาในระบบ ดังนั้น สถานศึกษาจึงเป็นหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ในการจัดการศึกษา โดยเฉพาะในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยในสถานการณ์ปัจจุบันสถานศึกษาส่วนใหญ่ยังมีความเหลื่อมล้ำแตกต่างกัน ทั้งในด้านงบประมาณ คุณภาพ บุคลากร หรือ แม้แต่ปัจจัยด้านผู้เรียน รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความร่วมมือของคณะกรรมการสถานศึกษา การสนับสนุนจากชุมชน หน่วยงานหรือองค์กร ที่อยู่ใกล้เคียงสถานศึกษา และการติดตามช่วยเหลืออย่างใกล้ชิดจาก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหรือหน่วยงานต้นสังกัด สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อคุณภาพการจัดการศึกษา อีกทั้งปัจจุบันสถานศึกษามีอิสระในการบริหารจัดการศึกษาด้วยตนเอง มีการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา ตามบริบทและความต้องการของตนเอง คุณภาพผู้เรียนและคุณภาพ ในการบริหารจัดการจึงมีความแตกต่างกัน

การศึกษาเอกชนเป็นระบบการศึกษาที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการศึกษาของประเทศมีส่วนร่วม ในการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เป็นทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพ เป็นกำลังสำคัญของการพัฒนาประเทศ มาอย่างต่อเนื่องยาวนาน การมีส่วนร่วมของการศึกษาเอกชนได้ถูกกำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย กฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ และกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน ประกอบกับ โรงเรียนเอกชนในระบบประเภทสามัญศึกษาเป็นการจัดการศึกษาในระดับก่อนประถมศึกษา (เตรียมอนุบาล) ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญอย่างยิ่ง

โรงเรียนเอกชนเป็นสถาบันการศึกษาที่เกิดขึ้นมาเพื่อรองรับการขยายตัวทางการศึกษาของภาครัฐ ที่ไม่สามารถจัดการได้อย่างครอบคลุม ซึ่งโรงเรียนเอกชนต้องจัดการเรียนการสอนอย่างมีคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ปกครอง ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบบริหารจัดการหลักสูตรกระบวนการจัดการเรียนการสอน อาคารสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งไม่แตกต่างจากสถาบันการศึกษาของภาครัฐ และหากเป็นไปได้ยังมุ่งไปสู่คุณภาพที่สูงกว่าใน

หลายด้าน ทั้งนี้เพื่อความศรัทธาและความอยู่รอดของการดำเนินกิจการ โดยในการพัฒนาการศึกษาเอกชนที่ผ่านมา ส่งผลเป็นสถานการณ์ปัจจุบันของการศึกษาเอกชน ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขและพัฒนาต่อไป ดังนี้

1) ด้านคุณภาพของผู้เรียน คุณภาพของผู้เรียนในโรงเรียนเอกชนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานต้องเผชิญปัญหาเช่นเดียวกับ ผู้เรียนใน โรงเรียนของภาครัฐ โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แม้ว่าในภาพรวมบางระดับชั้นและในบางวิชา จะมีคะแนน (O-NET) เฉลี่ยสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยของประเทศแต่ยังต่ำกว่าร้อยละ 50 มีความแตกต่างของ ผลคะแนนระหว่างพื้นที่ค่อนข้างสูง หลักสูตรการเรียนการสอน การวัดและประเมินผลผู้เรียนของ โรงเรียน เอกชนส่วนใหญ่ยังคงเป็นรูปแบบเดิมที่เน้นการท่องจำ ซึ่งยังไม่สามารถตอบโจทย์การพัฒนาศักยภาพคน ที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ

2. ด้าน โอกาสของผู้เรียน ที่ผ่านมารัฐได้ให้ความสำคัญกับการอุดหนุนการศึกษา เอกชนมาโดยตลอดแต่ผู้เรียนในโรงเรียน เอกชนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานยังไม่สามารถเข้าถึงค่าใช้จ่ายที่เพียงพอต่อการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ มาตรฐาน เนื่องจากอัตราเงินอุดหนุนค่อนข้างต่ำ โดยมีอัตราไม่ถึงร้อยละ 50 ของงบประมาณต่อหัว นักเรียนภาครัฐ โรงเรียนส่วนหนึ่งที่รับเงินอุดหนุนไม่สามารถเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาได้หรือเก็บได้ ไม่เต็มอัตราที่กำหนดให้เก็บได้ การอุดหนุนยังไม่สะท้อนตามความต้องการจำเป็นที่แตกต่างกันของผู้เรียนและโรงเรียน ได้อย่างแท้จริง และยังไม่สะท้อนต่อคุณภาพและประสิทธิภาพการจัดการศึกษา

3) ด้านประสิทธิภาพการจัดการศึกษาของ โรงเรียน เมื่อพิจารณาด้านค่าใช้จ่าย โรงเรียนเอกชนจัดการศึกษาประหยัดกว่าที่รัฐจัด ในขณะที่เมื่อ พิจารณาจากผลลัพธ์ของระบบในด้านคุณภาพการศึกษา (คะแนน O-NET) โรงเรียนที่ได้คะแนนสูงกว่า ร้อยละ 50 มีจำนวนน้อยมาก มีโรงเรียนที่ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานร้อยละ 17 ในขณะที่การดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษา เอกชน ยังไม่สอดคล้องตามความต้องการจำเป็นที่แตกต่างกันของโรงเรียน ขาดระบบและกลไก การกำกับ ติดตาม และประเมินผลที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้การบริหารจัดการศึกษาของโรงเรียนมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และอยู่บนหลักความรับผิดชอบต่อ การส่งเสริมประสิทธิภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียน เอกชนนอกระบบยังไม่ทั่วถึง เนื่องจากมีความแตกต่างหลากหลายในด้านหลักสูตร และมีการเปลี่ยนแปลง การดำเนินกิจการอย่างรวดเร็ว

4) ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดและสนับสนุนการศึกษาเอกชน การศึกษาของ เอกชนส่งผลดีต่อรัฐหลายประการ เช่น ช่วยประหยัดงบประมาณ ช่วยให้เกิด การแข่งขันในเชิง

คุณภาพ ช่วยให้ผู้รัฐได้ใช้ประโยชน์จากทักษะและความชำนาญเฉพาะของโรงเรียนเอกชน เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนนักเรียนโรงเรียนในระบบภาครัฐต่อเอกชนที่ผ่านมา พบว่ามีสัดส่วนเพิ่มขึ้นตามลำดับแต่มีอัตราเพิ่มขึ้นไม่สูงมาก ปัจจุบันมีสัดส่วนอยู่ที่ 78.5 : 21.5 อย่างไรก็ตาม อุปสรรคต่อการขยายบทบาทการมีส่วนร่วมของเอกชนในการจัดการศึกษาที่สำคัญคือ การที่หน่วยงานภาครัฐและสังคมยังขาดความเข้าใจถึงบทบาทความสำคัญของการศึกษาเอกชน ทำให้การศึกษาเอกชนถูกมองว่า เป็นเพียงธุรกิจประเภทหนึ่ง โดยไม่ได้ให้ความสำคัญที่โอกาสของผู้เรียน กรอบแนวคิดดังกล่าวส่งผลให้ โรงเรียนเอกชนถูกกำหนดการปฏิบัติที่ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันกับโรงเรียนของรัฐ นอกจากนี้ยังขาด การส่งเสริม สนับสนุนการจัดการศึกษาของ โรงเรียนเอกชนในรูปแบบแนวทางใหม่ๆ ขาดการพัฒนากฎ ระเบียบ และแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมและทันสมัยเพื่อส่งเสริมการลงทุนจัดการศึกษาเอกชน

จากสภาพปัจจุบันและปัญหาดังกล่าว การบริหารเชิงกลยุทธ์จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารงานใน โรงเรียนเอกชนและผู้บริหารสถานศึกษาจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทโดยตรงในการขับเคลื่อนสถานศึกษาให้บรรลุผลสำเร็จ ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญกับการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ เนื่องจาก กลยุทธ์เป็นการวางแผนแม่บทในการดำเนินงานเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจากกลยุทธ์การตลาดจึงเป็นกลยุทธ์หรือวิธีการใช้เครื่องมือการตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าหากผู้บริหาร โรงเรียนนำกลยุทธ์การตลาดมาปฏิบัติในการบริหารงานของโรงเรียน จะทำให้ผู้ปกครองเกิดความพึงพอใจอันจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งลูกเข้าเรียนในโรงเรียนของตน กลยุทธ์การตลาดที่ได้รับความนิยมในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ปกครองและผู้ ที่สนใจโรงเรียนส่งบุตรหลานเข้าเรียน คือ กลยุทธ์การตลาดของ คอตเลอร์ เรียกว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy) เป็น สิ่งที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อยู่ 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ทั้ง 4 ประการต้องสอดคล้องกันไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้สนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างกลมกลืน ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด กลยุทธ์การตลาดเป็นเทคนิคหรือวิธีการอย่างหนึ่งที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจสินค้าหรือบริการจึงตัดสินใจซื้อบริการหรือสินค้า

การบริหารโรงเรียนเอกชนจัดได้ว่าเป็นธุรกิจศึกษาที่ต้องมีการลงทุนทางการศึกษาของเอกชนไม่สามารถให้ขาดทุนได้ ต้องคำนึงถึงต้นทุนและผลกำไรซึ่งผู้บริหารโรงเรียนต้องคำนึงความอยู่รอดของโรงเรียนเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียนต้องหากกลยุทธ์เพื่อดึงดูดให้ผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนและเพิ่มประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือกับผู้ปกครองเกิดความศรัทธาเพื่อให้ได้ซึ่งคุณภาพของการให้บริการทางการศึกษาเพราะการจัดการศึกษาโรงเรียนเอกชนมีลักษณะการบริหารและจัดการพิเศษกว่าการให้บริการด้านอื่น ดังนั้น การบริหารโรงเรียนเอกชนจัดได้ว่าเป็นธุรกิจศึกษาที่ต้องมีการลงทุนทางการศึกษาของเอกชนไม่สามารถให้ขาดทุนได้ ต้องคำนึงถึงต้นทุนและผลกำไรซึ่งผู้บริหารโรงเรียนต้องคำนึงความอยู่รอดของโรงเรียนเป็นสำคัญ โดยผู้บริหารโรงเรียนต้องหากกลยุทธ์เพื่อดึงดูดให้ผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนและเพิ่มประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือกับผู้ปกครองเกิดความศรัทธาเพื่อให้ได้ซึ่งคุณภาพของการให้บริการทางการศึกษาเพราะการจัดการศึกษาโรงเรียนเอกชนมีลักษณะการบริหารและจัดการพิเศษกว่าการให้บริการด้านอื่น

โรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา เป็นโรงเรียนเอกชนในระบบ ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 ตั้งอยู่เลขที่ 134 หมู่ที่ 2 บ้านทุ่งยาว ตำบลแม่ข้าวต้ม อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งในนามของโรงเรียนอนุบาลปริยาพร เมื่อปี พ.ศ. 2543 (ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อโรงเรียนเป็น “โรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา”) ในการดำเนินกิจการของโรงเรียนที่ผ่านมา ปรากฏว่า โรงเรียนได้รับความนิยจากผู้ปกครอง ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในจำนวนที่พอจะดำเนินกิจการได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่เป็นที่คุ้มทุนในการบริหารเท่าที่ควร ประกอบกับ เป็นโรงเรียนที่มีที่ตั้งของโรงเรียนยังอยู่ห่างจากชุมชนใหญ่ที่มีสาธารณูปการและสาธารณูปโภค ที่เอื้อต่อการบริหารโรงเรียน ทำให้ผู้ปกครองเกิดความลังเลใจที่จะตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียน นอกจากนี้ ในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของโรงเรียน ยังมีสถานศึกษาของรัฐ ที่จัดการเรียนการสอนระดับเดียวกันและมีจำนวนนักเรียนพอ ๆ กัน เป็นสิ่งเปรียบเทียบให้ผู้ปกครองได้พิจารณาตัดสินใจอีกประการหนึ่งด้วย ผลจากรายงานการประเมินตนเอง ปีการศึกษา 2563 โรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยามีจำนวนนักเรียนคงที่ทำให้รายได้ในการบริหารจัดการสถานศึกษาคงเดิม ส่งผลให้การบริหารจัดการในโรงเรียนไม่เป็นไปตามแผนการดำเนินงาน

จากปัญหาของโรงเรียนดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาในฐานะของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในโรงเรียน มีความสนใจการดำเนินงานตามกลยุทธ์การตลาดเพื่อนำผลการศึกษารั้งนี้เป็นแนวทางให้ผู้บริหารโรงเรียนใช้แก้ไขปัญหาการดำเนินงานตามกลยุทธ์การตลาดภายในโรงเรียนของตนเอง และเพื่อประสิทธิภาพในการบริหารงาน โรงเรียนเอกชนให้มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น ซึ่งนำไปสู่การ

พัฒนาคุณภาพของนักเรียนเอกชนให้เก่ง ดี มีความสุข และสอดคล้องไปพร้อมกับภาวะเศรษฐกิจของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยาต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาสภาพและพัฒนากิจการกฤษฎการกฤษฎการโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา

### ประโยชน์ของการศึกษา

การศึกษากฤษฎการกฤษฎการโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา มีความสำคัญและประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ด้านความรู้ ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ผู้บริหารและครูโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา ทราบถึงกฤษฎการกฤษฎการโรงเรียนได้อย่างถูกต้อง
2. ด้านการนำไปใช้ ผู้บริหารและครูสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา สามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพการกฤษฎการกฤษฎการศึกษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานได้เป็นอย่างดี

### ขอบเขตของการศึกษา

1. การศึกษาสภาพการกฤษฎการกฤษฎการโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาที่ประกอบด้วยผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา จำนวน 280 คน ส่วนขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นสภาพการกฤษฎการกฤษฎการโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place or Distribution Chamne) ด้าน การ ส่ง เสริม การ ตลาด (Promotion) ด้าน บุคคลากร (People) ด้าน กระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

2. การพัฒนากฤษฎการกฤษฎการโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษา

จำนวน 5 คน ส่วนขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจมรังสรรค์อนุสรณ์วิทยา 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place or Distribution Chamne) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

## วิธีดำเนินการศึกษา

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพการบริหารกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจมรังสรรค์อนุสรณ์วิทยา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาที่ประกอบด้วย ผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนเบญจมรังสรรค์อนุสรณ์วิทยา ปีการศึกษา 2564 จำนวน 280 คน ดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษา ผู้ศึกษาได้มาจากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan ที่ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 162 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เพื่อศึกษากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจมรังสรรค์อนุสรณ์วิทยา เป็นแบบถาม จำนวน 1 ชุด มี 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ของผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้น อนุบาล ถึง ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็น เกี่ยวกับ กลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจมรังสรรค์อนุสรณ์วิทยา จำนวน 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านสถานที่ (Place or Distribution Chamne) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. ด้านบุคลากร (People) 6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และ 7. ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ลักษณะของเครื่องมือเป็น แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ในการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดำเนินการตามลำดับขั้น ดังนี้ 1. ศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2. ศึกษาค้นคว้า เณฑ์และวิธีการสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ 3. สร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่กำหนด 4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและให้ข้อคิดเห็น แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ 5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขและผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลักและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมการศึกษาอิสระแล้วนำไปเสนอผู้เชี่ยวชาญ

ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้อง ความถูกต้อง ทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม โดยการพิจารณาความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการศึกษา แล้วนำผลที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence = IOC) 6. นำแบบสอบถามฉบับมาปรับปรุงตามคำชี้แนะของผู้เชี่ยวชาญ 7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงและแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนเฟื่องฟ้าวิทยา ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำนวน 30 คน 8. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ Cronbach 9. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

## ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

### ของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา

การศึกษาในขั้นตอนนี้เป็นการพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยาโดยใช้แบบสนทนากับกลุ่มประชากร ที่ผู้ศึกษากำหนดซึ่งได้จากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่ผู้ศึกษากำหนดขึ้น เป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษา จำนวน 5 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดจ้อเจิญ, ผู้แทนผู้ปกครอง, ศึกษานิเทศก์ที่รับผิดชอบโรงเรียนเอกชนและผู้แทนคณะกรรมการบริหารโรงเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารครั้งนี้เป็นแบบสนทนาผู้ศึกษาสร้างขึ้นเอง เรื่องการพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา โดยมีเนื้อหา ได้แก่การพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา จำนวน 7 องค์ประกอบ (อ้างอิงในธีระกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. 2547) ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านสถานที่ (Place or Distribution Chamne) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. ด้านบุคลากร (People) 6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และ 7. ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้ 1. ศึกษาหลักการจากเอกสาร ตำรา และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2. กำหนดกรอบเครื่องมือในการวิจัยจากข้อมูลที่ศึกษามาแล้วจึงรวบรวมองค์ความรู้ขึ้นมาสร้างเป็นแบบสนทนากลุ่มโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์ 3. กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการสร้างแบบสอบถาม ข้อคำถามเป็นการสนทนาเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4. สร้างแบบสนทนากลุ่มตามขอบเขตและโครงสร้างที่กำหนดไว้ 5. นำ



