

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรี ศิลปะและเต้น
ของผู้ใช้บริการโรงเรียนฮักสกุล**

**FACTORS INFLUENCING ON DECISION MAKING TO STUDY MUSIC, ART AND
DANCE OF HUG SCHOOL'S CUSTOMERS**

ปรัชญา แสงโคตร¹
เฉลิมศักดิ์ พิกุลศรี²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจ พฤติกรรม และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะ ดนตรี และเต้นที่ฮักสกุล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล แรงจูงใจ และส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนฮักสกุลกับระดับการตัดสินใจเลือกเรียนที่ฮักสกุล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ปกครอง จำนวน 92 คน และนักเรียนจำนวน 41 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ปกครองและนักเรียนมีแรงจูงใจในที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะ ดนตรีและเต้น ให้ความสำคัญในระดับเห็นด้วย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนศิลปะ ดนตรี และเต้น ที่ฮักสกุลให้ความสำคัญในระดับมาก และระดับการตัดสินใจเลือกเรียนฮักสกุลต่อ อยู่ในระดับมาก เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล แรงจูงใจ ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่ฮักสกุล พบว่า เพศและอาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่ฮักสกุล ปัจจัยจูงใจหัวข้อช่วยให้บุตรหลานมีความละเอียด ประณีต ในการใช้ชีวิตประจำวันมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่ฮักสกุล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่ฮักสกุลในกับบุตรหลานอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนนักเรียนพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่ฮักสกุล ปัจจัยจูงใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่ฮักสกุล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่ฮักสกุลในกับบุตรหลานอยู่ในระดับต่ำผล

คำสำคัญ: ดนตรี ศิลปะ และโรงเรียนเต้น

Abstract

This study aims to investigate the motivation factors, selection behavior, and marketing mix that influence decision to study musical art and dance at Hug School, as well as to study the relationship between personal data, motivation factors, marketing mix that influence decision to study at Hug School and decision making behavior. The sampling group of this study comprised of 124 parents and 41 students. Questionnaire was used as instrument. The study result revealed that the parents and students had motivation factors that influenced the decision to study arts, music, and dance, with the level of significance at "Agree" level. Marketing mix influenced the decision to study arts, music, and dances, giving "Agree" level of significance. Selection of Hug School for continued study was found at "High" level. The study of relationship between personal data, motivation factors, marketing mix that influenced decision to choose Hug School and decision making behavior showed that gender and occupation of the parents correlated with decision to choose Hug School. Item "Make children be the refined persons in everyday life" correlated with decision to choose Hug School, and marketing

¹ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

² รองศาสตราจารย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

mix correlated with decision to choose Hug School at moderate level. In terms of the students, age had relationship with decision to choose Hug School, motivation factors had no relationship with decision to choose Hug School, and marketing mix had relationship with decision to choose Hug School at low level.

Keywords : Musical Art and DanceSchool

บทนำ

ศิลปะเป็นคำที่มีความหมายทั้งกว้างและจำเพาะเจาะจง ทั้งนี้ย่อมแล้วแต่ทัศนคติของแต่ละคน แต่ละสมัย ที่จะกำหนดแนวความคิดของศิลปะให้แตกต่างกันออกไป หรือแล้วแต่ว่าจะมีใคร นำคำว่า “ศิลปะ” นี้ไปใช้ใน แวดวงที่กว้างหรือจำกัดอย่างไร ในสมัยโบราณ นักปราชญ์ได้ให้ความหมายของศิลปะ (Art) ไว้ว่า ศิลปะ คือ สิ่ง ที่มนุษย์สร้างขึ้นไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเพราะฉะนั้น ต้นไม้ ภูเขา ทะเล น้ำตก ความงดงามต่างๆ ตาม ธรรมชาติจึงไม่เป็นศิลปะ ดอกไม้ที่เห็นว่าสวยสดงดงามนักหนา ก็ไม่ได้เป็นศิลปะเลย ถ้าหากเรายึดถือตาม ความหมายนี้แล้วสิ่งที่มีมนุษย์สร้างสร้างขึ้นทั้งหลาย ก็ล้วนแล้วแต่เป็นศิลปะ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น ภาพวาด ภาพ พิมพ์ งานปั้น งานแกะสลัก เสื้อผ้า อาหารเครื่องประดับ ที่อยู่อาศัย ยานพาหนะ เครื่องใช้สอย ตลอดจนถึง อารูธที่ใช้รบราฆ่าฟันกัน ก็ล้วนแต่เป็นศิลปะ ทั้งสิ้นไม่ว่ามนุษย์สร้างสิ่งที่ดีงาม เลิศหรือล้งการหรือน่าเกลียดน่าชัง ใดๆก็ตาม ล้วนแต่เป็นงานศิลปะ

