



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นางสาวเหมือนฝัน ธัญญศรีชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นางสาวเหมือนฝัน ธัญญศรีชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FACTORS INFLUENCING STUDENT CHOICE OF TUTORIAL
SCHOOLS IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA.

BY

MISS MUANPHAN TUNYASRICHAJ



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวเหมือนฝัน ธีญญศรีชัย

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 20 เม.ย. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. นกตล ร่มโพธิ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิกา ผดุงสิทธิ์)

คณบดี


(ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โจรนงกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ชื่อผู้เขียน	นางสาวเหมือนฝัน ธัญญศรีชัย
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิภา ผดุงสิทธิ์
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

จากการแข่งขันในเรื่องการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาที่ค่อนข้างรุนแรงในปัจจุบัน และระบบการศึกษาที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้เด็กนักเรียนมีแนวโน้มที่จะเรียนในโรงเรียนกวดวิชาเพิ่มมากขึ้น โรงเรียนกวดวิชาจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อการแข่งขันเช่นเดียวกัน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่การแข่งขันค่อนข้างรุนแรง ดังจะเห็นได้จากจำนวนของโรงเรียนกวดวิชาที่เพิ่มขึ้นทุกปี และมูลค่าของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งทำให้เด็กนักเรียนมีตัวเลือกมากขึ้น ดังนั้นโรงเรียนกวดวิชาจึงต้องเร่งปรับตัวในสถานการณ์ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำรงอยู่ได้

ทางผู้วิจัยเห็นถึงปัญหาและโอกาสดังกล่าว จึงเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้วิจัยในการทำวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนดำเนินงาน รวมถึงสำหรับการใช้ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการ โดยได้นำปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7Ps) ตามทฤษฎีของ Kotler รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลมาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาคั้งนี้

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับ จากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านราคาและสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความสะดวก และปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้าน เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายแตกต่างกันหรือไม่ จากผลงานวิจัย พบว่า เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำสำคัญ: โรงเรียนกวดวิชา



Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING STUDENT CHOICE OF TUTORIAL SCHOOLS IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA.
Author	Miss Muanphan Tunyasrichai
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Monvika Phadoongsitthi, Ph.D.
Academic Year	2015

ABSTRACT

Using quantitative research, samples were 452 high school students currently enrolled in tutorial schools in the Bangkok metropolitan area. The 7Ps Marketing Mix – product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process - was applied to the data. The SPSS statistics software package further analyzed the results, using descriptive statistics and testing hypotheses with inferential statistics.

Results were that promotion and physical evidence, price and place, product, convenience, and people and process – in that order – affected student choice of tutorial schools.

Gender, grade, national education plan, GPA, and parental income had no effect.

Keywords: Tutorial Schools in Thailand, Secondary School Education in the ASEAN Region.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิภา ผดุงสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษาและ คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยในครั้งนี้ รวมถึง รองศาสตราจารย์ ดร. นภดล ร่มโพธิ์ ที่ได้ให้เกียรติเป็นกรรมการ ซึ่งให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติม ส่งผลให้ งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้แล้ว ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ ให้ความรู้ต่างๆที่เป็นประโยชน์ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยฉบับนี้ได้ ขอขอบคุณนักเรียนทุกคน ที่ได้เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ รวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือต่างๆ เป็นอย่างดี จาก ครอบครัว และเพื่อนๆทุกท่าน ส่งผลให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ตลอดจนผู้ที่สนใจในเรื่องนี้ หากงานวิจัยนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นางสาวเหมือนฝัน ธัญญศรีชัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 สรุปลโครงสร้างของแต่ละบท	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยเกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ	6
2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	8
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	10
2.2.1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	10

2.2.1.2	ปัจจัยด้านราคา (Price)	10
2.2.1.3	ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)	11
2.2.1.4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	11
2.2.1.5	ปัจจัยด้านบุคคล (People)	11
2.2.1.6	ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	11
2.2.1.7	ปัจจัยด้านลักษณะกระบวนการ (Process)	12
2.2.2	ปัจจัยส่วนบุคคล	12
2.2.2.1	เพศ	12
2.2.2.2	ระดับชั้นการศึกษา	12
2.2.2.3	แผนการศึกษา	13
2.2.2.4	เกรดเฉลี่ย	13
2.2.2.5	รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง	13
2.3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	14
บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย		15
3.1	การออกแบบงานวิจัย	15
3.2	ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	16
3.2.1	ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่	16
3.2.1.1	ปัจจัยส่วนบุคคล	16
3.2.1.2	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการหรือ 7Ps	16
3.2.2	ตัวแปรตาม (Dependent Variables)	16
3.3	สมมติฐานของงานวิจัย	17
3.3.1	สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล	17
3.3.2	สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	17
3.4	การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	18
3.4.1	ประชากรเป้าหมาย	18
3.4.2	การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	18
3.5	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	19
3.6	วิธีการเก็บข้อมูล	20
3.7	การประเมินความเสี่ยงและความตรงของข้อมูล	21

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน	21
3.8.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	21
3.8.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	21
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	23
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และตัวแปรตาม	29
4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	33
4.4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	33
4.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับชั้นการศึกษา กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	34
4.4.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง แผนการศึกษา กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	35
4.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เกรดเฉลี่ย กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	36
4.4.5 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	37

	(8)
4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย	38
4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมตัวแปรอิสระโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย	38
4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)	39
4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis)	44
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	50
5.1 สรุปผลการวิจัย	50
5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	50
5.1.2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับพฤติกรรมต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล	51
5.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	51
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ	52
5.2.1 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์	53
5.2.2 ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ	53
5.2.3 ปัจจัยด้านราคาและสถานที่	53
5.2.4 ปัจจัยด้านความสะดวก	53
5.2.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	54
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	54
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง	54
รายการอ้างอิง	55
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม เรื่อง: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	59

(9)

ภาคผนวก ข รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

66

ประวัติผู้เขียน

68



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	24
4.2	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ	30
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรตาม	32
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	33
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตาม ระดับชั้นการศึกษา	34
4.6	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตาม แผนการศึกษา	35
4.7	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตาม เกรดเฉลี่ย	36
4.8	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตาม รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง	37
4.9	KMO และ Barlett's Test	39
4.10	เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้ จากการวิเคราะห์ปัจจัย	40
4.11	ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)	45
4.12	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบ (ANOVA)	45
4.13	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย	46

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	14
4.1	ประเภทโรงเรียนที่กำลังศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	26
4.2	วิธีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโรงเรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง	26
4.3	รูปแบบการเรียนการสอนที่เลือกเรียนของกลุ่มตัวอย่าง	27
4.4	ช่วงวันในสัปดาห์ที่เรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง	27
4.5	ช่วงเวลาในวันธรรมดาที่เรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง	28
4.6	ช่วงเวลาในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ที่เรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง	28



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการที่ก้าวไปสู่ความสำเร็จในอนาคต ทั้งในด้านของหน้าที่การงานและการได้รับการยอมรับจากสังคม จากความสำคัญของการศึกษาจึงก่อให้เกิดการแข่งขันกันอย่างสูงของนักเรียนในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากค่านิยมในการเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการผลักดันตนเองไปสู่ระดับของผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพที่ตัวเองใฝ่ฝัน เพื่อนำมาซึ่งชื่อเสียง เกียรติยศ หน้าที่การงาน ฐานะการเงิน และการยอมรับในสังคม จึงเป็นแรงผลักดันให้เด็กนักเรียนต้องเสาะแสวงหาความรู้ให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เพราะในการเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของไทยใช้วิธีการสอบระบบกลาง (Central University Admission System) (สมาคมอธิการบดีแห่งประเทศไทย, 2555) ซึ่งเริ่มใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 (ปีการศึกษา 2548) โดยระบบ Admission นี้เองจะนำเอาผลการเรียนของนักเรียนตลอดช่วงมัธยมศึกษาตอนปลายมาพิจารณาพร้อมกับคะแนนสอบ ทำให้นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำเป็นต้องทำคะแนนระหว่างเรียนในโรงเรียนให้สูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นการศึกษาแต่เพียงในห้องเรียนอาจยังไม่เพียงพอ ทำให้โรงเรียนกวดวิชาเข้ามามีบทบาทอย่างมากสำหรับนักเรียนในกลุ่มนี้ ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาจึงเกิดขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการขยายสาขาไปตามหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัด ไม่เพียงแต่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลเท่านั้น จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) เมื่อต้นปี 2558 ระบุว่า จำนวนโรงเรียนกวดวิชาทั่วประเทศมี 2,379 แห่งทั่วประเทศ แบ่งเป็นโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพฯ 549 โรงเรียน และภูมิภาค 1,830 โรงเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาในต่างจังหวัด มักกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดขนาดใหญ่ ซึ่งจะพบมากที่สุดในเขตอำเภอเมืองของแต่ละจังหวัด ซึ่งจังหวัดที่มีโรงเรียนกวดวิชามากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี สงขลา นนทบุรี ขอนแก่น เชียงใหม่ ลพบุรี นครราชสีมา พระนครศรีอยุธยา และนครปฐม ซึ่งโรงเรียนกวดวิชาเหล่านี้ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งจากการขยายสาขาและเปิดโรงเรียนกวดวิชาใหม่

จากการสำรวจของไทยพับลิกา (2558) พบว่าในปัจจุบันมีโรงเรียนกวดวิชาเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในย่านที่มีโรงเรียนตั้งอยู่หนาแน่น และตามแนวสถานีรถไฟฟ้า เช่น สยาม และพญาไท เป็นต้น ทั้งนี้โรงเรียนกวดวิชาต่างๆ ก็ได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียน และสามารถเข้าถึงจุดประสงค์หลักที่ผู้เรียนต้องการได้ จึงเป็นตัวเลือกให้กับนักเรียนมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

เป็นอย่างมาก โดยนักเรียนเหล่านั้นก็ได้หาข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ตหรือจากคำบอกกล่าวผ่านทางผู้เรียนที่สามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงได้ ซึ่งจะทำให้โรงเรียนกวดวิชานั้นเป็นที่นิยมสำหรับเด็กนักเรียนเป็นอย่างมาก ดังนั้นโรงเรียนกวดวิชาจึงพยายามพัฒนาศักยภาพให้ตรงตามระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ และเป็นเหมือนตัวช่วยของนักเรียน จนกลายเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่เด็กนักเรียนที่เข้ามาเรียนกวดวิชา หรือผู้ที่ขาดโอกาสในการได้รับการศึกษาในโรงเรียนที่มีชื่อเสียง หรือแม้แต่นักเรียนในโรงเรียนที่มีคุณภาพหรือมีชื่อเสียงก็ยังคงต้องการหาที่เรียนเพื่อเสริมวิชาต่างๆ ที่เรียนในห้องเรียนเพิ่มเติม ทำให้เกิดช่องทางธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพิ่มขึ้น

จากสภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงทำให้โรงเรียนกวดวิชาต้องมีการปรับตัวสูงเช่นเดียวกัน เพื่อให้สอดคล้องกับหลักสูตรที่กระทรวงศึกษาธิการได้ปรับเปลี่ยน และเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับโรงเรียนกวดวิชาอื่นๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการเรียนการสอนของโรงเรียนกวดวิชา ที่มีให้เลือกหลากหลายมากขึ้น ทั้งที่มีอาจารย์มาสอนด้วยตัวเอง หรือที่เรียกว่า คอร์สสด และเรียนกับวีดีโอ แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนาไปถึงขั้นที่นักเรียนสามารถที่จะเลือกเรียนเวลาไหนก็ได้โดยเรียนผ่านคอมพิวเตอร์