แบบสนทนากลุ่มที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ เพื่อทำการตรวจสอบให้ข้อคิดเห็น หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ 6. นำแบบสนทนากลุ่มที่สมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษากำหนดโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีขั้นตอนดังนี้ 1. ผู้ศึกษาขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เพื่อส่งจดหมายอย่างเป็นทางการในการขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2. เตรียมแบบสัมภาษณ์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งคู่มือประกอบการสนทนากลุ่มและส่งแบบสนทนากลุ่มไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ศึกษาก่อนประชุม 3. เตรียมอุปกรณ์ประกอบการสนทนากลุ่มให้มีความพร้อมในการใช้งาน ได้แก่ กล้องถ่ายรูป เครื่องบันทึกเสียง แบบบันทึกการสัมภาษณ์ กระดาษ ดินสอ และปากกา เป็นต้น 4. กำหนดวัน เวลาและสถานที่ในการสนทนากลุ่ม 5. ผู้ศึกษาเป็นดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ซึ่งต้องเดินทางให้ถึงที่นัดหมายอย่างตรงเวลาและแต่งกายให้เหมาะสม 6. ดำเนินการสนทนากับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษา จำนวน 5 คน 7. ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาสรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม และการจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามประเด็นที่ตอบนำเสนอในรูปแบบความเรียง

## สรุปผลการศึกษา

### บทที่ 5

#### สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจมรงค์อนุสรณ์วิทยา ครั้งนี้ ใช้ระเบียบการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการการศึกษาเชิงปริมาณ และการศึกษาเชิงคุณภาพ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและพัฒนากลยุทธ์ การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจมรงค์อนุสรณ์วิทยา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาที่ประกอบด้วย 1) ผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนเบญจมรงค์อนุสรณ์วิทยา จำนวน 280 คน ดำเนินการสุ่มตัวอย่าง ได้จำนวน 162 คน และ 2) ผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษา จำนวน 5 คน ขอบเขตที่ใช้ศึกษา

ประกอบด้วยการศึกษากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจมราชอนุสรณ์วิทยา 7 ประการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามและประเด็นการสนทนากลุ่ม ค่าสถิติที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าความถี่ นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบายประกอบ

## สรุปผลการศึกษา

### 1. สภาพการบริหารกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

#### ของโรงเรียนเบญจมราชอนุสรณ์วิทยา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนเบญจมราชอนุสรณ์วิทยา รวมทุกด้าน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบุคคล รองลงไป ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดของแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ โรงเรียนมีหนังสือและเอกสารประกอบการเรียนที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ และมีใบอนุญาตใช้หนังสือในโรงเรียน รองลงไป ได้แก่ โรงเรียนจัดการเรียนการสอนเป็นไปตามหลักสูตรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงตามศักยภาพ และโรงเรียนมีการกำหนดโครงสร้างรายวิชาที่ชัดเจน มีการวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ตามลำดับ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โรงเรียนมีการใช้สื่อ นวัตกรรม และเทคโนโลยีทางการศึกษา ที่ได้มาตรฐานและเพียงพอกับจำนวนนักเรียน

2. ด้านราคา โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ โรงเรียนมีนโยบายผ่อนชำระค่าเล่าเรียนและค่าอื่น ๆ ให้กับผู้ปกครอง รองลงไป ได้แก่ โรงเรียนมีช่องทางการชำระเงินจากผู้ปกครองอย่างหลากหลาย เช่น ธนาคาร บัตรเครดิต ตู้เอทีเอ็ม จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน ฯลฯ เป็นต้น และโรงเรียนให้บริการในการเก็บเงินจากผู้ปกครองโดยคำนึงถึงความสะดวก รวดเร็ว ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็น เรื่อง โรงเรียนเก็บเงินค่าบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าเล่าเรียน ได้อย่างเหมาะสม ถูกกว่าโรงเรียนอื่น มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุด

3. ด้านสถานที่ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความปลอดภัยจากมลภาวะ เหมาะสมกับการเรียนรู้ และสถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง ของนักเรียน รองลงไปได้แก่ โรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น มีที่จอดรถสะดวกและโรงเรียนมีการบำรุง รักษาอาคาร สถานที่และสิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนเป็นอย่างดี ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็น เรื่อง โรงเรียนจัดให้มีบริการด้านการจราจรและอาคารสถานที่อย่างเหมาะสม เช่น เวรยาม เจ้าหน้าที่ รปภ. นักการภารโรง ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ โรงเรียนจัดให้มีการประชุมร่วมระหว่างครูกับผู้ปกครอง อย่างน้อยภาคเรียนละ 1 ครั้ง รองลงไปได้แก่ โรงเรียนมีการเผยแพร่ผลงานของโรงเรียนให้กับผู้ปกครองและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ และโรงเรียนมีการจัดครู นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมที่ชุมชน โรงเรียนอื่นหรือหน่วยงานอื่นจัดขึ้น ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็น เรื่อง โรงเรียนมีการเชิญวิทยากร ภูมิปัญญาชาวบ้าน ปราชญ์ชาวบ้านจากภายนอกชุมชนมาให้ความรู้กับนักเรียน และโรงเรียนจัดให้มีการเยี่ยมบ้านนักเรียนโดยผู้บริหาร และครูทุกภาคเรียน/ทุกปีการศึกษา มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุด

5. ด้านบุคคล โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้บริหาร ครู บุคลากรทางการศึกษาและเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนทุกฝ่ายมีความรัก ความสามัคคี ร่วมมือ ร่วมใจในการบริหารจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน รองลงไปได้แก่ ครูผู้สอนมีมารยาท คุณเล เอาใจใส่ต่อนักเรียนอย่างเท่าเทียมกัน และเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนสามารถให้บริการแก่ผู้ปกครองอย่างกระตือรือร้น เต็มใจในบริการ ตามลำดับ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง มีความรู้ ความสามารถ เป็นที่ยอมรับจากผู้ปกครองและชุมชน

6. ด้านกระบวนการให้บริการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ โรงเรียนมีขั้นตอนการรับนักเรียนเข้าเรียน โดยสะดวก รวดเร็วและไม่ซับซ้อน รองลงไป ได้แก่ โรงเรียนจัดให้ครูสอน