ฮักสกูล (Hug School of Creative Arts) ก่อตั้งโดย อ.วรานุช วัฒนศัพท์ และนพ.ภัทรวุฒิ วัฒนศัพท์ เมื่อ พ.ศ.2551 เป็นโรงเรียนในท้องถิ่นของจังหวัดขอนแก่น เกิดจากความฝันของกลุ่มรักศิลปะได้ผ่านงานระดับมือ อาชีพ และนักวิชาการที่เห็นตรงกันว่า ศิลปะไม่ว่าแขนงใด มีส่วนช่วยหล่อเลี้ยงให้ชีวิตมีความสมบูรณ์ และมีความ สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ปัจจุบันมีการแข่งขันระหว่างโรงเรียนสอนศิลปะอย่างเข้มข้นและเพื่อแข่งขัน ทางด้านการตลาดทางโรงเรียนได้พยายามคิดหาวิธีที่จะดึงดูดผู้ที่ต้องการที่จะเรียนศิลปะด้านต่างๆเพื่อแข่งขันด้าน ธุรกิจโรงเรียนศิลปะ (โรงเรียนฮักสกูล, 2558)

วัตถุประสงค์

2.1 ค้นหาข้อมูลและศึกษาแรงจูงใจ พฤติกรรม และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียน กับโรงเรียนฮักสกูลเพื่อการตัดสินใจในการวางแผนการตลาด

2.2 ค้นหาข้อมูลและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล แรงจูงใจ และส่วนประสมทางการ ตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียน กับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่ฮักสกูลเพื่อการตัดสินใจในการวางแผนการตลาด

วิธีการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามวัตถุประสงค์มีรายละเอียดดังนี้

1. การศึกษาปัจจัยจูงใจพฤติกรรมทางเลือกเรียนประส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เรียนศิลปะ ดนตรีและเต้นในโรงเรียนฮักสกูล

1.1 การกำหนดกลุ่มประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ นักเรียนและผู้ปกครองโรงเรียนฮักสกูล ที่อายุตั้งแต่ 13 ปี ขึ้นไปเนื่องจากทั้งสองกลุ่มเป็นผู้ตัดสินใจเรียนที่โรงเรียนฮักสกูลและสามารถให้ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกเรียนได้ โดยคำนวณจากการสุ่มจำนวนประชากรที่เรียนโรงเรียนฮักสกูลแบ่งเป็นผู้ปกครองนักเรียน 121 คน นักเรียน ทั้งหมด 47 คน โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่[3]

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปกครองจำนวน 92 ราย และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน จำนวน 41 ราย

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้แบบสอบถาม 2 ชุด

1.2.1 แบบสอบถามสำหรับผู้ปกครอง

1.2.2 แบบสอบถามสำหรับนักเรียน

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนอัสสัมชัญโดยอาศัยแบบสอบถามจำนวน 92 ชุด และนักเรียน 41 คนโดยผู้วิจัยทำการชี้แจงแก่ผู้ตอบแบบสอบถามให้เข้าใจกับวัตถุประสงค์และวิธีเก็บแบบสอบถามก่อนลงมือแจกแบบสอบถาม

1.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าสถิติของระดับความเห็น นำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนของพฤติกรรมในการเรียนที่อัสสัมชัญ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

ผลการวิจัย

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 สรุปผลการศึกษาแรงจูงใจ พฤติกรรม และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะ ดนตรีและเต้น กับโรงเรียนอัสสัมชัญ

1.1.1 ผู้ปกครอง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 36-40 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เคยให้บุตรหลานเรียนสาขาดนตรี สาขาที่เรียนที่บุตรหลานในปัจจุบันด้านดนตรี คือ เปียโน (Piano) ด้านศิลปะคือ ศิลปะสำหรับเด็ก (Creative Arts for Kids) และสาขาเต้น คือ บัลเลต์ (Ballet)

แรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะ ดนตรีและเต้น พบว่า ให้ความสำคัญอยู่ที่ระดับเห็นด้วย ทั้งด้านอารมณ์และเหตุผล

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกับโรงเรียนอัสสัมชัญส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านคุณภาพของโรงเรียน