จากผลการสำรวจ 9 โรงเรียนกวดวิชา ที่มีสาขามากที่สุดในประเทศไทยของไทยพับลิกาเมื่อต้นปี 2558 ซึ่งได้แก่ นวศึกษา หรือ JIA 43 สาขา, Enconcept 35 สาขา, ดาวองค์ 34 สาขา, เดอะเบรน 33 สาขา, รัชดาวิทยา (RAC) 30 สาขา, วรรณสรณ์ (เคมี อ.อู๋) 27 สาขา, เดอะติวเตอร์ (พลัส) 26 สาขา, แอปพลายด์ฟิสิกส์ 26 สาขา และครูสมศรี 21 สาขา พบว่าโรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่เน้นการสอนผ่านคอมพิวเตอร์มากกว่าการสอนสดหรือคอร์สดีวีดี ทั้งนี้ จากการสำรวจประมาณการณ์รายได้ของโรงเรียนทั้ง 9 แห่ง โดยคำนวณจากจำนวนคอร์สที่เปิดสอนทั้งหมดคูณด้วยราคาคอร์ส และคูณจำนวนผู้เรียนจากสมมติฐานโดยกำหนดให้แต่ละคอร์สมิผู้เรียน 30 คน พบว่า โรงเรียนกวดวิชากลุ่มนี้มีรายได้ประมาณ 20 ล้านบาทต่อเทอม เป็นอย่างต่ำ ซึ่งถือว่าเป็นตัวเลขที่สูงมากเลยทีเดียว (ไทยพับลิกา, 2558)

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จึงเป็นการศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบและพัฒนาธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านเพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่ อย่างไร

1.3 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการหรือ 7Ps อันได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยด้านลักษณะกระบวนการ (Process) รวมถึงด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านเพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยนี้ คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (มัธยมศึกษาปีที่ 4-6) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทำการสำรวจผ่านการตอบแบบสอบถาม และมีระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัยระหว่างเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2558

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลของการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งคาดว่าประโยชน์ที่จะได้รับมีดังต่อไปนี้

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ผู้ประกอบการธุรกิจกวตริวิชาสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ของโรงเรียนกวตริวิชา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งในด้านคุณภาพและการได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดนโยบายเกี่ยวกับหลักสูตรการศึกษา หรือการปฏิรูประบบการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ

4. ผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า วิจัย รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวตริวิชาในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป

1.5 นิยามศัพท์

คำจำกัดความในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. **โรงเรียนกวตริวิชา** ในที่นี้หมายถึง โรงเรียนที่ตั้งตาม พ.ร.บ. การศึกษาเอกชน มาตรา 15(2) ประเภทกวตริวิชา เพื่อสอนเสริมวิชาต่างๆ เป็นการทบทวนความรู้ โดยอาจกำหนดเวลาเรียนต่างจากเวลาเรียนปกติของนักเรียน เช่น เรียนเฉพาะวันหยุด เฉพาะภาคฤดูร้อน หรือเรียนเฉพาะตอนเย็น

2. **แผนการศึกษาที่เรียน** หมายถึง แผนการเรียนวิทยาศาสตร์ แผนการเรียนภาษาอังกฤษ แผนการเรียนศิลป์-ภาษา แผนการเรียนศิลป์-คำนวณ

3. **นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย** หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6

1.6 สรุปรูปโครงร่างของแต่ละบท

สำหรับเนื้อหาในบทอื่นๆ นั้นประกอบด้วย บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทที่ 3 วิธีการวิจัย บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล และบทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยเกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยในการวิจัยนี้ได้มีการนำแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Schiffman and Kanuk (1994) ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคได้แสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน หรือการบริโภคสินค้าและบริการ และแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภครู้สึกว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งเงิน เวลา และกำลัง เพื่อการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย (1) ซื้ออะไร (2) ทำไมจึงซื้อ (3) ซื้อเมื่อใด (4) ซื้ออย่างไร (5) ซื้อที่ไหน และ (6) ซื้อบ่อยแค่ไหน

Engal, Blackwell and Miniard (1990) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา และได้มาซึ่งการบริโภค และการใช้จ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำด้วย

พรหมสร เตชากวินกุล (2553) ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นพฤติกรรมซึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แสดงออกเพื่อจัดหา และได้มาซึ่งการบริโภค เริ่มตั้งแต่กระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว จนถึงการยอมสูญเสียทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ

ภาวิณี กาญจนภา (2554) ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นกระบวนการในการจัดหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ และรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังจากการเลิกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าวด้วย

โดยสรุปแล้ว พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาของผู้บริโภค ถือเป็นกระบวนการจัดหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านตัวกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในตัวผู้บริโภค หรือตัวกระตุ้นที่มาจากภายนอกเข้ามาทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการเพื่อหาทางตอบสนองความต้องการของตนเอง แล้วนำมาสู่การบริโภค

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

ซูซีย์ สมิทธีเกอร์ (2553, น. 68-84) ก็ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการก่อนการซื้อและการใช้จริงมีอยู่ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ โดยการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างสถานะในอุดมคติกับสถานะที่อยู่ความเป็นจริง ซึ่งสถานะในอุดมคติ คือ สถานะที่ผู้บริโภคมีความปรารถนาอยากจะทำให้เกิดขึ้น ส่วนสถานะในความเป็นจริง คือ สถานะที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในปัจจุบัน

2. การค้นหาข้อมูล โดยการค้นหาข้อมูลมีความจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการหรือเพื่อการแก้ปัญหา เพื่อให้ได้ข้อมูลต่าง ๆ ที่มากเพียงพอ และเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจซื้อการค้นหาข้อมูลของผู้บริโภคสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การค้นหาข้อมูลภายใน หมายถึง การที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลจากความทรงจำของตนเอง เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความรู้เดิมที่ได้จากประสบการณ์และการเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

2.2 การค้นหาข้อมูลภายนอก หมายถึง การที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกซึ่งอาจแบ่งได้เป็นสองแบบ คือ แบบแรกเป็นการค้นหาจากตลาด ไม่ว่าจะเป็นจากผู้ผลิตหรือผู้ขายสื่อโฆษณา สื่อมวลชนต่างๆ หรือเว็บไซต์ขององค์การธุรกิจ การค้นหาจากภายนอกแบบที่สอง คือ การค้นหาจากเครือข่ายทางสังคมของผู้บริโภค เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน เพื่อนทางอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมค้นหาข้อมูลจากสื่อทางสังคมมากขึ้น

3. การประเมินทางเลือก หลังจากผู้บริโภคได้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้ว จะเป็นขั้นตอนการประเมินทางเลือก โดยทั่วไปสามารถกระทำได้ใน 2 รูปแบบ คือ

3.1 การประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำ เป็นผลจากการมีประสบการณ์โดยตรง หรือจากการบอกเล่าของผู้อื่น

3.2 การสร้างวิธีการประเมินแบบใหม่ ในบางกรณีผู้บริโภคอาจจะไม่สามารถอาศัยการประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำ เนื่องจากไม่เคยมีประสบการณ์หรือไม่มีข้อมูลใดๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ หรือในบางกรณีผู้บริโภคอาจจะไม่ต้องการใช้การประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำก็ได้เนื่องจากอาจจะเป็นข้อมูลที่เก่าและล้าสมัยไปแล้วสำหรับการซื้อครั้งใหม่ ดังนั้นผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องมีการสร้างวิธีประเมินแบบใหม่

4. การตัดสินใจเลือก ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกโดยอาศัยเครื่องมือต่างๆ ในการประเมินทางเลือก ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนก็จะมีรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล โดยสามารถแบ่งได้เป็น 8 แบบดังต่อไปนี้

4.1 แบบเน้นคุณภาพ หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูง นอกจากนี้ผู้บริโภคแบบนี้ยังนิยมความสมบูรณ์แบบ โดยจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดถี่ถ้วนมากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น และมีการเปรียบเทียบสินค้าต่างๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ

4.2 แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับตราสินค้า โดยผู้บริโภคจะเลือกตัดสินใจจากความมีชื่อเสียงของตราสินค้า และมักจะนิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาแพงๆ เนื่องจากมีความเชื่อว่าราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้านั้นๆ คือ ยิ่งสินค้านั้นมีราคาสูงแสดงว่าสินค้านั้นยังมีคุณภาพดี นอกจากนี้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังนิยมเลือกซื้อสินค้ายี่ห้อที่ติดอันดับขายดี และมีการโฆษณาอีกด้วย

4.3 แบบตามแฟชั่น หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกระแสความนิยมหรือแฟชั่น โดยผู้บริโภคจะชอบแสวงหาสิ่งใหม่ๆ และคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองมีความทันสมัยตลอดเวลา

4.4 แบบเน้นความสุข/ความเพลิดเพลิน หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นการซื้อสินค้าเพื่อความเพลิดเพลิน เนื่องจากรู้สึกมีความสุขเมื่อได้จับจ่ายใช้สอย และมองว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ทำให้ตนเองมีความสุข และสนุกสนาน โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะมีความสุขกับการได้เดินดูและเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ด้วยตนเองเป็นอย่างมาก

4.5 แบบตามใจตนเอง หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักกระทำอย่างรวดเร็วตามใจตนเอง โดยปราศจากการคิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วน เนื่องจากไม่ได้วางแผนการซื้อสินค้าของตนเองมาก่อน ซึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้งผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไม่สนใจว่าตนเองจะจ่ายไปมากน้อยเท่าไร

4.6 แบบเน้นราคา หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นอย่างมาก และมักจะเลือกซื้อสินค้านี้ราคาถูก หรือเป็นสินค้าที่มีการลดราคาโดยผู้บริโภคกลุ่มนี้มีเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปให้ได้มากที่สุด

4.7 แบบสับสน หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักจะสับสนกับตราสินค้าหรือร้านค้าที่มีให้เลือกมากมาย ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักไม่ค่อยมีความมั่นใจในตัวเอง และตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั้นๆ ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือร้านค้าต่างๆ เข้ามา มากจนเกินไป

4.8 แบบซื้อตามความเคยชิน หรือภักดีต่อตราสินค้า หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักจะซื้อสินค้าที่ห่อเดิมทุกครั้งจนเป็นนิสัย หรือเจาะจงซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น

สำหรับการประเมินหลังการบริโภค ชูชัย สมิทธิไกร (2553, น. 108-109) กล่าวว่า เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการการบริโภค โดยผู้บริโภคจะพิจารณาตัดสินใจว่าคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ได้ใช้นั้น มีความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคหรือไม่ หลังจากการประเมินแล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ มิได้เป็นผลมาจากประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์แต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นผลมาจากความคาดหวังของผู้บริโภคความคาดหวัง หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคได้กำหนดไว้ในใจก่อนที่จะซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ ว่าสินค้าหรือบริการนั้นๆ ควรจะให้ผลลัพธ์อะไรและอย่างไรแก่ผู้บริโภค โดยคาดหวังนี้เกิดจากประสบการณ์เดิม หรือจากการได้รับข้อมูลต่างๆ ผ่านการโฆษณา หรือการบอกเล่าจากผู้อื่น

สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งในแต่ละขั้นตอนนั้นต้องประกอบไปด้วยผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ทำให้นักการตลาดจำเป็นต้องกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นกับผลิตภัณฑ์ของตนเองและมีความภักดีในผลิตภัณฑ์ต่อไปด้วย

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ว่า คือกระบวนการทางสังคมและการบริหาร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภค โดยการสร้างกระบวนการและแลกเปลี่ยนกันระหว่างผลิตภัณฑ์กับมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และ McCarthy (1998) ได้กล่าวไว้ว่า การดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่เกิดจากการประกอบกันของกิจกรรมต่างๆ ผ่านทาง ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดจะประกอบด้วย 7 ส่วน หรือที่เรียกกันว่า 7Ps ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ แบบรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และต้องมีการพัฒนาหรือออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายนั้นจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ แต่ผลิตภัณฑ์จะต้องมีสรรพประโยชน์ และมีคุณค่าในสายตาของลูกค้า ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์ของโรงเรียน กวดวิชา คือ อาคารสถานที่ อุปกรณ์การเรียนการสอน ครูผู้สอน หลักสูตรและเนื้อหาวิชาการ เป็นต้น