ตรงตามวุฒิการศึกษา และ โรงเรียนการจัดการเรียนการสอนให้ เป็นไปตามหลักสูตรควบคู่ไปกับการสอนคุณธรรม จริยธรรม ตามลำดับ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โรงเรียนจัดให้มีนักเรียนในแต่ละห้องเรียนให้มีจำนวนเหมาะสมกับห้องเรียนและจำนวนครู

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นที่รู้จักการโดยแพร่หลายทั้งด้านผลการเรียน คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักเรียน ผลงานด้านศิลปวัฒนธรรมและรางวัลดีเด่นด้านต่าง ๆ ของผู้บริหารและครู รองลงไป ได้แก่ โรงเรียนมีผู้บริหาร ครู บุคลากรทางการศึกษาที่มีความรู้และประสิทธิภาพต่อการจัดการเรียนการสอนและการให้บริการด้านต่าง ๆ และโรงเรียนมีอาคาร สถานที่ สิ่งแวดล้อมที่สะอาด เรียบร้อยเหมาะสมกับการเรียนการสอน ตามลำดับ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โรงเรียนจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักเรียนและผู้ปกครอง เช่น ศาลาที่พัก ที่จอดรถ น้ำดื่ม ห้องสุขา อินเทอร์เน็ต สหกรณ์ร้านค้า

## 2. กลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนโดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

### ของโรงเรียนเบญจมราชูทิศศรีวิทยา

#### 1.ด้านผลิตภัณฑ์

1. ส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีการใช้สื่อ นวัตกรรม และเทคโนโลยีทางการศึกษาที่ได้มาตรฐานและเพียงพอกับจำนวนนักเรียน
2. ส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย เอื้อต่อการเรียนรู้ และมีประสิทธิภาพ
3. แก้ไข ปรับปรุงจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาให้สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ.2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2560) และตรงตามบริบทของโรงเรียน ชุมชน และสภาพปัจจุบัน

#### 2. ด้านราคา

1. ปรับปรุงอัตราค่าบริการอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากค่าเล่าเรียนให้เหมาะสมตามความจำเป็นของโรงเรียนและเป็นไปตามฐานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง
2. ปรับปรุงอัตราค่าบริการค่าเล่าเรียน/ค่าบำรุงการศึกษาให้เหมาะสมตามความจำเป็นของโรงเรียนและเป็นไปตามฐานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง
3. จัดทำแนวทางและวิธีการชี้แจงรายละเอียดการเก็บเงินรายการต่าง ๆ ให้กับผู้ปกครองทราบอย่างถูกต้อง ชัดเจน

### 3. ด้านสถานที่

1. ปรับปรุงแนวทางการจัดบริการด้านการจราจรภายในโรงเรียนให้ชัดเจน ปรับปรุงอาคารสถานที่และมีเวรยามรักษาความปลอดภัยอย่างเป็นระบบ
2. กำหนดให้มีแนวทางการบริการด้านอาคารสถานที่ ในการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ชัดเจน
3. ปรับปรุง พัฒนาระบบการบำรุงรักษาอาคารสถานที่และภูมิทัศน์ในบริเวณโรงเรียนให้สะดวก ปลอดภัยและเอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน

### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ปรับปรุงโครงการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนที่มีประสิทธิภาพ มีปฏิทินการเยี่ยมบ้านนักเรียนที่แน่นอน
2. ส่งเสริมให้มีการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิทยากรจากท้องถิ่นหรือปราชญ์ชาวบ้านมาให้ความรู้กับนักเรียนสอดคล้องกับหลักสูตรสถานศึกษา
3. ปรับปรุงระบบการประชาสัมพันธ์การรับนักเรียนที่หลากหลาย ทุกช่องทาง

### 5. ด้านบุคคล

1. จัดระบบโครงสร้างการบริหาร โรงเรียนให้เป็นที่ยอมรับจากผู้ปกครอง ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามแนวทางที่ต้นสังกัดกำหนด
2. ส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถจัดกระบวนการเรียนการสอนที่หลากหลาย
3. ปรับปรุงการจัดระบบการบริการให้แก่ผู้มาติดต่อประสานงานด้วยความสะดวกรวดเร็วเต็มใจและมีใจรักการบริการ

### 6. ด้านกระบวนการให้บริการ

1. ปรับปรุง แก้ไขการบริหารจำนวนครูต่อนักเรียนในแต่ละห้องเรียนที่เหมาะสมเป็นไปตามระเบียบของหน่วยงานต้นสังกัด
2. ส่งเสริมให้มีระบบการวัดผลและประเมินที่หลากหลาย มีประสิทธิภาพและคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล
3. กำหนดให้มีการสอนซ่อมเสริมสำหรับนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่ามาตรฐานทุกระดับชั้น

### 7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

1. กำหนดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักเรียนและผู้ปกครองตามความจำเป็น

2. กำหนดให้มีอาคาร สถานที่ ห้องเรียน สนามให้เพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมและการให้บริการแก่ชุมชน

3. พัฒนาอาคาร สถานที่ สิ่งแวดล้อมให้สะอาด สะดวก เรียบร้อย เหมาะสมกับการเรียนการสอน