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนอัสสัมชัญ พบว่า ในอนาคตจะให้บุตรหลานเรียนต่อที่อัสสัมชัญระดับมาก ครู / อาจารย์ที่สอนดนตรี เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนที่อัสสัมชัญ สาเหตุที่อยากเรียนที่อัสสัมชัญส่วนใหญ่ ใกล้เคียงกัน ค่าเทอมไม่แพง เดินทางสะดวก ลูกอยากเรียน ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การเรียนคือ ช่วงเช้า - เที่ยง / เสาร์ - อาทิตย์ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกเรียนที่อัสสัมชัญเพราะ ศิลปะต่างๆ มีผลกระทบที่ดีต่อการพัฒนาทางด้านสมอง ส่วนใหญ่เรียนสุนทรียศาสตร์ด้านต่างๆ เช่น (ดนตรี ศิลปะ เต้น) มาเป็นระยะเวลาประมาณ งบประมาณในการเรียนหลักสูตรต่างๆ ของอัสสัมชัญประมาณ ส่วนใหญ่ประมาณ 2,501 - 5,000 บาท ต่อคอร์ส

1.1.2 นักเรียน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ 16 - 18 ปี เป็นนักเรียน / นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย เคยเลือกเรียนสาขาดนตรี สาขาที่เรียนในปัจจุบันด้านดนตรีคือ กลอง ด้านศิลปะคือ ศิลปะสำหรับคนทั่วไป (Creative Arts For Adults) และสาขาเต้น คือ HIP - HOP / Pop & Street Dance

แรงจูงใจในที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะ ดนตรีและเต้น พบว่า ให้ความสำคัญอยู่ที่ระดับเห็นด้วย ทั้งด้านอารมณ์และเหตุผล

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกับโรงเรียนอักษกุล ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านคุณภาพของโรงเรียน

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนอักษกุล พบว่า ในอนาคตจะเรียนต่อที่อักษกุล ครู / อาจารย์ที่สอนดนตรี เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนที่อักษกุล สาเหตุที่อยากเรียนที่อักษกุลส่วนใหญ่ ชอบดนตรี ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ อยากเรียนเอง ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การเรียนคือ ช่วงบ่าย - เย็น / เสาร์ - อาทิตย์ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกเรียนที่อักษกุลเพราะ ศิลปะต่างๆ มีผลกระทบที่ดีต่อการพัฒนาทางด้านสมอง ส่วนใหญ่เรียนสุนทรียศาสตร์ด้านต่างๆ เช่น (ดนตรี ศิลปะ เต้น) ระยะเวลาเวลาที่เรียนที่อักษกุลมากกว่า 2 ปีขึ้นไป ประมาณในการเรียนหลักสูตรต่างๆ ของอักษกุลประมาณ ส่วนใหญ่ประมาณ 5,001 - 7,500 บาท ต่อครอส

1.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล แรงจูงใจ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียน กับระดับการตัดสินใจเลือกเรียนที่อักษกุล

1.2.1 ผู้ปกครอง

1. ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า เพศและอาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่อักษกุลให้กับบุตรหลาน

2. แรงจูงใจ พบว่า แรงจูงใจหัวข้อช่วยให้บุตรหลานมีความละเอียด ประณีต ในการใช้ชีวิตประจำวันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่อักษกุลให้กับบุตรหลาน

3. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกับโรงเรียนอักษกุล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่อักษกุลให้กับบุตรหลาน มีดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ มี 6 หัวข้อ คือ หลักสูตรตรงตามความต้องการของผู้เรียน หลักสูตร เป็นตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากสากล หลักสูตรชัดเจน สามารถแบ่งระดับการเรียนได้ สามารถนำความรู้จากการเรียน ไปศึกษาต่อในขั้นสูงได้ ชื่อเสียงของโรงเรียน/สถาบัน และการรับรองหลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ

2) ด้านราคา มี 1 หัวข้อ คือ มีส่วนลดเมื่อมีการเรียนต่อเนื่องและเรียนมากกว่าหนึ่งวิชา

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มี 3 หัวข้อ คือ ความสะอาด และความเหมาะสมกับการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอน ภายในห้องเรียนเหมาะสม และสื่อการเรียนการสอนของสถาบัน

