

RESEARCH

Marketing Mix Factors Affecting Parents' Decision-Making Enrolling Their Children in Ibnu Affan Buranawit School Pattani Province.Ahmad Yishunsong¹, Muhammad Assomadee² and Mayid Cheloh³¹Assit.Prof. Dr. Lecturer in Educational Administration Faculty of Education, Fatoni University²Dr. Lecturer in Educational Administration Faculty of Education, Fatoni University³Master Student in Educational Administration Faculty of Education, Fatoni University

Corresponding Author, Email: Yahmad@ftu.ac.th

Abstract

This study is a survey research, the objective of this research was to study 1) The level of marketing mix affecting parents' decision-making enrolling their children 2) The level of parents' decision-making enrolling their children 3) The relationship between the marketing mix and the parent's decision-making enrolling their children 4) The factors of marketing mix affecting parents' decision making enrolling the children, which the sample was 254 parents. The instrument for collecting data was a questionnaire and the Confidence Coefficient (α) was .967. Statistics were tested by frequency, Percentage, Means, Standard Deviation, Pearson Correlation, and Multiple Regression Analysis.

The results of this research found that 1) The parents had a level of the marketing mix that affected parents' decision-making enrolling their children, Overall was at a high level ($\bar{X}$ = 4.30, SD = .45). 2) The level of parents' decision-making enrolling their children, Overall was at a high level ($\bar{X}$ = 4.31, SD = .47). 3) The result of analyzing Pearson Correlation marketing mix and the parents' decision-making in enrolling their children had a positive relationship at a high level. 4) The factor of product, price, place, and process affected parents' decision-making in enrolling their children with a statistical significance which predictive power of 59.60 percent

Keywords: Marketing Mix Factors, Decision Making

บทความวิจัย**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียน
ในโรงเรียนอีนุอ์ฟานบอร์นวิทย์ จังหวัดปัตตานี**

อะห์มัด ยี่สุนทร^{1*} มูฮำหมัด อัซซอมาดี² และมายิด เจ๊ะเลาะ³

¹ ผศ.ดร. อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี

² อ.ดร. อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี

³ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี

Corresponding Author, Email: Yahmad@ftu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียน 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปกครองนักเรียน จำนวน 254 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอีนุอ์ฟานบอร์นวิทย์ จังหวัดปัตตานี มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นโดยรวมของครอนบาค (α) เท่ากับ .967 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = .45) 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = .47) 3) ส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียน มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับสูง 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและด้านกระบวนการ โดยมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 59.60

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจ



บทนำ

ศาสนาอิสลามมีหลักธรรมคำสอนที่ประมวลด้วยระบบแห่งการดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่ครบวงจร นับตั้งแต่เกิดจนถึงวันสุดท้ายของชีวิต และถือว่าการเรียนรู้เป็นภารกิจสำคัญจำเป็นสำหรับมนุษยชาติ การเรียนรู้เป็นพื้นฐานของการดำเนินชีวิต การเรียนรู้จะช่วยในการพัฒนาคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี มนุษย์มีการเรียนรู้ตั้งแต่แรกเกิดจนถึงก่อนตาย ไม่มีใครอายุแก่เกินที่จะเรียน ซึ่งสอดคล้องกับที่ท่านศาสนทูตมุฮัมมัด ﷺ ได้มีคำสอนว่า “اُطْلُبُوا الْعِلْمَ مِنَ الْمَهْدِ إِلَى اللَّحْدِ” ความว่า “จงแสวงหาวิชาความรู้ตั้งแต่ในเปลจนถึงหลุมฝังศพ” นั่นคือ อิสลามมีคำสั่งใช้ให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) (วิศรุต เลาะวิถิ , 2559)

ตรงกับเป้าหมายที่องค์การสหประชาชาติกำหนด คือ ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาขึ้นใหม่โดยอาศัยกรอบความคิดที่มองการพัฒนาเป็นมิติ (Dimensions) ของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้มีความเชื่อมโยงกัน เรียกว่า เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals (SDGs) ซึ่งจะใช้เป็นทิศทางการพัฒนาตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2558 ถึงเดือนสิงหาคม 2573 ครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี เพื่อให้โลกดีขึ้น โดยประกอบไปด้วย 17 เป้าหมาย หนึ่งในนั้นเป้าหมายด้านการศึกษา คือ เป้าหมายที่ 4 ที่ได้กำหนดในการสร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (สหประชาชาติ ประเทศไทย, มปป.)