### อภิปรายผล

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่าทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ โรงเรียนมีหนังสือและเอกสารประกอบการเรียนที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ และมีใบอนุญาตใช้หนังสือในโรงเรียน ซึ่งจากผลการศึกษาข้างต้น เป็นเหตุผลว่า การจัดการศึกษาที่เป็นมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของนักเรียนและผู้ปกครอง หลักสูตร เอกสารการเรียนการสอน ต้องได้รับความเห็นชอบและการอนุมัติจากหน่วยงานต้นสังกัด อันได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ เท่านั้น โรงเรียนจึงจะนำมาใช้ในการเรียนการสอนในโรงเรียนได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อรพิน ปินตา (2551 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ หลักสูตร ได้รับการอนุมัติจากกระทรวง ศึกษาธิการ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ นันทรัตน์ อัสวักกคิสกุล (2557 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและส่วนประสมทางการตลาด บริการในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านหลักสูตรทันสมัย หลักสูตรมีความหลากหลายให้เลือก ด้านหลักสูตรมีมาตรฐานรับรอง และด้านจำนวนชั่วโมงเรียนเหมาะสมกับหลักสูตร ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โรงเรียนมีการใช้สื่อ นวัตกรรม และเทคโนโลยีทางการศึกษา ที่ได้มาตรฐานและเพียงพอกับจำนวนนักเรียน ทั้งนี้เนื่องจากโรงเรียนเบญจรงค์อนุสรณ์วิทยา เป็นโรงเรียนเอกชนที่มีจำนวนนักเรียนแต่ละชั้นค่อนข้างมาก แต่ข้อจำกัดด้านงบประมาณสำหรับสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษายังไม่สอดคล้องกับจำนวนนักเรียน จึงทำให้โรงเรียนมีการใช้สื่อ นวัตกรรม และเทคโนโลยีทางการศึกษาไม่เพียงพอกับจำนวนนักเรียน ซึ่งในการนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ ธศกร ดวงคำ (2553 : บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมีผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสูดน้อย ได้แก่ ด้านสถาบัน มีอุปกรณ์ และเอกสารประกอบการเรียนการสอน เหมาะสมกับหลักสูตร (เช่น หนังสือเรียน ซีดี) ฉะนั้น โรงเรียน

ต้องส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีการใช้สื่อ นวัตกรรม และเทคโนโลยีทางการศึกษาที่ได้มาตรฐานและเพียงพอกับจำนวนนักเรียน ส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย เอื้อต่อการเรียนรู้ และมีประสิทธิภาพ เช่น ห้องสมุด ลานกิจกรรม/ลานกีฬา สวนสมุนไพร ฯลฯ ห้องสมุด ลานกิจกรรม/ลานกีฬา สวนสมุนไพร รวมทั้งส่งเสริมครุภูมิปัญญาท้องถิ่น

2) ด้านราคา ผลการศึกษาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ โรงเรียนมีนโยบายผ่อนชำระค่าเล่าเรียนและค่าอื่น ๆ ให้กับผู้ปกครอง โรงเรียนมีช่องทางทางการเงินจากผู้ปกครองอย่างหลากหลาย เช่น ธนาคาร บัตรเครดิต ตู้เอทีเอ็ม จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน ฯลฯ เป็นต้น และโรงเรียนให้บริการในการเก็บเงินจากผู้ปกครองโดยคำนึงถึงความสะดวก รวดเร็ว ตามลำดับ ซึ่งวิธีการดำเนินการดังกล่าว เป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองนักเรียนในการจ่ายค่าเล่าเรียนและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประกอบกับโรงเรียนเข้าใจในสภาพทางเศรษฐกิจของผู้ปกครองตามสถานะปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงใจ สุวลักษณ์ (2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผล ต่อนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาในการตัดสินใจ เลือกศึกษาในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา นักศึกษาให้ความสำคัญต่อย่อยลำดับแรก คือ การผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวด และการศึกษาของ นันทรัตน์ อัสวภักดีสกุล (2557 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและส่วนประสมทางการตลาด บริการในการเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษา พบว่า ด้านราคา ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านราคา ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสม ด้านราคาเรียนเหมาจ่ายที่น่าสนใจและสามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนเป็นงวดได้ ส่วนความคิดเห็น เรื่อง โรงเรียนเก็บเงินค่าบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าเล่าเรียนได้อย่างเหมาะสมมากกว่าโรงเรียนอื่น มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุด โดยการดำเนินการของโรงเรียนดังกล่าว เป็นความจำเป็นเพื่อให้สอดคล้องกับฐานะทางเศรษฐกิจของ โรงเรียนที่ต้องเก็บค่าใช้จ่ายในการเล่าเรียนและอื่น ๆ เพื่อให้โรงเรียนดำรงกิจการอยู่ได้ แต่ไม่สามารถเก็บเงินค่าบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าเล่าเรียนได้อย่างเหมาะสมมากกว่าโรงเรียนอื่นได้เท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ น้ำทิพย์ เนียมหอม (2560 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ อาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวินุรักษ์บริหารธุรกิจ รามอินทรา และมีผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวินุรักษ์บริหารธุรกิจ รามอินทรา อันดับสุดท้าย คือ ด้านราคาและอยู่ในระดับปานกลาง ฉะนั้น โรงเรียนต้องปรับปรุงอัตราการเก็บเงิน

ค่าบริการอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากค่าเล่าเรียนให้เหมาะสม และได้คุณภาพเป็นไปตามที่ผู้ปกครองต้องการ รวมทั้งจัดให้มีการชี้แจงรายละเอียดการเก็บเงินรายการต่าง ๆ ให้กับผู้ปกครองทราบอย่างสม่ำเสมอ