4) ด้านบุคลากร (เจ้าหน้าที่ให้บริการ) มี 3 หัวข้อ คือ กิริยามารยาท อธิษาคัย การแต่งกาย และมีบุคลิกภาพของ เจ้าหน้าที่ ปฏิบัติงานด้วยความชำนาญ มีความรู้ความสามารถ และ ถูกต้อง และ มีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ในการบริการ

ด้านบุคลากร (ครูผู้สอน) มี 5 หัวข้อ คือ บุคลิกภาพที่ดีและการแต่งกายของครูผู้สอน ความมีชื่อเสียง ของอาจารย์ผู้สอนในโรงเรียน ความตรงต่อเวลาของอาจารย์ผู้สอน ประสบการณ์และความรู้ของครูที่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี และความมีมารยาทและจรรยาบรรณของความเป็นครู

5) ด้านกระบวนการ มี 3 หัวข้อ คือ การรับสมัครนักเรียนมีขั้นตอนสะดวก รวดเร็ว ความรวดเร็วการจัดกลุ่มนักเรียน ในการเรียนหลักสูตรต่างๆ ในอีกส쿨 และการประเมินของครูต่อนักเรียนของสถาบันสอนดนตรี มีอย่างสม่ำเสมอ

6) ด้านคุณภาพของโรงเรียน คือ โรงเรียน มี 3 หัวข้อ คือ มีการรับรองหลักสูตรตามมาตรฐานสากล ผลจากการประเมินครูและนักเรียนของโรงเรียน และความสำเร็จของนักเรียน ในด้านกิจกรรมการแข่งขันต่างๆ และการศึกษาต่อในชั้นสูงต่อไป

1.2.2 นักเรียน

1. ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อกับอีกส쿨
2. แรงจูงใจ พบว่า ไม่มีหัวแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกต่อเรียนกับอีกส쿨

3. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกับโรงเรียนอีกส쿨 มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่อีกส쿨 มีดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ มี 2 หัวข้อ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่อีกส쿨 คือ หลักสูตร เป็นตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากสากล

2) ด้านการส่งเสริมการตลาด มี 1 หัวข้อ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่อีกส쿨 คือ การมีกิจกรรมดนตรีต่างๆ ของโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ

3) ด้านบุคลากร (ครูผู้สอน) มี 1 หัวข้อ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่อีกส쿨 คือ บุคลิกภาพที่ดีและการแต่งกายของครูผู้สอน และประสบการณ์และความรู้ของครูที่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี

สรุป

จากผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจในที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะ ดนตรีและเต้น พบว่า ให้ความสำคัญอยู่ที่ระดับเห็นด้วย ทั้งด้านอารมณ์และเหตุผล สอดคล้องกับการศึกษาของ ณรัชต์ วัฒนวิชัยเกียรติ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรีสากลของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรีสากล มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และพบว่า แรงจูงใจด้านเหตุผลจะมีระดับแรงจูงใจมากกว่าด้านอารมณ์ ทั้งนี้เนื่องจากการที่ผู้บริโภคได้มีการตัดสินใจเลือกเรียนด้วยเหตุผล เพราะต้องการได้ตรงอย่างรอบคอบ โดยมีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ มาเปรียบเทียบผลประโยชน์ที่ได้รับ กับค่าใช้จ่าย และค่าเสียโอกาสที่จะเกิดขึ้น ซึ่งหากตัดสินใจจากเหตุผลแล้วพบว่า มีความคุ้มค่า และเหมาะสม ผู้บริโภคก็มีความพร้อมที่จะเข้าเรียนดนตรีสากล

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ปกครอง พบว่า เพศและอาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่อีกส쿨ให้กับบุตรหลาน โดยผู้ปกครองเพศหญิงให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่อีกส쿨สูงกว่าเพศชาย ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้หญิงมีความสนใจดูแลเอาใจใส่ในเรื่องต่างๆ ของสมาชิกในครอบครัว และอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้านให้ความสำคัญกับระดับการตัดสินใจเลือกเรียนดีที่อีกส쿨สูงกว่าอาชีพอื่นๆ เนื่องจากอาชีพนี้พอ

บ้าน / แม่บ้าน มีเวลาว่างในการดูแลเอาใจใส่ในเรื่องต่างๆ ของสมาชิกในครอบครัว รวมทั้งการศึกษาของบุตรหลานด้วย