2. ด้านราคา (Price) คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคา โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่ากับราคาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และจะส่งผลต่อปฏิกริยาของลูกค้าโดยตรง

เพราะปัจจัยนี้เป็นกลไกสำคัญที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ เช่น ค่าเรียนตลอดหลักสูตร เป็นต้น

3. ด้านสถานที่ (Place) คือ การเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการไปสู่ผู้บริโภค หรือก็คือช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นการเลือกช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น จะต้องเลือกนำเสนอช่องทางที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ในแง่ของโรงเรียนกวดวิชา สถานที่ก็คือสถานที่ตั้งของสถาบัน ดังนั้นจึงควรมีการพิจารณาถึงสถานที่ เวลา และความสะดวกของนักเรียนหรือผู้ใช้บริการ

4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) หรือด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นขั้นตอนการแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อนำเสนอข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค โดยจะช่วยชักจูงให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ตลอดจนจนเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ เช่น การโฆษณา การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

5. ด้านบุคลากร (People) ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด การบริการของพนักงานถือเป็นส่วนสำคัญในการประสบความสำเร็จของกิจการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า พนักงานต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถแก้ไขปัญหาได้

6. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้น โรงเรียนกวดวิชาควรจะมีการจัดทำผังกระบวนการให้บริการ เพื่อให้การออกแบบกระบวนการผลิตและนำเสนอบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น กระบวนการในการติดต่อประสานงานภายใน โดยมุ่งเน้นให้เกิดความพอใจสูงสุด

7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence) คือเป็นสิ่งที่ เป็นรูปธรรมที่ใช้เป็นเครื่องมือในการบ่งชี้ถึงคุณภาพ ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้ลูกค้าและพนักงานเกิดความพึงพอใจต่อสถาบันหรือบริการ และช่วยให้สถาบันสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ส่วน จะพบว่าเป็นองค์ประกอบทางการตลาดที่ถูกควบคุมโดยองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และถือเป็นตัวแปรที่เราสามารถควบคุมได้ โดยกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นถ้ามีการนำมาพัฒนาอย่างเหมาะสม ก็จะทำให้เกิดผลประโยชน์กับทางสถาบันกวดวิชา

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาที่คล้ายคลึงกัน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

2.2.1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาของแสงเดือน อินทร์ลือ (2551) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานศึกษาของนักเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยพิจารณาถึงหลักสูตรเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ของทรงกลด แสงผล (2552) นอกจากนี้ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ก็ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการ ในการเลือกสถาบันกวดวิชา โดยผลการศึกษาออกมาในทิศทางเดียวกัน คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงเนื้อหาหลักสูตร และเอกสารเป็นหลัก

2.2.1.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ของสาสนี คันธวะ (2550) พบว่าผู้เรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอย่างมาก โดยคำนึงถึง ราคาค่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่น ราคาค่าเรียนเหมาะสมที่น่าสนใจ และสามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาส สุพรรณดี (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายมีความเหมาะสม สามารถแบ่งชำระได้ และค่าเล่าเรียนมีการแจ้งอย่างชัดเจน

2.2.1.3 ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)

จากการศึกษาของวนิดา ธนากรกุล (2553) เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับการสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ ในด้านสถานที่มากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม สะอาด ปลอดภัย และการเลือก สถานที่ตั้งให้อยู่ในแหล่งชุมชน สามารถพบเห็นได้ง่ายและการเดินทางสะดวก โดยผู้ประกอบการเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ถือเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอบริการให้ลูกค้า ซึ่งจะต้องพิจารณาถึง การเข้าถึงได้ และความพร้อมที่จะให้บริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับสาละนิน คันธวะ (2550) ซึ่งศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดลำปาง พบว่าผู้เรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ในระดับที่มาก โดยพิจารณาที่ตั้ง ของโรงเรียนอยู่ใกล้กับที่พัก ง่าย และที่จอดรถสะดวก

2.2.1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาของสาละนิน คันธวะ (2550) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลใน การเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายมากที่สุด เช่น การลดราคาสำหรับสมาชิก แจกอุปกรณ์ การเรียน และด้านสื่อโฆษณา ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของเสาวลักษณ์ จงอักษร (2552) ที่ศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของผู้ปกครองนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา ซึ่งผล การศึกษาพบว่าผู้ปกครองให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

2.2.1.5 ปัจจัยด้านบุคคล (People)

จากการศึกษาของ จิตรา สูงแข็ง (2550) เกี่ยวกับความพึงพอใจของ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชา รัชดาวิทยาในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษา พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เลือกสถาบันกวดวิชาจากความน่าเชื่อถือของผู้สอน ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑาภรณ์ พูลบุญ (2551) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของโรงเรียนกวดวิชาที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเป็นอันดับ 1 โดยคำนึงถึงความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของครูผู้สอนเป็นสำคัญ และจากการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของ โรงเรียนกวดวิชา ของพิชัย สมส่งสวัสดิ์ (2552) ก็ให้ความสำคัญกับอาจารย์ผู้สอนเช่นเดียวกัน

2.2.1.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาตาม ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของพนตา คชกุล (2553) พบว่า

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอทางกายภาพมากที่สุด ซึ่งต่างกับ สาวิตรี ชัดินา (2553) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือก โรงเรียนให้บุตรหลานศึกษาต่อในระดับชั้นประถมศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง โดยคำนึงชื่อเสียงของ โรงเรียน และผลงานที่ผ่านมาของนักเรียนที่เรียนที่สถาบันนั้นๆ

2.2.1.7 ปัจจัยด้านลักษณะกระบวนการ (Process)

จากการศึกษาของพรสวรรค์ จงสุมามาลย์ (2546) เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนเอกชนที่จัดการศึกษานอกระบบ กรณีศึกษาโรงเรียนกวดวิชาศรีประเสริฐ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า หลักสูตรที่ใช้สอนในโรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาสาระการเรียนรู้ที่เหมาะสมสอดคล้องกับการเรียนรู้ที่ต้องการเสริมพิเศษทุกวิชา และการวัดผลประเมินผลในการทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน เป็นประโยชน์เหมาะสมกับการช่วยเหลือและพัฒนานักเรียนให้มีการเรียนรู้ที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับเพชร พร ขำเนียม (2551) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาและความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของผู้เรียนมากที่สุดคือ ด้านการจัดการการเรียนการสอน

2.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคล

2.2.2.1 เพศ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนครราชสีมา ของรุจิรา จันทร์แสง พบว่า ปัจจัยด้านเพศส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในระดับที่น้อย ซึ่งสอดคล้องกับอรุณ ทองสีสัน (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งขัดแย้งกับประภาภรณ์ เจริญกุล (2548) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาและความสำเร็จในการสอบเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา พบว่านักเรียนชายจะเรียนกวดวิชาว่านักเรียนหญิง

2.2.2.2 ระดับชั้นการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนครราชสีมา ของ รุจิรา จันทร์แสง (2552) พบว่านักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาว่านักเรียนในระดับชั้นอื่น ซึ่งสอดคล้องกับอรุณ ทองสีสัน (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ระดับชั้นการศึกษาส่งผลต่อการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา เช่นเดียวกัน

2.2.2.3 แผนการศึกษา

จากการศึกษาของไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2545) เกี่ยวกับการกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย จากการพิจารณาในเรื่องของความแตกต่างในการกวดวิชาพบว่า นักเรียนในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์เป็นนักเรียนที่มีการเรียนกวดวิชา มากกว่านักเรียนในแผนการเรียนอื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนราธิวาส ของรุจิรา จันทรแสง (2552) ซึ่งพบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่ในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ จะมีการเรียนกวดวิชา มากกว่านักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในแผนการเรียนอื่น และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

2.2.2.4 เกรดเฉลี่ย

จากการศึกษาของไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2545) เกี่ยวกับการกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนดีจะมีการกวดวิชา มากกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับกับสาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งพบว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ย 3.00-3.49 มีการเรียนกวดวิชา มากกว่าเด็กนักเรียนที่เกรดเฉลี่ย ช่วง 2.50-2.99 แต่จากการศึกษาของอรุณ ทองสีสัน (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่าปัจจัยด้านเกรดเฉลี่ยไม่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในขณะที่ประภาภรณ์ เจริญกุล (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาและความสำเร็จในการสอบเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา พบว่านักเรียนที่มีผลการเรียนในระดับต่ำจะเรียนกวดวิชา มากกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนดี

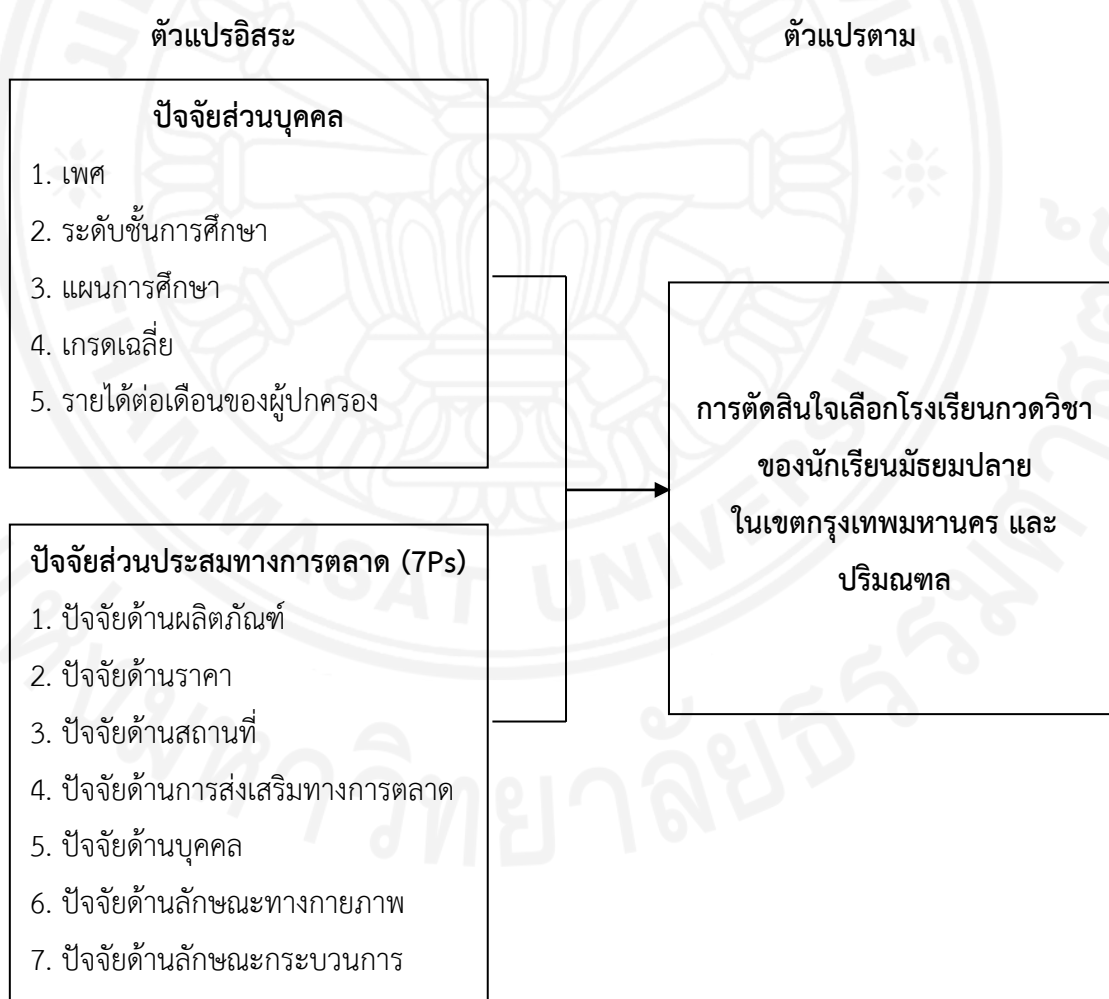
2.2.2.5 รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนราธิวาส ของรุจิรา จันทรแสง (2552) พบว่า รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในระดับที่น้อย ซึ่งสอดคล้องกับอรุณ ทองสีสัน (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในขณะที่จากการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาและความสำเร็จในการสอบเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของ

ประชากรณ์ เจริญกุล (2548) พบว่านักเรียนที่ผู้ปกครองมีรายได้ระดับ 20,001-30,000 บาท จะเรียน กวดวิชา มากกว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองมีรายได้ต่ำกว่า 20,001 บาท

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ข้างต้น ผู้วิจัย ได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของ งานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวด วิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินวิจัย

ในบทนี้จะเป็นส่วนของวิธีการดำเนินวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 การออกแบบงานวิจัย
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 สมมติฐานของงานวิจัย
- 3.4 การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.6 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.7 การประเมินความเสี่ยงและความตรงของข้อมูล
- 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

3.1 การออกแบบงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยปัจจัยที่ทำการศึกษา คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการหรือ 7Ps ซึ่งได้แก่

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ปัจจัยด้านราคา (Price)
3. ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)
5. ปัจจัยด้านบุคคล (People)
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)
7. ปัจจัยด้านลักษณะกระบวนการ (Process)

รวมถึงศึกษาว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านเพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method)

และใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป จากนั้นจึงทำการสรุปผลการวิจัยเพื่อนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตารางและการบรรยายประกอบ

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ จำแนกออกเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

3.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

3.2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

- (1) เพศ
- (2) ระดับชั้นการศึกษา
- (3) แผนการศึกษา
- (4) เกรดเฉลี่ย
- (5) รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง

3.2.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการหรือ 7Ps

- (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- (2) ปัจจัยด้านราคา (Price)
- (3) ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)
- (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)
- (5) ปัจจัยด้านบุคคล (People)
- (6) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)
- (7) ปัจจัยด้านลักษณะกระบวนการ (Process)

3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ได้แก่ การตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3 สมมติฐานของงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีสมมติฐานดังนี้

3.3.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านแผนการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

3.3.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านสถานที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.4 การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.4.1 ประชากรเป้าหมาย

สำหรับประชากรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มนักเรียนที่เคยเรียนโรงเรียนกวดวิชาและกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.4.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาจำนวน 535,695 คน (สถิติปี 2556) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane (1967) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เคยเรียนและกำลังเรียนอยู่ในโรงเรียนกวดวิชา ด้วยสมมติฐานที่กำหนดว่า ข้อมูลมีการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) และกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ซึ่งสามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

โดยที่

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากรที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชา

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

และเมื่อแทนค่าจากสูตรจะได้

$$\begin{aligned} n &= \frac{535,695}{1 + (535,695 \times (0.05)^2)} \\ &= 399.70 \end{aligned}$$

จากการคำนวณพบว่า ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม 400 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้ผลที่ได้มีความแม่นยำและผิดพลาดน้อย ผู้วิจัยจึงจัดทำแบบสอบถามเพิ่มขึ้นเป็น 452 ตัวอย่าง และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งก็คือกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เคยเรียนหรือกำลังเรียน อยู่ในโรงเรียนกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและปัจจัยหลักทั้ง 7 ปัจจัย ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม และคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษาที่เรียน ระดับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมถึงปัจจุบัน (GDP) รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง โรงเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ รู้จักโรงเรียนกวดวิชาได้อย่างไร รูปแบบที่เลือกเรียน วันและช่วงเวลา que เลือกเรียนกวดวิชา และโรงเรียนกวดวิชาที่กำลังเรียนหรือเคยเรียนล่าสุด โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านลักษณะกระบวนการ รวมถึงระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งคำถามในส่วนนี้มีลักษณะแบบสอบถามแบบปลายปิด โดยเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งเป็นสเกลที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในระดับสำคัญน้อยที่สุด จนถึงระดับมากที่สุด โดยแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับสำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น	1
ระดับสำคัญน้อย	ให้คะแนนเป็น	2
ระดับสำคัญปานกลาง	ให้คะแนนเป็น	3

ระดับสำคัญมาก ให้คะแนนเป็น 4

ระดับสำคัญมากที่สุด ให้คะแนนเป็น 5

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความเห็นหรืออิทธิพลในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น เป็นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{3} \\ &= 1.33 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยคำนวณค่าจากสูตรได้เกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล
1.00-2.33	มีอิทธิพลน้อย
2.34-3.67	มีอิทธิพลปานกลาง
3.68-5.00	มีอิทธิพลมาก

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด

3.6 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยนำแบบสอบถามไปดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และบนสังคมออนไลน์ เนื่องจากเป็นวิธีที่ทำให้ได้ตัวอย่างจำนวนมากในระยะเวลาจำกัด และประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2558

3.7 การประเมินความเสี่ยงและความตรงของข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้งานจริง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคำถามในแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากนั้นได้มีการทดลองใช้แบบสอบถามจำนวน 20 ชุด กับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เคยหรือกำลังเรียนในโรงเรียนกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อทดสอบความเข้าใจและนำข้อเสนอแนะต่างๆ มาปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ทำแบบสอบถามมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการตรวจสอบ และได้มีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา ก่อนจัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายเป็นขั้นตอนสุดท้าย

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.8.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สำหรับอธิบายลักษณะส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา โดยศึกษาและนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.8.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งจะใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สัมพันธ์กันให้เป็นองค์ประกอบเดียวกัน
2. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย
3. การวิเคราะห์ Independent-Sample T Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

4. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว

โดยเมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาลงรหัส และถ่ายถอดรหัสแบบสอบถามลงในแบบฟอร์มลงรหัส (Coding Form) เพื่อให้สามารถนำไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วนำผลที่ได้มาอภิปรายผลต่อไป



บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยปัจจัยที่ทำการศึกษา คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการหรือ 7Ps รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านเพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผล และวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และตัวแปรตาม
- 4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
 - 4.4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
 - 4.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับชั้นการศึกษา กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
 - 4.4.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง แผนการศึกษา กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
 - 4.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เกรดเฉลี่ย กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
 - 4.4.5 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย
 - 4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมตัวแปรอิสระโดยการใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)

4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นผู้ที่เคยเรียนในโรงเรียนกวดวิชาหรือกำลังเรียนในโรงเรียนกวดวิชาอยู่ โดยระยะเวลาในการรวบรวมแบบสอบถามประมาณ 1 เดือน (ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2558) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลและสามารถรวบรวมแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้ทั้งสิ้นจำนวน 452 ชุด โดยมีข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
1. เพศ		
ชาย	160	35.4%
หญิง	292	64.6%
	452	100%
2. ระดับชั้นการศึกษา		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	50	11.1%
มัธยมศึกษาปีที่ 5	152	33.6%
มัธยมศึกษาปีที่ 6	250	55.3%
	452	100%
3. แผนการศึกษา		
แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	101	22.4%
แผนการเรียนศิลป์-คำนวณ	251	55.5%
แผนการเรียนศิลป์-ภาษา	100	22.1%
	452	100%

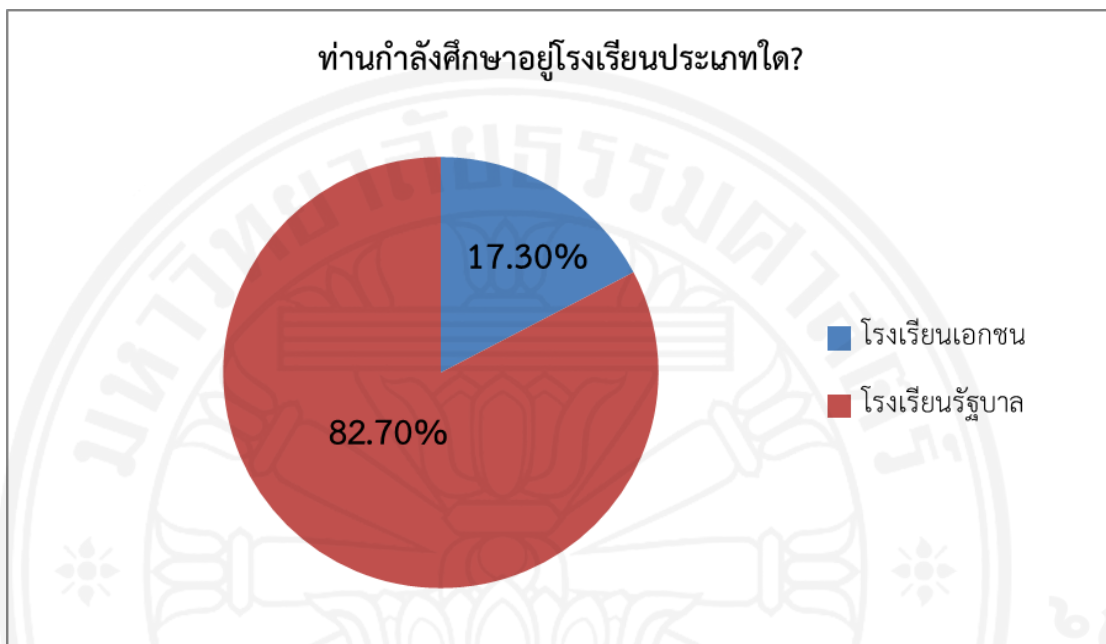
ตารางที่ 4.1

แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

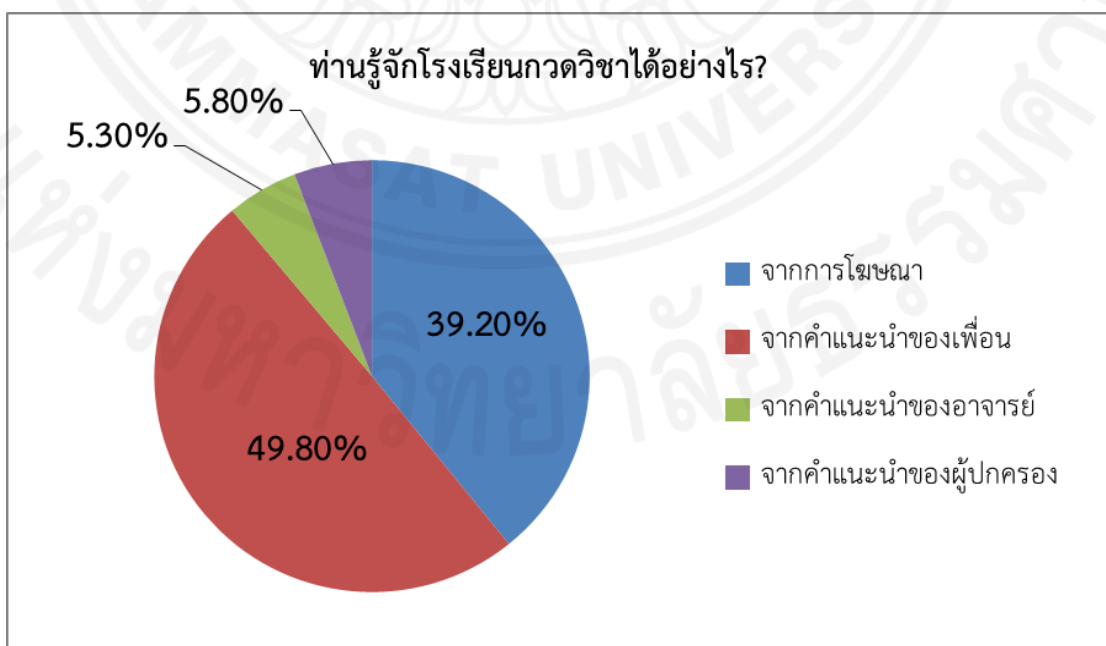
ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
4. เกรดเฉลี่ย		
เกรดเฉลี่ย 2.01-2.50	76	16.8%
เกรดเฉลี่ย 2.51-3.00	299	66.2%
เกรดเฉลี่ย 3.01-3.50	77	17%
	452	100%
5. รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง		
30,001-40,000 บาท	202	44.7%
40,001-50,000 บาท	148	32.7%
มากกว่า 50,000 บาท	102	22.6%
	452	100%