สอดคล้องกับที่ประเทศไทยที่ได้ส่งเสริมการเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตราที่ 15 และเพื่อให้ประชาชนมีโอกาสดำเนินการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ในมาตรา 43 ได้เปิดโอกาสให้ทางเอกชนสามารถจัดการบริหารและจัดการศึกษาของเอกชนให้มีความเป็นอิสระ โดยมีการกำกับติดตามการประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาจากรัฐ และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาเช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐ (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562) เมื่อทางเอกชนได้รับโอกาสในการจัดการบริหารและจัดการศึกษานี้ จึงจำเป็นสำหรับโรงเรียนเอกชนที่ต้องพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานการศึกษา สถานศึกษา คุณภาพนักเรียนและอื่น ๆ สถานศึกษาในยุคปัจจุบันที่ต้องเผชิญความท้าทายในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งพฤติกรรมของผู้เรียนที่เปลี่ยนแปลงไป ความต้องการของผู้ปกครองที่หลากหลาย สภาพสังคมและค่านิยมของชุมชนรอบ ๆ โรงเรียนที่อาจส่งผลต่อผู้เรียนผู้สอนและผู้บริหารโรงเรียน

ในประเทศไทยนั้นโรงเรียนเอกชนถือได้ว่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อการพัฒนาการศึกษาไม่น้อยไปกว่าโรงเรียนของภาครัฐ ซึ่งโรงเรียนเอกชนที่อยู่ในระบบจะจัดการสอนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ แต่จะมีสภาพแวดล้อม อุปกรณ์การเรียนการสอนหรือสื่อที่ใช้แตกต่างจากโรงเรียนรัฐบาล บางโรงเรียนมีการรูปแบบการสอน English Program (EP) เข้ามาในหลักสูตรด้วย แม้ว่าโรงเรียนเอกชนส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงกว่าโรงเรียนรัฐบาล แต่ก็เป็นตัวเลือกรับและได้รับความนิยมจากผู้ปกครอง เนื่องจากการเรียนการสอนที่ได้มาตรฐาน มีการดูแลและให้ความสำคัญกับเด็กอย่างทั่วถึง ผู้ปกครองสามารถเข้าถึงครูในการสอบถามเกี่ยวกับตัวลูกได้ง่าย และสภาพแวดล้อมในโรงเรียนที่มีสื่อการเรียนการสอนและอุปกรณ์ที่ทันสมัย จึงทำให้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเป็นโรงเรียนในฝันของเด็ก ๆ (Amarinbabyandkids : 2020)

สำหรับปัจจัยที่โรงเรียนในปัจจุบันจะสามารถดำเนินการได้จำเป็นต้องรู้จุดยืน เอกลักษณ์ที่แตกต่างของตนเอง ประกอบกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ชัดเจน แต่เมื่อก้าวถึงการตลาดสำหรับโรงเรียนแล้ว น้อย

คนนักที่จะตระหนักถึงและให้ความสำคัญ ซึ่งการเรียนรู้และเข้าใจหลักการตลาดจะช่วยให้ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ โครงการและจัดกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กุลพร พูลสวัสดิ์ และ อนุชิต จูรีเกษ, 2559) ผู้บริหารโรงเรียนต้องหากกลยุทธ์ในการดึงดูดให้ผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนและเพิ่มประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือกับผู้ปกครองให้เกิดความศรัทธา (ขวัญดาว จุฬางษ์, 2555) และปัจจุบันการเลือกโรงเรียนของผู้ปกครองเพื่อบุตรนั้น ผู้ปกครองสมัยใหม่ได้ให้ความสำคัญมากขึ้นกว่าในอดีต ทั้งนี้เนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้ปกครองต้องการที่จะเลือกโรงเรียนที่ตนเองคิดว่าเหมาะสมสำหรับบุตร เพื่อให้บุตรของตนได้เข้าไปอยู่ในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงทางสังคม รวมถึงยังคำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้ปกครองอีกด้วย การจะเลือกหาโรงเรียนเพื่อบุตรจึงคำนึงถึงปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน เช่น ค่าเทอม ระยะเวลา สิ่งแวดล้อมรอบ ๆ โรงเรียน และอาจรวมถึงหลักสูตรและวิธีการสอน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้แก่บุตร (ปณชัย เลิศรัตนานนท์, 2552)

โรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์เป็นหนึ่งในโรงเรียนเอกชนในระบบ โรงเรียนมีแนวโน้มที่ได้รับการยอมรับของผู้ปกครองในพื้นที่จังหวัดปัตตานีมากขึ้น จำนวนนักเรียนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ซึ่งให้เห็นได้ว่าผู้ปกครองนักเรียนให้ความสนใจในการส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์อย่างต่อเนื่อง แต่ทางโรงเรียนยังขาดข้อมูลในทางสถิติในประเด็นปัจจัยสาเหตุในการเลือกโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ของผู้ปกครอง

จากความเป็นมาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี เพื่อเป็นประโยชน์และนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการจัดการศึกษาให้เกิดความเชื่อมั่น เป็นโรงเรียนที่มีคุณภาพและมาตรฐานในทุกด้าน รวมถึงผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อประกอบการตัดสินใจและเป็นที่ยอมรับของผู้ปกครองในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี

วิธีการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประชากร

ประชากร คือ ผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ที่มีบุตรหลานกำลังเรียนอยู่ตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาล 1 ถึงระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ประจำปีการศึกษา 2566 จำนวน 751 คน โดยยึดจำนวนผู้ปกครองตามจำนวนของนักเรียน

2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี โดยเทียบจำนวนประชากรกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปกครองนักเรียนจำนวน 254 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

3. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น คือ ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. บุคลากร (People) 3. ราคา (Price) 4. ทำเลที่ตั้ง (Place) 5. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) 6. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 7. กระบวนการ (Process)

ตัวแปรตาม คือ กระบวนการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ได้แก่ 1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา 2. การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล 3. การประเมินทางเลือก 4. การตัดสินใจเลือก 5. การประเมินพฤติกรรมหลังการเลือก

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี โดยมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้ ศึกษาเอกสารงานวิจัยเอกสารบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ทำการรวบรวม วิเคราะห์และเรียบเรียงข้อมูลเพื่อกำหนดกรอบแนวคิด สร้างแบบสอบถามเป็นรายข้อ แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี และส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี พบว่าได้ค่า IOC ในแต่ละข้อได้ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ผู้วิจัยจัดทำหนังสือถึงคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี ขอให้ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ ขออนุญาตเก็บข้อมูล และส่งแบบสอบถามให้แก่ผู้ปกครองนักเรียน โดยการส่งแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ พร้อมทั้งแจ้งให้ผู้ปกครองรับทราบ และนำผลจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และความสมบูรณ์ พร้อมทำการลงรหัสและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

6.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ด้วยสถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

6.2 วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี จากแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

6.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี โดยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

6.4 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพและรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 80.30 อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 64.20 ประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 47.60 มีรายได้รวมมากกว่า 45,000.00 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านซึ่งเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคาและด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านซึ่งเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านการประเมินพฤติกรรมหลังการเลือก ด้านการตัดสินใจเลือก ด้านการประเมินทางเลือกและด้านการค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลฟานบูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อมาพิจารณา

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบุนนวิท จังหวัดปัตตานี ภัยด้าน พบว่า ทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบุนนวิท จังหวัดปัตตานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสามารถพยากรณ์การตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบุนนวิท จังหวัดปัตตานี ได้ร้อยละ 59.60 โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบุนนวิท จังหวัดปัตตานี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบุนนวิท จังหวัดปัตตานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และมีค่าคงที่ (Constant) อยู่ที่ .673

สรุปและอภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบุนนวิท จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เพราะว่าผู้ตอบแบบสอบถามในยุคสมัยปัจจุบันซึ่งเป็นยุคที่เปลี่ยนแปลงต้องการที่จะเลือกโรงเรียนที่ตนเองคิดว่าเหมาะสมสำหรับบุตร เพื่อให้บุตรของตนได้เข้าไปอยู่ในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงทางสังคม รวมถึงยังคำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้ปกครองอีกด้วย การจะเลือกหาโรงเรียนเพื่อบุตรจึงคำนึงถึงปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน เช่น ค่าเทอม ระยะเวลาสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ โรงเรียน และอาจรวมถึงหลักสูตรและวิธีการสอน ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้แก่บุตร (ปณชัย เลิศรัตนานนท์, 2552) ซึ่งสอดคล้องกับวฤณดา ทองเนื้อสูง (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับสมศักดิ์ หงส์สุวรรณ (2561) ที่ทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ อพเกรด อคาเดมี่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบุนนวิท จังหวัดปัตตานี พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก อันเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามมองว่าการเลือกโรงเรียนที่เหมาะสมสำหรับบุตรหลานถือเป็นหนึ่งในการตัดสินใจที่สำคัญที่สุด ไม่เพียงแต่เป็นการเลือกหลักสูตรการเรียน แต่ยังรวมไปถึงการเลือกสภาพแวดล้อมของโรงเรียนและสังคมให้กับบุตรหลานอีกด้วย สอดคล้องกับวฤณดา ทองเนื้อสูง (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์ พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับกาญจนา มักเขียว (2563) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนโชติกาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบอร์ณวิทย์ จังหวัดปัตตานี พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบอร์ณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ในทางบวกอยู่ในระดับสูง เมื่อมาพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบอร์ณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ในระดับสูง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการบริการ มีความสัมพันธ์ในทางบวกในระดับสูง ส่วนด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ในทางบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สำหรับด้านที่มีความสัมพันธ์ปานกลาง ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง อาจจะเป็นเพราะว่าโรงเรียนมีพื้นที่จอดรถสำหรับการรับส่งนักเรียนนั้นยังไม่เพียงพอ กับจำนวนนักเรียน และด้านการส่งเสริมการตลาด อาจจะเป็นเพราะว่าสิทธิพิเศษที่โรงเรียนมอบในเรื่องมีบุตร 4 คน เรียนฟรี 1 คนนั้น กลุ่มเป้าหมายมีจำนวนไม่ได้เยอะมากและโรงเรียนเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของโรงเรียนยังน้อย ซึ่งสอดคล้องกับวจุณี วิริยะกิจไพศาล (2559) ที่ได้ทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จัดจำหน่ายหรือทำเลที่ตั้ง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ทางบวกในระดับปานกลาง

จากการวิเคราะห์ผลการทดสอบข้อมูลแบบสอบถามปัจจัยประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบอร์ณวิทย์ จังหวัดปัตตานี พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและด้านการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบอร์ณวิทย์ จังหวัดปัตตานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านอื่น ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบอร์ณวิทย์ จังหวัดปัตตานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจาก

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบอร์ณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อาจจะเป็นเพราะตระหนักว่าการบูรณาการกับหลักการอิสลามและวิถีชีวิตในหลักสูตรการเรียนการสอนนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งกับนักเรียน ผ่านการเรียนการสอนที่มีสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน พร้อมมีการจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัยและสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งประเด็นเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน สอดคล้องกับมรกต ยัมเนียม (2559) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะหลักสูตรการเรียนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับเอื้องฟ้า พิไธ (2560) ที่ทำวิจัยเรื่องข้อพิจารณาในการเลือกโรงเรียนอนุบาลให้บุตรหลานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุบาลให้แก่บุตรหลาน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบวรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อาจจะเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับรายจ่ายที่อาจจะเกิน กิ ด ขี้ น ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ทางโรงเรียนไม่มีร้านสหกรณ์ขายขนมในโรงเรียน ทำให้ผู้ปกครองไม่มีค่าใช้จ่ายเรื่องนี้ นอกจากนี้โรงเรียนมีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ชัดเจน ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถที่จะวางแผนการเงินเกี่ยวกับนักเรียนได้ ซึ่งส่งผลให้ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง สอดคล้องกับเหมื่อนฝัน ธัญญศรีชัย (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และยังสอดคล้องกับวฤณดา ทองเนื้อสูง (2563) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบวรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้งค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อาจจะมาจากทำเลที่ตั้งของโรงเรียนมีการคมนาคมหรือเดินทางได้สะดวก มีสภาพแวดล้อมที่ดี ปราศจากมลภาวะทางเสียง กลิ่น หรือสิ่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน สอดคล้องกับกันตรัตน์ สุจิตวนิช (2563) ที่ได้ทำวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษาเอกชน A ของผู้ปกครองสำหรับบุตรหลานในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสองภาษาเอกชน A และสอดคล้องกับเหมื่อนฝัน ธัญญศรีชัย (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอิบนูอัฟฟานบวรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ผลจากการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านกระบวนการค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เพราะผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกระบวนการบริหารงาน มีแบบแผน เช่น โรงเรียนมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการโรงเรียน ระบบต่าง ๆ แอปพลิเคชัน สามารถลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน ตลอดจนอำนวยความสะดวกในด้านการติดต่อกับโรงเรียน สอดคล้องกับพรรษมล สุขะตะวิจิตร (2558) ที่ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนดำน้ำลึก (Scuba Diving) ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนดำน้ำลึก (Scuba Diving) และยังมีความสอดคล้องกับวฤณดา ทองเนื้อสูง (2563) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

จากงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้บริหารโรงเรียนสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการและพัฒนาโรงเรียนให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง รวมทั้งเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบวรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบวรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ดังนั้น โรงเรียนควรที่จะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ของโรงเรียน คือ หลักสูตรของโรงเรียนที่ควรมีการบูรณาการกับหลักการอิสลามและวิถีชีวิตที่ชัดเจนมากขึ้น มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาของผู้เรียนให้เด่นชัด ตลอดจนการพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยตลอดเวลา นอกจากนี้พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 2 ข้อ ที่โรงเรียนต้องมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น คือ การกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามคำสอนอันดีงามและควรที่จะประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตรของโรงเรียนที่ได้มาตรฐานและได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์กรทางการศึกษาให้ผู้ปกครองรับทราบมากกว่านี้

2. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบวรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ดังนั้น โรงเรียนควรที่จะยับยั้งในการที่จะไม่มีร้านสหกรณ์ขายขนมในโรงเรียน ที่ทำให้ผู้ปกครองไม่มีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อขนมในโรงเรียนของนักเรียน แต่ปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดนั้นโรงเรียนต้องแก้ไขให้ดีขึ้น คือ โรงเรียนต้องทำให้ผู้ปกครองเห็นว่าโรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่เหมาะสมกับค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นที่เก็บจากนักเรียน ผู้ปกครองไม่ได้มองประเด็นถูกแพง แต่จะมองว่าโรงเรียนต้องจัดการศึกษาให้คุ้มค่ากับการที่ผู้ปกครองได้จ่ายไว้ให้กับโรงเรียน

3. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบวรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี เพราะว่าการคมนาคมที่สะดวกสำหรับผู้ปกครองในการรับส่งนักเรียน แต่ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับการรองรับนักเรียน หากโรงเรียนสามารถที่จะหาพื้นที่เพิ่มสำหรับบริการที่จอดรถของผู้ปกครองในการรับส่งนักเรียนและในวันที่ต้องเข้าร่วมงานกับโรงเรียน อาจจะเพิ่มการตัดสินใจของผู้ปกครองที่สนใจส่งบุตรหลานเข้าโรงเรียนด้วย

4. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบวรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี ดังนั้น โรงเรียนควรที่จะเป็นโรงเรียนที่มีระบบการบริหาร การทำงานที่ดี มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการโรงเรียนให้ทันสมัยตลอดเวลา และปัจจุบันโรงเรียนเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการคัดเลือกบุคลากรโรงเรียนก็ควรที่จะเปิดโอกาสให้กว้างมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบวรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความคาดหวังที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบูนูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพและยกระดับการศึกษาของประชาชนในจังหวัดปัตตานี ให้ดีขึ้นในทุก ๆ ด้านต่อไป
2. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพเปรียบเทียบกับวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอับดุลอ์ฟานบูนูรณวิทย์ จังหวัดปัตตานี
3. ควรมีการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการให้บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอื่น ๆ ด้วย

- สหประชาชาติ ประเทศไทย. (ม.ป.ป.). งานของเราเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในประเทศไทย. (20 สิงหาคม 2566). จากอินเทอร์เน็ต.<https://thailand.un.org/th/sdgs>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). ประโยชน์ของข้อมูลสถิติ. (20 สิงหาคม 2566). จากอินเทอร์เน็ต.http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/know/estat2_2.html
- เหมือนฝัน ธัญศรีชัย. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอื้องฟ้า พิไธ. (2560). ข้อพิจารณาในการเลือกโรงเรียนอนุบาลให้บุตรหลานในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Amarinbabyandkids. (2020). 3 ข้อดี โรงเรียนรัฐบาล vs โรงเรียนเอกชน ต่างกันอย่างไร?. (23 สิงหาคม 2566). จากอินเทอร์เน็ต.<https://www.amarinbabyandkids.com/school/thai-government-school/>