แรงจูงใจ พบว่า แรงจูงใจหัวข้อช่วยให้บุตรหลานมีความละเอียด ประณีต ในการใช้ชีวิตประจำวันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่อีกส쿨ให้กับบุตรหลาน ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานสามารถใช้ชีวิตประจำวันร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกับโรงเรียนอีกส쿨 มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่อีกส쿨 ด้านผลิตภัณฑ์ มี 6 หัวข้อ คือ หลักสูตรตรงตามความต้องการของผู้เรียน หลักสูตรเป็นตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากสากล หลักสูตรชัดเจน สามารถแบ่งระดับการเรียนได้ สามารถนำความรู้จากการเรียนนำไปศึกษาต่อในขั้นสูงได้ ชื่อเสียงของโรงเรียน/สถาบัน และการรับรองหลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ากับหลักสูตรที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับและได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ จะส่งผลต่อการตัดสินใจให้บุตรหลานเรียนต่อมากกว่าราคาถูก ซึ่งในส่วนของด้านราคาหากโรงเรียนอีกส쿨 มีส่วนลดเมื่อมีการเรียนต่อเนื่องและเรียนมากกว่าหนึ่งวิชานั้น ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจให้บุตรหลานเรียนต่อ ในส่วนของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ห้องเรียนต้องมีความสะอาด และความเหมาะสมกับการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอน ภายในห้องเรียนเหมาะสม และสื่อการเรียนการสอนของสถาบันมีความเพียงพอและความเหมาะสมย่อมส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจให้บุตรหลานเรียนต่อ เนื่องจากผู้ปกครองตระหนักถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยของบุตรหลาน ด้านบุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครอง ทั้งบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ และการดูแลเอาใจใส่ ต่างก็จะมีผลต่อการตัดสินใจให้บุตรหลานเรียนต่อ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจของผู้ปกครองหัวข้อช่วยให้บุตรหลานมีความละเอียด ประณีต ในการใช้ชีวิตประจำวันมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่อีกส쿨 และปัจจัยส่วนประสมการตลาดส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่อีกส쿨ให้ผู้ปกครอง ส่วนของนักเรียนมี 4 หัวข้อ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่อีกส쿨 ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับเจ้าของอีกส쿨 ดังนี้ ในการทำการตลาดเพื่อหาลูกค้า นั้น ต้องเน้นให้ผู้ปกครองเห็นว่าเมื่อบุตรหลานเรียนที่อีกส쿨แล้วจะได้รับประโยชน์เช่นไรและอธิบายหลักสูตรหรือทำป้ายใบประกาศให้ชัดเจนเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงความเป็นมาตรฐานของหลักสูตรของโรงเรียนเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ เพราะส่วนใหญ่แล้วผู้ปกครองเป็นผู้ตัดสินใจในบุตรหลานเข้าเรียนเพื่อใช้ อีกทั้งมีการนำการส่งเสริมการตลาดมาใช้เป็นช่วงๆ เช่น ซื้อ 3 คอร์สแถม 1 คอร์ส เพื่อจูงใจให้ลูกค้ามีการจับกลุ่มกันมาสมัครเรียน ในส่วนการดำเนินงานเพื่อจูงใจนักเรียนนั้นควรมีการจัดแสดงดนตรีในสถานที่ที่มีประชาชนสัญจรผ่านไปมา เช่น ถนนคนเดิน ตลาดต้นตาล หรือเวทีของโรงเรียนเพื่อให้นักเรียนได้แสดงความสามารถหลังจากที่เข้ามาเรียนที่อีกส쿨แล้ว

ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้ปกครองต้องการให้เพิ่มสถานที่จอดรถ มีการปรับปรุงในส่วนของที่พักรับรอง ในส่วนของคอร์สเรียนอยากให้มีการแบ่งคลาสที่ตามระดับความสามารถของนักเรียน

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ เฉลิมศักดิ์พิบูลศรีที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่าน เพื่อการแนะนำ อธิบายข้อสงสัย และให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการ

ศึกษาให้กับผู้ศึกษาด้วยความเอาใจใส่ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งแล้วเสร็จจึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ด้วยและขอขอบคุณอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของการศึกษาในครั้งนี้ทุกท่านที่ยังไม่ได้กล่าวถึงในการทำให้การศึกษาอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- [2] ณธิพัฒน์ วชิรชัยเกียรติ. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรีสากลของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ จัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [3] โรงเรียนฮักสกุล. (2558). **ฮักสกุล**. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2558, จาก <http://www.hugschool.com/abouthug.html>
- [4] Yamane, T. (1973). **Statistics: an introductory analysis**. 3rded. New York: Harper and Row.