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งออกเป็นเพศชาย 35.4% และเพศหญิง 64.6% ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยคิดเป็น 55.3% ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในแผนการเรียนศิลป์-คำนวณ ซึ่งคิดเป็น 55.5% โดยมีระดับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ 2.51-3.00 เป็นส่วนใหญ่ หรือคิดเป็น 66.2% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และผู้ปกครองมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 30,001-40,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ หรือคิดเป็น 44.7% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

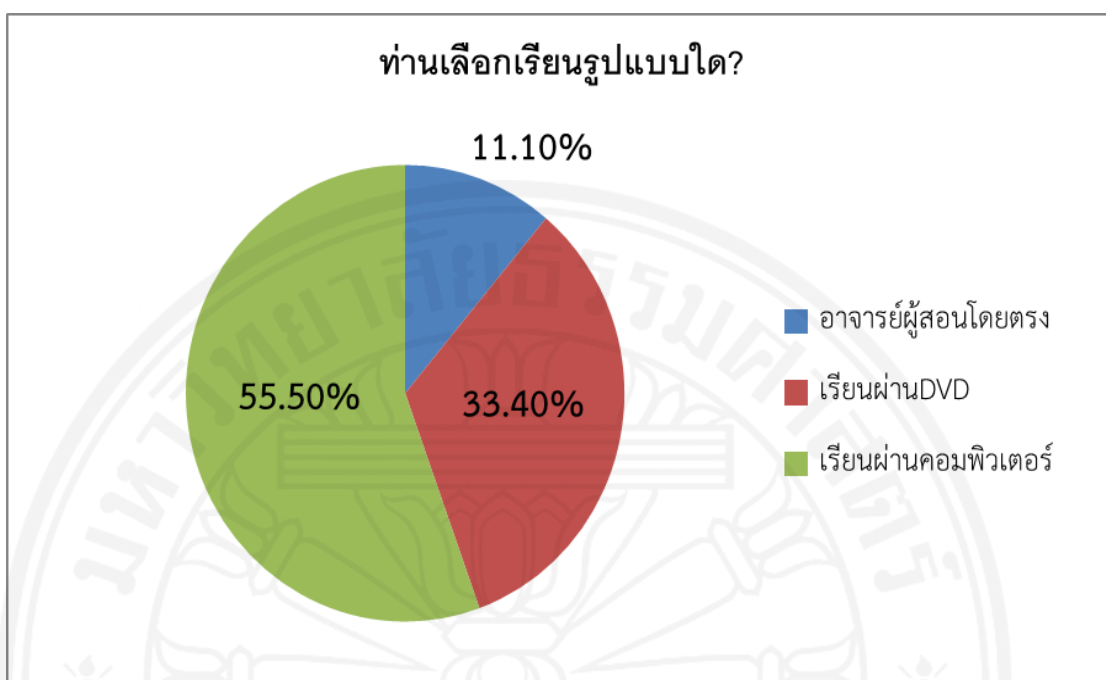
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม



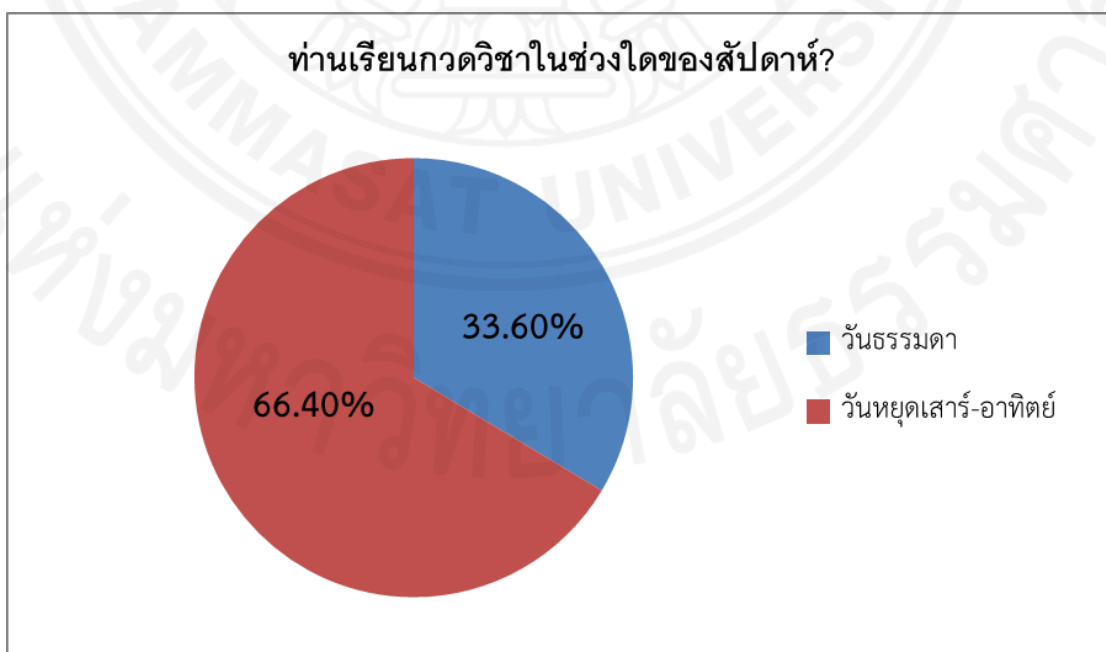
ภาพที่ 4.1 ประเภทโรงเรียนที่กำลังศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง



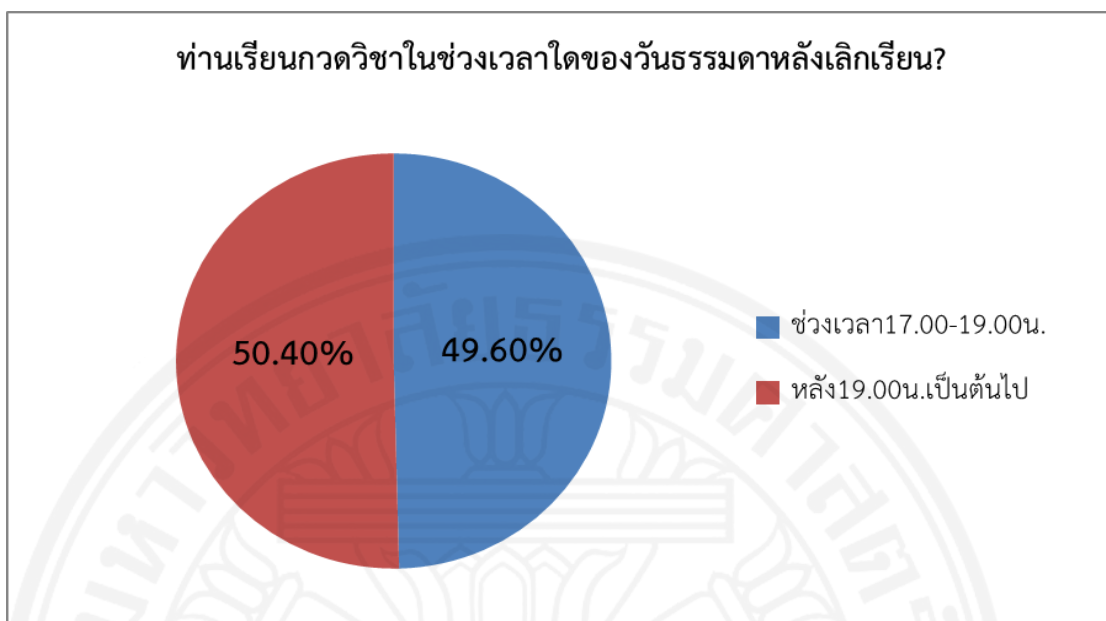
ภาพที่ 4.2 วิธีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโรงเรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง



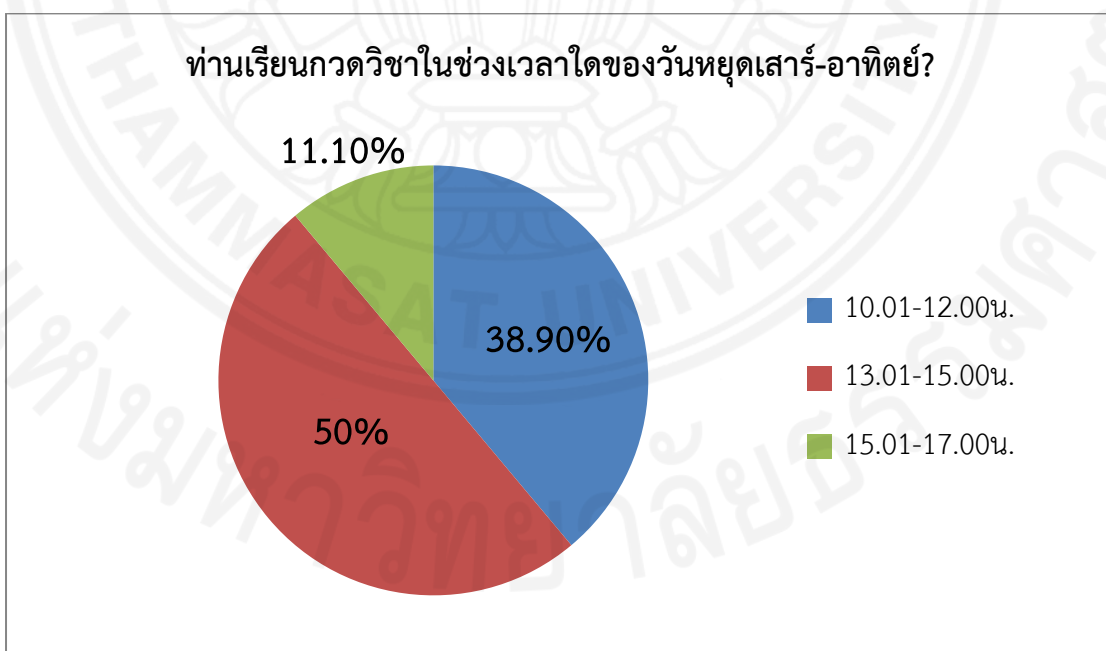
ภาพที่ 4.3 รูปแบบการเรียนการสอนที่เลือกเรียนของกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 4.4 ช่วงวันในสัปดาห์ที่เรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 4.5 ช่วงเวลาในวันธรรมดาที่เรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 4.6 ช่วงเวลาในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ที่เรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 4.1 - 4.6 สามารถสรุปพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างได้จากแบบสอบถาม ดังนี้
 ภาพที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาลจำนวน 374 คน หรือคิดเป็น 82.7% และกำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนเอกชนจำนวน 78 คน หรือคิดเป็น 17.30% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ภาพที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนกวดวิชาใน 4 วิธีด้วยกัน โดยกลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลจากคำแนะนำของเพื่อนมากที่สุด คิดเป็น 49.8% รองลงมาคือ รับรู้จากการโฆษณา ซึ่งคิดเป็น 39.2% ลำดับถัดไปคือ รับรู้จากคำแนะนำของผู้ปกครองและอาจารย์ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ 5.8% และ 5.3% ตามลำดับ

ภาพที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างเลือกรูปแบบการเรียนการสอน 3 รูปแบบด้วยกัน โดยรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ เลือกเรียนผ่านคอมพิวเตอร์สูงถึง 55.5% รองลงมาคือ เรียนผ่าน DVD ซึ่งคิดเป็น 33.4% และรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนน้อยที่สุด คือเรียนจากอาจารย์ผู้สอนโดยตรง ซึ่งคิดเป็น 11.1%

ภาพที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างเลือกช่วงวันในสัปดาห์ในการเรียนกวดวิชาเป็น 2 ช่วงด้วยกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะเรียนกวดวิชาในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุดถึง 66.6% และเลือกที่จะเรียนในวันธรรมดาคิดเป็น 33.4%

ภาพที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างเลือกช่วงเวลาเรียนกวดวิชาของวันธรรมดาหลังเลิกเรียนเป็น 2 ช่วงด้วยกัน คือช่วง 17.00-19.00 น. และช่วง 19.00 น. เป็นต้นไป ซึ่งได้รับความนิยมในระดับที่ใกล้เคียงกัน คือ 49.6% และ 50.4% ตามลำดับ