3) ด้านสถานที่ ผลการศึกษาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความปลอดภัยจากมลภาวะ เหมาะสมกับการเรียนรู้ และสถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทางของนักเรียน ทั้งนี้ เนื่องจากโรงเรียนเบญจมราชอสนุสรณ์ เป็นโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตต่างตำบล ห่างจากตัวเมืองเชียงรายค่อนข้างมาก รวมทั้งตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่มีประชากรไม่แออัดมาก จึงสามารถทำให้โรงเรียนเป็นสถานศึกษาที่มีความปลอดภัยจากมลภาวะ เหมาะสมกับการเรียนรู้ มีความสะดวกในการเดินทางของนักเรียน ทำให้ผู้ปกครองในพื้นที่และเขตบริการของโรงเรียนพิจารณาเลือกโรงเรียนเป็นสถานที่เรียนของนักเรียนเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ คัทลียา จิโนเจียว (2556 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษในจังหวัดปทุมธานี โดย พบว่า ด้านกระบวนการ พบว่า ปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งของสถาบัน อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เดินทางสะดวกและปลอดภัย และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุนีย์ วรรณโกมล และชานินทร์ ศิลป์จารุ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าระดับปริญญาตรี โดยมีผลการวิจัย พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง โดยต้องการให้โรงเรียนกวดวิชาตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการคมนาคมสะดวก ส่วนความคิดเห็น เรื่อง โรงเรียนจัดให้มีบริการด้านการจราจรและอาคารสถานที่อย่างเหมาะสม เช่น เวรยาม เจ้าหน้าที่ րปภ. นักการภารโรง ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุด ซึ่งสาเหตุเนื่องมาจาก จัดให้มีบริการด้านการจราจรและอาคารสถานที่อย่างเหมาะสม เช่น เวรยาม เจ้าหน้าที่ րปภ. นักการภารโรง ยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการจัดหาบุคลากรที่เหมาะสม มีความรู้ความสามารถเฉพาะ และในส่วนของบุคลากรในโรงเรียน (ครู) ยังมีภาระด้านการเรียนการสอนมาก จึงไม่สามารถเข้ามาช่วยปฏิบัติหน้าที่ในเรื่องเหล่านี้ได้เต็มที่ ฉะนั้น โรงเรียนต้องจัดให้มีการบริการด้านการจราจรภายในโรงเรียน มีอาคารสถานที่อย่างเหมาะสม มีเวรยามรักษาความปลอดภัยอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีระบบการบำรุงรักษาอาคารสถานที่ที่เหมาะสมและปรับปรุงภูมิทัศน์ในบริเวณโรงเรียนให้ปลอดภัยกับการเรียนรู้ของผู้เรียน



4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดตามลำดับ ได้แก่ โรงเรียนจัดให้มีการประชุมร่วมระหว่างครูกับผู้ปกครอง อย่างน้อยภาคเรียนละ 1 ครั้ง โรงเรียนมีการเผยแพร่ผลงานของโรงเรียนให้กับผู้ปกครองและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ และโรงเรียนมีการจัดครูนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมที่ชุมชน โรงเรียนอื่นหรือหน่วยงานอื่นจัดขึ้น ตามลำดับ จากผลการศึกษาเป็นการที่โรงเรียนดำเนินการส่งเสริมการตลาดให้ผู้ปกครอง นักเรียนและชุมชนสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของโรงเรียน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจและช่วยเหลือกันในการจัดการศึกษา สร้างความประทับใจในการบริหารโรงเรียนให้กับผู้ปกครองและชุมชน และถือว่าเป็นรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สมศักดิ์ หงส์สุวรรณ (2561 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเรียนสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ อพเทรคคาเดมี่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันภาษาต่างประเทศอัครคาเดมี่ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และสอดคล้องกับการศึกษาของ น้ำทิพย์ เนียมหอม (2560 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ อาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา และผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษาใน วิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทราอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนความคิดเห็น เรื่อง โรงเรียนมีการเชิญวิทยากร ภูมิปัญญาชาวบ้าน ปรชาญ์ชาวบ้านจากภายนอกชุมชนมาให้ความรู้กับนักเรียน และโรงเรียนจัดให้มีการเยี่ยมบ้านนักเรียนโดยผู้บริหาร และครูทุกภาคเรียน/ทุกปีการศึกษา มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุด ทั้งนี้ เป็นผลเนื่องจากโรงเรียนมีที่ตั้งอยู่ในชุมชนที่มีวิทยากรภูมิปัญญาชาวบ้าน ปรชาญ์ชาวบ้านจากภายนอกชุมชนมาให้ความรู้กับนักเรียนน้อย และปัญหาการเยี่ยมบ้านนักเรียน โดยผู้บริหาร และครูทุกภาคเรียน/ทุกปีการศึกษาเกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของของ โควิด-19 ที่ต้องจำกัดการติดต่อระหว่างโรงเรียนกับบุคคลภายนอกด้วย ฉะนั้น โรงเรียนต้องส่งเสริมให้มีการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิทยากรจากท้องถิ่นหรือปรชาญ์ชาวบ้านมาให้ความรู้กับนักเรียนสอดคล้องกับหลักสูตรสถานศึกษา จัดให้มีระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพ มีปฏิทินการเยี่ยมบ้านนักเรียนที่แน่นอน โดยความร่วมมือจากครู บุคลากรทางการศึกษาและผู้ปกครองนักเรียน

5) ด้านบุคคล ผลจากการศึกษาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้บริหาร ครู บุคลากรทางการศึกษาและเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนทุกฝ่ายมีความรัก ความสามัคคี ร่วมมือ ร่วมใจในการบริหารจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน ครูผู้สอนมีมารยาท คุณเล เอาใจใส่ต่อนักเรียนอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรของโรงเรียนเบญจมรงค์อนุสรณ์วิทยา ทั้งผู้บริหาร ครู เจ้าหน้าที่ มีความสำคัญ ในการดูแลให้ความรู้การแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ รวมถึงความรู้ความสามารถ และพฤติกรรม การแสดงออกที่เหมาะสม จึงสามารถสร้างความเชื่อมั่น ในคุณภาพให้ผู้ปกครองได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชศกร ดวงคำ (2553 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่า ด้านบุคคล ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน ด้านครูผู้สอน ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน และด้านครูผู้สอนปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม และสอดคล้องกับการศึกษาของ ศัทธิตยา จิโนเชียว (2556 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม การใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ด้านบุคลากร เป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับสำคัญมาก พบว่า ปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ ความเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและความเอาใจใส่ของอาจารย์ผู้สอน ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ระบบโครงสร้างการบริหารให้เป็นที่ยอมรับจากผู้ปกครอง ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เนื่องจากการบริหารภายในโรงเรียนยังเป็นเรื่องภายในที่ผู้ปกครอง ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ยังมิได้มีส่วนร่วมและไม่ทราบระบบการบริหารจัดการมากนัก ดังนั้น โรงเรียนจึงต้องกำหนดจัดระบบโครงสร้างการบริหารให้เป็นที่ยอมรับจากผู้ปกครอง ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และสามารถจัดกระบวนการเรียนการสอนที่หลากหลาย และจัดระบบการบริการที่ดีให้แก่ผู้มาติดต่อประสานงานด้วยความเต็มใจและมีใจรักการบริการ

6) ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการศึกษาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ โรงเรียนมีขั้นตอนการรับนักเรียนเข้าเรียน โดยสะดวก รวดเร็วและไม่ซับซ้อน โรงเรียนจัดให้ครูสอนตรงตามวุฒิการศึกษา และโรงเรียนการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปตามหลักสูตรควบคู่ไปกับการสอนคุณธรรม จริยธรรม ทั้งนี้ เนื่องจากโรงเรียนมีขั้นตอน การลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน มีการทดสอบวัดความรู้นักเรียน มีการส่งเสริมการสอนคุณธรรม จริยธรรมสำหรับ

นักเรียน นอกจากนี้ โรงเรียนมีการสรรหาและคัดเลือกครูผู้สอนที่มีความรู้ ความเข้าใจในวิชาที่สอน มีเทคนิคการสอนที่แตกต่างจาก โรงเรียนอื่น เพื่อจูงใจนักเรียนสนใจเรียนอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธศกร ดวงคำ (2553 : บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมีผลการศึกษาพบว่า ด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและทันสมัย ด้านขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวกรวดเร็ว และไม่ซับซ้อน และด้านมีการทดสอบวัดระดับความรู้ในระหว่างเรียน และก่อนการเลื่อนระดับทั้งข้อเขียนและสัมภาษณ์กับครูผู้สอน ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โรงเรียนจัดให้มีนักเรียนในแต่ละห้องเรียนให้มีจำนวนเหมาะสมกับห้องเรียนและจำนวนครู โรงเรียนจำเป็นต้องมีการบริหารจำนวนครูต่อนักเรียนในแต่ละห้องเรียนที่เหมาะสม เป็นไปตามระเบียบของหน่วยงานต้นสังกัด

7) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษา โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นที่รู้จักการโดยแพร่หลายทั้งด้านผลการเรียน คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักเรียน ผลงานด้านศิลปวัฒนธรรมและรางวัลดีเด่นด้านต่าง ๆ ของผู้บริหารและครู โดยโรงเรียนมีการพัฒนาคุณภาพในการเรียนการสอน สร้างชื่อเสียงความน่าเชื่อถือเพื่อสร้างความโดดเด่นในการดึงดูดผู้ที่ต้องการเรียนเข้ามาใช้บริการมากขึ้น และสร้างความแตกต่างอย่างชัดเจนจากคู่แข่งที่เป็นโรงเรียนอื่น ๆ โดยเฉพาะ เรื่อง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การสร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักเรียนตามมาตรฐานการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของชาติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ น้ำทิพย์ เนียมหอม (2560 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ อาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษาใน วิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทราอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และสอดคล้องกับการศึกษาของ กัลยกร คำสมศรี (2559 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของพฤติกรรมเลือกโรงเรียนกวดวิชาภาษาไทย และสังคมศึกษาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาภาษาไทยและสังคมศึกษา ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาของโรงเรียนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างและ

นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านครูผู้สอน ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสถาบัน ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านราคา ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โรงเรียนจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักเรียนและผู้ปกครอง เช่น ศาลาที่พัก ที่จอดรถ น้ำดื่ม ห้องสุขา อินเทอร์เน็ต สหกรณ์ร้านค้า ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาการบริหารแก่ผู้ปกครองและชุมชน โรงเรียนจึงต้องมีอาคาร สถานที่ ห้องเรียน สนามที่เพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมและการให้บริการแก่ชุมชน จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักเรียนและผู้ปกครอง และพัฒนาอาคาร สถานที่ สิ่งแวดล้อม ที่สะอาด เรียบร้อยเหมาะสมกับการเรียนการสอน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนเอกชน กับโรงเรียนของรัฐในสังกัดต่าง ๆ ที่มีระดับการศึกษาเหมือนกัน เช่น สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ

2. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนเอกชนตามความต้องการของผู้ปกครองนักเรียน เพื่อจะทำให้โรงเรียนทราบข้อมูลเชิงลึกที่ตรงกับความต้องการของผู้ปกครองเป็นแนวทางในการพัฒนาและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงเรียนได้

### รายการอ้างอิง

- กัลยกร คำสมศรี. การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของพฤติกรรมกรเลือกโรงเรียนกวดวิชาภาษาไทย และสังคมศึกษาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์ สาขาวิชา: การบริหารการศึกษา; กศ.ม. (การศึกษามหาบัณฑิต) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2559.
- คำทริยา จิโนเชียว. ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2556.
- ดวงใจ สุวลักษณ์. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการตัดสินใจเลือก ศึกษาในโรงเรียน

เอกชนอาชีพศึกษา. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัย  
เชียงใหม่, 2554.

- ชศกร ดวงคำ. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร  
เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบัน สอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง  
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553.
- นันทรัตน์ อัสวภักดีสกุล. แรงจูงใจและส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกเรียนโรงเรียน  
กวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร.  
ปริญญาโท บริหารมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2557.
- น้ำทิพย์ เนียมหอม. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีพศึกษา  
ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหาร  
ธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก. 2560
- สมศักดิ์ หงส์สุวรรณ. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบัน  
สอนภาษาต่างประเทศ อพเทรคคาเดมี่ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏเชียงใหม่, 2561.
- สุนีย์ วรรณโกมล และธานินทร์ ศิลป์จารุ. ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของ  
ผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าระดับปริญญาตรี.  
วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 19(3), 2552, 425-432.
- อรพิน ปินตา. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ  
โรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การศึกษาอิสระ  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 2551.