ภาพที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างเลือกช่วงเวลาเรียนกวดวิชาของวันเสาร์-อาทิตย์เป็น 3 ช่วงเวลาด้วยกัน โดยช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนมากที่สุดคือ ช่วง 13.01-15.00 น. ซึ่งคิดเป็น 50% รองลงมาคือช่วง 10.01-12.00 น. ซึ่งคิดเป็น 38.9% และช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนน้อยที่สุดคือ ช่วง 15.01-17.00 น. หรือคิดเป็น 11.1%

4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และตัวแปรตาม

ข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดสามารถสรุปคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ

Variables	Mean	Std. Deviation	การแปลค่า
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
หลักสูตรเนื้อหาโดดเด่น และมีเอกลักษณ์	4.34	0.633	เห็นด้วยมาก
เน้นการสรุปเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทบทวนบทเรียน และเทคนิคการทำข้อสอบ	3.92	0.743	เห็นด้วยมาก
มีเอกสาร ตำราเรียนน่าอ่าน เหมาะแก่การเรียนรู้	4.35	0.831	เห็นด้วยมาก
มีการใช้สื่อการสอนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.02	0.893	เห็นด้วยมาก
เปิดสอนเฉพาะวิชาหลักด้านใดด้านหนึ่งเพื่อสร้างจุดเด่นของตัวเอง	4.19	0.805	เห็นด้วยมาก
มีการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ	4.27	0.720	เห็นด้วยมาก
การจัดตารางเวลาและตารางเรียนที่มีความยืดหยุ่น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้มากขึ้น	4.32	0.791	เห็นด้วยมาก
ช่วยให้บรรลุเป้าหมายในการเรียน	3.85	0.813	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านราคา			
ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน	4.15	0.944	เห็นด้วยมาก
อัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่น	3.91	0.838	เห็นด้วยมาก
ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ	3.35	0.995	เห็นด้วยปานกลาง
ปัจจัยด้านสถานที่			
สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทาง	3.80	0.844	เห็นด้วยมาก
สถานที่เรียนมีบรรยากาศที่ดี สวยงาม สะอาด และเหมาะสมในการเรียนการสอน	4.29	0.713	เห็นด้วยมาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีร้านค้า มีร้านอาหาร	3.76	0.835	เห็นด้วยมาก
มีที่จอดรถเพียงพอ หรือมีที่นั่งรอรับส่งนักเรียน สะดวกสบาย	3.92	0.790	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

Variables	Mean	Std. Deviation	การแปลค่า
จำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด	3.75	0.858	เห็นด้วยมาก
มียามหรือระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ	3.92	0.823	เห็นด้วยมาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย	4.36	0.832	เห็นด้วยมาก
มีการประชาสัมพันธ์	4.35	0.831	เห็นด้วยมาก
มีการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่น่าสนใจ	4.27	0.894	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านบุคลากร			
ครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง	4.17	0.787	เห็นด้วยมาก
ครูผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.16	0.956	เห็นด้วยมาก
ครูผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ มีเทคนิคการสอน	4.12	0.943	เห็นด้วยมาก
ครูผู้สอนมีความเข้าใจเด็ก มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.04	0.671	เห็นด้วยมาก
เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วและเป็นมิตร	3.87	0.837	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ			
มีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย และหลากหลาย	3.81	0.771	เห็นด้วยมาก
มีการออกแบบหลักสูตรที่เป็นระบบ	3.80	0.823	เห็นด้วยมาก
มีการสอบวัดความรู้พื้นฐานก่อนเรียนที่ตรงตามความเป็นจริง	3.91	0.772	เห็นด้วยมาก
ความสะดวกในการสมัคร หรือชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง	4.37	0.732	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ			
โรงเรียนกวศวิชามีชื่อเสียง	4.50	0.668	เห็นด้วยมาก
มีความโดดเด่น แตกต่างจากสถาบันอื่น	4.45	0.705	เห็นด้วยมาก
มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน	4.43	0.775	เห็นด้วยมาก
มีเว็บไซต์ของสถาบันกวศวิษาที่ออกแบบสวย	4.41	0.737	เห็นด้วยมาก
ผลงานที่ผ่านมา ได้แก่ จำนวนนักเรียนที่สอบผ่านเข้ามหาวิทยาลัย มีความน่าเชื่อถือ	4.40	0.699	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยอิสระที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด 5 อันดับแรกโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ในแง่ของโรงเรียนกวดวิชา มีชื่อเสียง มีความโดดเด่น แตกต่างจากสถาบันอื่น มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน มีเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาที่ออกแบบสวย และมีเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาที่ออกแบบสวย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเป็น 4.50 4.45 4.45 4.43 และ 4.4 ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยอิสระที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุด 5 อันดับสุดท้ายประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องของไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านสถานที่ ในส่วนของจำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ซึ่งใกล้เคียงกับเรื่องของมีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ลำดับถัดไปคือปัจจัยด้านสถานที่ ในเรื่องสถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทาง และปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องของการออกแบบหลักสูตร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.80

ตารางที่ 4.3

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรตาม

Variables	Mean	Std. Deviation	การแปลค่า
ถ้าให้ตัดสินใจใหม่ ท่านจะเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาที่ท่านกำลังประเมินนี้อีกหรือไม่ มากน้อยเพียงใด	4.18	.732	มีอิทธิพลมาก

ตัวแปรตามในงานวิจัยครั้งนี้คือ การตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตามข้อมูลจากตาราง ที่ 4.3 พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเรียนโรงเรียนกวดวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัยได้ศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของ เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง ว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมีดังนี้

4.4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.5 และสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4

แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
ชาย	160	4.11	0.766	0.543
หญิง	292	4.22	0.712	

จากการทดสอบเพศกับระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample T test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.543 ซึ่งมากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงสรุปว่า เพศชายและเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ว่าเพศชายเพศหญิงต่างให้ความสำคัญกับเรื่องการศึกษาไม่แตกต่างกัน ดังนั้น เพศจึงไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนราธิวาส ของรุจิรา จันทร์แสง(2552) และอรุณ ทองสีสัน (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยผลการวิจัย

พบว่าปัจจัยด้านเพศส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในระดับที่น้อย

4.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับชั้นการศึกษา กับ การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.5 และสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5

แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ระดับชั้นการศึกษา	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
มัธยมศึกษาปีที่4	50	4.04	0.755	0.332
มัธยมศึกษาปีที่5	152	4.17	0.744	
มัธยมศึกษาปีที่6	250	4.21	0.720	

จากการทดสอบระดับชั้นการศึกษากับระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample T test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.332 ซึ่งมากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงสรุปว่า ระดับชั้นการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ไม่ว่าจะศึกษาอยู่ในระดับชั้นใด ต่างก็ให้ความสำคัญกับเรื่องการศึกษาไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ระดับชั้นการศึกษาจึงไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของอรุณ ทองสีสัน (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่พบว่า ระดับชั้นการศึกษาส่งผลต่อการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา และก็ยังขัดแย้งกับงานวิจัยของรุจิรา จันทร์แสง (2552) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนราธิวาส ซึ่งพบว่านักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาว่ามากกว่านักเรียนในระดับชั้นอื่น

4.4.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง แผนการศึกษา กับ การตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.5 และสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านแผนการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6

แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามแผนการศึกษา

แผนการศึกษา	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	101	4.08	0.757	0.181
แผนการเรียนศิลป์-คำนวณ	251	4.23	0.717	
แผนการเรียนศิลป์-ภาษา	100	4.14	0.739	

จากการทดสอบแผนการศึกษากับระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample T test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.181 ซึ่งมากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงสรุปว่า แผนการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ไม่ว่าจะศึกษาอยู่ในแผนการเรียนใด ต่างก็ให้ความสำคัญกับเรื่องการศึกษาไม่แตกต่างกัน ดังนั้น แผนการศึกษาจึงไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของไพฑูริย์ สีนลาร์ตัน (2545) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย ซึ่งพบว่า นักเรียนในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์เป็นนักเรียนที่มีการเรียนกวดวิชามากกว่านักเรียนในแผนการเรียนอื่น และไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนราธิวาส ของรุจิรา จันท์แสง (2552) ซึ่งพบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่ในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ จะมีการเรียนกวดวิชามากกว่านักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในแผนการเรียนอื่นเช่นกัน

4.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เกรดเฉลี่ย กับ การตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.5 และสมมติฐานที่ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจ
เลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7

แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ย	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
เกรดเฉลี่ย 2.01-2.50	76	4.12	0.765	0.246
เกรดเฉลี่ย 2.51-3.00	299	4.22	0.716	
เกรดเฉลี่ย 3.01-3.50	77	4.08	0.757	

จากการทดสอบเกรดเฉลี่ยกับระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาด้วยการ
วิเคราะห์ Independent-Sample T test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.246 ซึ่งมากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น
จึงสรุปว่า เกรดเฉลี่ยของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวด
วิชาโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ไม่ว่าผลการเรียนจะอยู่ในระดับ
ใด ต่างก็ให้ความสำคัญกับเรื่องการศึกษาไม่แตกต่างกัน ดังนั้น เกรดเฉลี่ยจึงไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอรุณ ทองสีสัน (2553) ที่
ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า
ปัจจัยด้านเกรดเฉลี่ยไม่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

4.4.5 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง กับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.5 และสมมติฐานที่ 5 ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ต่างกัน

ตารางที่ 4.8

แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง

รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
30,001-40,000 บาท	202	4.14	0.756	0.407
40,001-50,000 บาท	148	4.24	0.686	
มากกว่า 50,000 บาท	102	4.15	0.75	

จากการทดสอบรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองกับระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample T test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.407 ซึ่งมากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงสรุปว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีระดับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ไม่ว่ารายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจะมากหรือน้อยต่างก็ให้ความสำคัญกับเรื่องการศึกษาไม่แตกต่างกัน ดังนั้น รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองจึงไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนราธิวาส ของรุจิรา จันทร์แสง (2552) และอรุณ ทองสีสัน (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งพบว่า รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในระดับที่น้อย

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย

จากการออกแบบแบบสอบถาม โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดปัจจัยทางการตลาดได้ 7 ปัจจัย ซึ่งหลังจากการเก็บรวบรวม และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความเหมาะสมของปัจจัยและตัววัดเหล่านั้นอีกครั้งก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป เพื่อให้ได้ ข้อมูลที่เหมาะสมและเกิดความถูกต้องของผลการวิเคราะห์มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของปัจจัย และตัววัดเบื้องต้นนั้นอาจมีความสัมพันธ์กันเอง หรือมีแนวโน้มของข้อมูลไปในทางเดียวกัน ซึ่งสามารถนำมารวมกันและกำหนดเป็นปัจจัยใหม่ที่มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมตัวแปรอิสระโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่างๆ ทั้ง 34 ตัวแปร ซึ่งเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัววัดต่างๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีตัววัดหลายคู่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ความสัมพันธ์ดังกล่าวมีผลต่อการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำตัววัดเหล่านั้นไป ทำ การวิเคราะห์และสกัดปัจจัยต่อไป โดยการวิเคราะห์ปัจจัยอันดับจะใช้สถิติทดสอบในการวิเคราะห์ คือ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's Test of Sphericity ในการทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระที่จะทำการสกัดปัจจัยหรือไม่

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ซึ่งถ้าค่า KMO มีค่ามาก (เข้าสู่ค่า 1) แสดงว่าสามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยในการแบ่งกลุ่มตัวแปรได้ แต่ถ้าค่า KMO มีค่าน้อย (เข้าสู่ค่า 0) แสดงว่าไม่สมควรนำเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยมาใช้ ส่วนในการทดสอบแบบ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งใช้ในการทดสอบค่าสหสัมพันธ์โดยรวมของตัวแปรย่อยที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมจะต้องมีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด โดยการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 และได้ตั้งสมมุติฐานคือ H_0 : ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และ H_1 : ตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

ตารางที่ 4.9

*KMO และ Bartlett's Test***KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.888
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	14614.534
	df
	496
	Sig.
	0.000

จากตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 32 ตัวแปร พบว่า มีค่า KMO เท่ากับ 0.888 แสดงว่า สามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์ ปัจจัยในการแบ่งกลุ่มตัวแปรได้ และเมื่อทำการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ชุดข้อมูลดังกล่าวให้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จึงปฏิเสธ H_0 นั้น หมายความว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งจากผลวิเคราะห์สถิติทดสอบทั้งสองวิธีข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรต่างๆ ดังกล่าวมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย

4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)

จากการทดสอบข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ขั้นตอนต่อมาคือ การสกัดปัจจัย (Extraction) ซึ่งเป็นการหาและกำหนดปัจจัยที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์หาสมการถดถอยเชิงเส้น โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีสกัดปัจจัยแบบ Principal Component Analysis (PCA) และใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax โดยใช้เกณฑ์ในการตัดสินจำนวนปัจจัยที่เหมาะสมจากการพิจารณาค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่า Factor Loading ของตัววัดในปัจจัยต้องไม่น้อยกว่า 0.3 รวมทั้งตัววัดแต่ละตัว ต้องไม่มีค่า Factor Loading สูงใกล้เคียงกันในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย

เมื่อวิเคราะห์ค่าสถิติสำหรับแต่ละปัจจัยทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยโดยวิธี PCA พบค่าของ Initial Eigenvalues มีตัวแปรอิสระต่างๆ ทั้งสิ้น 32 ตัวแปร สามารถจัดเป็นกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ทั้งหมด 5 กลุ่มปัจจัย และมีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรที่มีค่า Factor Loading ต่ำกว่า 0.5 ทำให้ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มปัจจัยได้ ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของมีการใช้สื่อการสอนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และปัจจัยด้านสถาน ในแง่ของสถานที่เรียนมีบรรยากาศที่ดี สวยงาม สะอาด และเหมาะสมในการเรียนการสอน

จากการจัดกลุ่มข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดชื่อกลุ่มปัจจัยจากการจัดกลุ่มตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย พร้อมทั้งได้จัดทำตารางเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงกลุ่มปัจจัยเดิมจาก

การทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย ตามตารางที่ 4.10 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
(1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	(1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
1. หลักสูตรเนื้อหาโดดเด่น และมีเอกลักษณ์	1. หลักสูตรเนื้อหาโดดเด่น และมีเอกลักษณ์
2. เน้นการสรุปเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทบทวนบทเรียน และเทคนิคการทำข้อสอบ	2. เปิดสอนเฉพาะวิชาหลักด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อสร้างจุดเด่นของตัวเอง
3. มีเอกสาร ตำราเรียนน่าอ่าน เหมาะแก่การเรียนรู้	3. มีเอกสาร ตำราเรียนน่าอ่าน เหมาะแก่การเรียนรู้
4. มีการใช้สื่อการสอนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย	
5. เปิดสอนเฉพาะวิชาหลักด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อสร้างจุดเด่น	
6. มีการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ	
7. การจัดตารางเวลาและตารางเรียนที่มีความยืดหยุ่นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้มากขึ้น	
8. ช่วยให้บริการอุปถัมภ์ในการเรียน	
(2) ปัจจัยด้านราคา	(2) ปัจจัยด้านราคาและสถานที่
1. ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน	1. มีการแจ้งค่าใช้จ่าย ค่าเล่าเรียนที่ชัดเจน
2. อัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่น	2. ช่วยให้บริการอุปถัมภ์ในการเรียน
3. มีการแจ้งค่าใช้จ่าย ค่าเล่าเรียนที่ชัดเจน	3. ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน
	4. สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ในแหล่งชุมชน

ตารางที่ 4.10

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
	5. เน้นการสรุปเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทบทวนบทเรียน และเทคนิคการทำข้อสอบ
	6. อัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่น
(3) ปัจจัยด้านสถานที่	(3) ปัจจัยด้านความสะดวก
1. สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกต่อการเดินทาง	1. มีที่จอดรถเพียงพอ หรือมีที่นั่งรอรับส่งนักเรียนสะดวกสบาย
2. สถานที่เรียนมีบรรยากาศที่ดี สวยงาม สะอาด และเหมาะสมในการเรียนการสอน	2. จำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีร้านค้า มีร้านอาหาร	3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีร้านค้า มีร้านอาหาร
4. มีที่จอดรถเพียงพอ หรือมีที่นั่งรอรับส่งนักเรียนสะดวกสบาย	4. มียามหรือระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ
5. จำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด	
6. มียามหรือระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ	
(4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	(4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา เว็บไซต์	1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา เว็บไซต์
2. มีการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดบรรยายพิเศษ การเข้าเป็นอาจารย์พิเศษตามสถานศึกษา การแนะนำผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จ ที่น่าสนใจที่น่าสนใจ	2. มีการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดบรรยายพิเศษ การเข้าเป็นอาจารย์พิเศษตามสถานศึกษา การแนะนำผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จ ที่น่าสนใจ
3. มีการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น เรียนซ้ำโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ถ้าไม่เข้าใจ หรือการรับประกันผลการเรียน เป็นต้น	3. มีการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น เรียนซ้ำโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ถ้าไม่เข้าใจ หรือการรับประกันผลการเรียน เป็นต้น

ตารางที่ 4.10

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
	4. มีความโดดเด่น แตกต่างจากสถาบันอื่น
	5. ความสะดวกในการสมัคร หรือชำระค่าเรียน ได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต หรือ ธนาคาร
	6. โรงเรียนกวดวิชามีชื่อเสียง
	7. ครูผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ มีเทคนิคการสอน
	8. ผลงานที่ผ่านมา ได้แก่ จำนวนนักเรียนที่ สอบผ่านเข้ามหาวิทยาลัย มีความน่าเชื่อถือ
	9. การจัดการเวลาและตารางเรียนที่มีความยืดหยุ่นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียน ได้มากขึ้น
	10. ครูผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก
	11. มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน
	12. มีเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาที่ออกแบบสวยงาม
	13. มีการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ
(5) ปัจจัยด้านบุคลากร	(5) ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ
1. ครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง	1. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วและเป็นมิตร
2. ครูผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	2. มีการออกแบบหลักสูตรที่เป็นระบบ
3. ครูผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ มีเทคนิคการสอน	3. มีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย และหลากหลาย
4. ครูผู้สอนมีความเข้าใจเด็ก มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4. มีการสอบวัดความรู้พื้นฐานก่อนเรียนที่ตรงตามความเป็นจริง

ตารางที่ 4.10

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
5. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วและเป็นมิตร	5. ครูผู้สอนมีความเข้าใจเด็ก มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
	6. ครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง
(6) ปัจจัยด้านกระบวนการ	
1. มีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย และหลากหลาย	
2. มีการออกแบบหลักสูตรที่เป็นระบบ	
3. มีการสอบวัดความรู้พื้นฐานก่อนเรียนที่ตรงตามความเป็นจริง	
4. ความสะดวกในการสมัคร หรือชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต หรือธนาคาร	
(7) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	
1. โรงเรียนกวดวิชามีชื่อเสียง	
2. มีความโดดเด่น แตกต่างจากสถาบันอื่น	
3. มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน	
4. มีเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาที่ออกแบบสวย	
5. ผลงานที่ผ่านมา ได้แก่ จำนวนนักเรียนที่สอบผ่านเข้ามหาวิทยาลัย มีความน่าเชื่อถือ	

จากการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้ได้ปัจจัยใหม่จำนวน 5 ปัจจัยข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีการปรับเปลี่ยนสมมติฐานงานวิจัย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้สอดคล้องกับผลที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านด้านราคาและสถานที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านความสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียน มัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis)

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยปัจจัยที่ได้จากการจัดกลุ่มจากการวิเคราะห์ปัจจัย

Factor Score (คะแนนของแต่ละปัจจัย) ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและคะแนนของ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำมา วิเคราะห์หาสมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อสร้างสมการหาความสัมพันธ์ ระหว่างการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลของกลุ่มตัวอย่าง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของ กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลที่ได้รับจากการวิเคราะห์การถดถอยดังกล่าวจะสามารถบอกได้ว่าปัจจัยใดบ้างที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญ

ผู้วิจัยได้นำกลุ่มปัจจัยทั้งหมดที่คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 7 ปัจจัย ไปทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม เพื่อดูว่า ตัวแปรอิสระไม่ได้มีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ทั้ง 7 ปัจจัย ที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัย ไม่มีปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ

ในส่วนของการวิเคราะห์การถดถอยแบบ Multiple Regression เพื่อหาความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

ตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วจำนวน 452 ชุด และกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 นำตัวแปรเข้าสมการโดยวิธี All Enter เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโดยพิจารณาค่า Sig. เปรียบเทียบกับค่า α 0.05 ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.11

ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.385	.378	.578

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ค่าประสิทธิภาพในการทำนาย (R Square) สูงสุด คือ 0.385 หมายความว่า ตัวแปรทั้ง 5 ตัว สามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ตัวแปรตาม) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 38.5 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 61.5เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ

ตารางที่ 4.12

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบ (ANOVA)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	93.054	5	18.611	55.788	.000 ^b
Residual	148.786	446	.334		
Total	241.841	451			

การวิเคราะห์ผลจากตารางที่ 4.12 มีการตั้งสมมุติฐาน คือ

H_0 : ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้

H_1 : ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้

จากการทดสอบที่กำหนดระดับนัยสำคัญ α 0.05 นั้น ผลจากการทดสอบตามตารางที่ 4.12 ได้ ค่า Sig. เป็น 0.000 ซึ่งน้อยกว่า α ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 นั่นคือ ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอน ปลายได้

ตารางที่ 4.13

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.177	.027		153.751	0.000
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์	.313	.027	.428	11.526	.000
ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ	.090	.027	.123	3.313	.001
ปัจจัยด้านราคาและสถานที่	.200	.027	.273	7.350	.000
ปัจจัยด้านความสะดวก	.167	.027	.228	6.139	.000
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	.179	.027	.245	6.589	.000

จากตารางที่ 4.13 เมื่อพิจารณาค่า Sig. สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

และปริมาตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (T-Test ของปัจจัยที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05) มีจำนวน 5 ปัจจัย และจากผลของการวิเคราะห์แต่ละตัวแปรจะได้ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ถ้าตัวแปรอิสระตัวใดมีค่า Beta Coefficient สูง แสดงว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นส่งผลต่อตัวแปรตามมาก ซึ่งผลจากการวิเคราะห์สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านราคาและสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความสะดวก และปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถตอบสมมุติฐานของงานวิจัยได้ตามแต่ละสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 9 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ทั้งในแง่ของหลักสูตรเนื้อหาที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์ เปิดสอนเฉพาะวิชาหลักด้านใดด้านหนึ่ง และมีเอกสาร ตำราเรียนน่าอ่าน เหมาะแก่การเรียนรู้อันสอดคล้องกับการศึกษาของแสงเดือน อินทร์ลือ (2551) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานศึกษาของนักเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จากผลการศึกษาพบว่านักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยพิจารณาถึงหลักสูตรเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ของทรงกลด แสงผล (2552) นอกจากนี้ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ก็ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการ ในการเลือกสถาบันกวดวิชา โดยผลการศึกษาออกมาในทิศทางเดียวกัน คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงเนื้อหาหลักสูตร และเอกสารเป็นหลัก

สมมุติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านราคาและสถานที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 8 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าราคาและสถานที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ทั้งในแง่ของการแจ้งค่าใช้จ่าย ค่าเล่าเรียนที่ชัดเจน ช่วยให้บรรลุเป้าหมายในการเรียน ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน สถานที่ตั้ง

ของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ในแหล่งชุมชน เน้นการสรุปเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทบทวนบทเรียน และเทคนิค การทำข้อสอบ และอัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่น ซึ่งสอดคล้องกับสาละวิน คันธวะ (2550) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขต อำเภอมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งพบว่าผู้เรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอย่างมาก โดย คำนึงถึง ราคาค่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่น ราคาค่าเรียนเหมาะสมที่น่าสนใจ และสามารถผ่อนชำระค่าเรียน เป็นงวดได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประภาส สุพรรณดิ (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา ในด้านของค่าใช้จ่ายมีความ เหมาะสม สามารถแบ่งชำระได้ และค่าเล่าเรียนมีการแจ้งอย่างชัดเจน

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านความสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 9 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าความสะดวก ส่งผลเชิงบวกต่อการ ตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ทั้งในแง่ของการมีที่จอดรถเพียงพอ หรือมีที่ นั่งรอรับส่งนักเรียนสะดวกสบาย จำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมียาม หรือระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวนิดา ธนากรกุล (2553) ใน เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านสถานที่มากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม สะอาด ปลอดภัย และการเลือกสถานที่ตั้งให้อยู่ในแหล่งชุมชน สามารถพบเห็นได้ง่ายและการ เดินทางสะดวก โดยผู้ประกอบการเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ถือเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอ บริการให้ลูกค้า และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ สาละวิน คันธวะ (2550) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มี อิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอมือง จังหวัด ลำปาง ซึ่งพบว่าผู้เรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ในระดับที่มาก โดยพิจารณาที่ตั้งของ โรงเรียนอยู่ใกล้กับที่พัก หาง่าย และที่จอดรถสะดวก

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ทั้งในเรื่องการโฆษณา ผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย มีการประชาสัมพันธ์ มีการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่น่าสนใจ มีความ

โดดเด่น แตกต่างจากสถาบันอื่น ความสะดวกในการสมัคร หรือชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง โรงเรียนกวดวิชามีชื่อเสียง

ครูผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ มีเทคนิคการสอน ผลงานที่ผ่านมา การจัดตารางเวลา และตารางเรียนที่มีความยืดหยุ่น ครูผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน มีเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาที่ออกแบบสวย และมีการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งพบว่าผู้เรียนให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายมากที่สุด เช่น การลดราคาสำหรับสมาชิก แจกอุปกรณ์การเรียน และด้านสื่อโฆษณา และไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของพณตา คชกุล (2553) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอทางกายภาพมากที่สุด

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 7 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าบุคลากรและกระบวนการส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ทั้งในเรื่องของเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วและเป็นมิตรมีการออกแบบหลักสูตรที่เป็นระบบ มีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย และหลากหลาย มีการสอบวัดความรู้พื้นฐานก่อนเรียนที่ตรงตามความเป็นจริง ครูผู้สอนมีความเข้าใจเด็ก มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตรา สูงแข็ง (2550) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชารัชดาวิทยาในกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เลือกสถาบันกวดวิชาจากความน่าเชื่อถือของผู้สอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑาภรณ์ พูลบุญ (2551) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเป็นอันดับ 1 โดยคำนึงถึงความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของครูผู้สอนเป็นสำคัญ และจากการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของโรงเรียนกวดวิชาของพิชัย สมส่งสวัสดิ์ (2552) ก็ให้ความสำคัญกับอาจารย์ผู้สอนเช่นเดียวกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการแข่งขันในเรื่องการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาที่ค่อนข้างรุนแรงในปัจจุบัน และระบบการศึกษาที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้เด็กนักเรียนมีแนวโน้มที่จะเรียนในโรงเรียนกวดวิชาเพิ่มมากขึ้น โรงเรียนกวดวิชาจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อการแข่งขันเช่นเดียวกัน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่การแข่งขันค่อนข้างรุนแรง ดังจะเห็นได้จากจำนวนของโรงเรียนกวดวิชาที่เพิ่มขึ้นทุกปี และมูลค่าของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งทำให้เด็กนักเรียนมีตัวเลือกมากขึ้น ดังนั้นโรงเรียนกวดวิชาจึงต้องเร่งปรับตัวในสถานการณ์ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำรงอยู่ได้ จากสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนนี้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์การทำวิจัยเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ และวางแผนการดำเนินงาน รวมถึงสำหรับการใช้ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการ ซึ่งกลุ่มประชากรที่จะศึกษาครั้งนี้เป็นกลุ่มนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยได้นำปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7Ps) ตามทฤษฎีของ Kotler มาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และได้ออกแบบวิธีการวิจัย ดำเนินการวิจัย และวิเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้

ผู้วิจัยเลือกแจกแบบสอบถามให้เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยเรียนในโรงเรียนกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยระยะเวลาในการรวบรวมแบบสอบถามประมาณ 1 เดือน (ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2558) ซึ่งผู้วิจัยสามารถรวบรวมแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งสิ้นจำนวน 452 ชุด จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลวิจัย พร้อมทั้งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งออกเป็นเพศชาย 35.4% และเพศหญิง 64.6% ตามลำดับ ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยคิดเป็น 55.3% และศึกษาในแผนการเรียนศิลป์-คำนวณมากที่สุดที่ 55.5% โดยนักเรียนส่วนใหญ่มีระดับ

ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมถึงปัจจุบัน(GDP) อยู่ในช่วง 2.51-3.00 ซึ่งคิดเป็น 66.2% และรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองส่วนใหญ่อยู่ที่ 30,001- 40,000บาท หรือคิดเป็น 44.7%

5.1.2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับพฤติกรรมต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากกลุ่มตัวอย่าง โดยสรุป พบว่า กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาในโรงเรียนรัฐบาล คิดเป็น 82.7% และโรงเรียนเอกชน คิดเป็น 17.3% โดยกลุ่มตัวอย่างรู้จักโรงเรียนกวดวิชาจากข้อมูลข่าวสาร 4 ช่องทางด้วยกัน คือ รับรู้ข่าวสารจากคำแนะนำของเพื่อนมากที่สุด คิดเป็น 49.8% รองลงมา คือ รับรู้ข่าวสารจากการโฆษณา คิดเป็น 39.2% ถัดมาเป็นการรับรู้ข่าวสารจากคำแนะนำของผู้ปกครอง คิดเป็น 5.8% และรับรู้ข่าวสารจากคำแนะนำของอาจารย์คิดเป็น 5.3% ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเลือกรูปแบบการเรียนการสอนมากที่สุดตามลำดับ ดังนี้ โดยเลือกเรียนผ่านคอมพิวเตอร์ คิดเป็น 55.5% รองลงมาคือเรียนผ่าน DVD คิดเป็น 33.4% และสุดท้ายเลือกเรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง คิดเป็น 11.1% นอกจากนี้ช่วงเวลาในสัปดาห์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนมากที่สุด คือ ช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ คิดเป็น 66.4% และเลือกเรียนในช่วงวันธรรมดา คิดเป็น 33.6% โดยจำแนกเป็นช่วงเวลาในกลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนในวันธรรมดาก่อนเลิกเรียน ในช่วงหลังเวลา 19.00 น.เป็นต้นไป คิดเป็น 50.4% และช่วงเวลาในกลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนในวันธรรมดาก่อนเลิกเรียน ในช่วงเวลา 17.00-19.00 น. คิดเป็น 49.6% และจำแนกเป็นช่วงเวลาในกลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนในวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลาต่างๆ 3 ช่วง คือ เลือกเรียนในช่วงเวลา 13.01-15.00 น. มากที่สุด คิดเป็น 50% รองลงมา คือ เลือกเรียนในช่วงเวลา 10.01-12.00 น. คิดเป็น 38.9% และ เลือกเรียนในช่วงเวลา 15.01-17.00 น. น้อยที่สุด คิดเป็น 11.1% ตามลำดับ

5.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) จากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านราคาและสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความสะดวก และปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ ซึ่งสามารถอธิบายได้เพิ่มเติม ดังนี้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์ แสดงให้เห็นว่านักเรียนให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายต่างๆ ที่น่าสนใจ ความโดดเด่นที่แตกต่างจากสถาบันอื่น ความสะดวกในการสมัคร ชื่อเสียงของโรงเรียน ครูผู้สอนมีความรู้ความชำนาญและเป็นที่ยอมรับ มีเทคนิคการสอน ผลงานที่ผ่านมา การจัดตารางเรียนที่มีความ

ยืดหยุ่น มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย เว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาที่ออกแบบสวย และมีการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา และสถานที่ แสดงให้เห็นว่านักเรียนให้ความสำคัญกับการแจ้งค่าใช้จ่ายและค่าเล่าเรียนที่ชัดเจน ช่วยให้บรรลุปเป้าหมายในการเรียน ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ในแหล่งชุมชน เน้นการสรุปเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทบทวนบทเรียน และเทคนิคการทำข้อสอบ และอัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่น รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่านักเรียนให้ความสำคัญกับหลักสูตรเนื้อหาที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การเปิดสอนเฉพาะวิชาหลักด้านใดด้านหนึ่ง และมีเอกสารที่นำอ่าน เหมาะแก่การเรียนรู้อื่นๆ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านความสะดวก แสดงให้เห็นว่านักเรียนให้ความสำคัญกับการมีที่จอดรถเพียงพอ หรือมีที่นั่งรองรับส่งนักเรียน สะดวกสบายจำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมียามหรือระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ แสดงให้เห็นว่านักเรียนให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วและเป็นมิตร มีการออกแบบหลักสูตรที่เป็นระบบ มีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย และหลากหลาย มีการสอบวัดความรู้พื้นฐานก่อนเรียนที่ตรงตามความเป็นจริง ครูผู้สอนมีความเข้าใจเด็ก มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง

สำหรับการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยวิธี Independent-Samples T-Test และ One-Way ANOVA พิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในส่วนของ เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายแตกต่างกันหรือไม่ จากผลงานวิจัย พบว่า เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาวิจัยนี้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาได้

ผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะต่อโรงเรียนกวดวิชาตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์

ควรให้ความสำคัญกับการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของโรงเรียน ให้มีความทันสมัย เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มวัยรุ่น โดยอาจจะมีส่วนสำหรับทำการบ้าน มุมสำหรับนั่งเล่นระหว่างรอเรียน เป็นต้น

5.2.2 ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ

ควรให้ความสำคัญพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่มีอัธยาศัยดี คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ทั้งเด็กนักเรียนและผู้ปกครอง เช่น มีการติดตามนักเรียนที่ขาดเรียนบ่อย ครูผู้สอนก็ถือเป็นหัวใจสำคัญในการเรียนการสอน ควรให้ความสำคัญกันเองกับเด็กนักเรียน นอกจากนี้แล้วกระบวนการก็ถือเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน ควรมีการอำนวยความสะดวกสบายในขั้นตอนการสมัครเรียน เป็นต้น

5.2.3 ปัจจัยด้านราคาและสถานที่

ควรให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคากับคุณภาพการเรียนการสอนเป็นสิ่งสำคัญ และไม่ควรมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายแอบแฝงใดๆ เพิ่มอีก เช่น ค่าเอกสาร ค่าสื่อการเรียนการสอน ควรรวมอยู่ในค่าเล่าเรียนแล้ว และควรมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากมีโรงเรียนกวดวิชาเปิดใหม่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีการเรียนการสอนแบบตัวต่อตัวที่เป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้น และถือว่าเป็นคู่แข่งกับโรงเรียนกวดวิชาด้วยเช่นกัน ส่วนในเรื่องของสถานที่นั้นควรมีการจัดสถานที่ให้เหมาะกับการเรียนการสอน เช่น แสงสว่างที่เพียงพอ อากาศถ่ายเทสะดวก การจัดที่นั่งเรียนไม่แออัดจนเกินไป เป็นต้น

5.2.4 ปัจจัยด้านความสะดวก

ควรให้ความสำคัญกับการเดินทางของนักเรียนเป็นสิ่งสำคัญ โดยเปิดโรงเรียนกวดวิชาตามเส้นทางรถไฟฟ้า BTS หรือ BRT เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับเด็กนักเรียน หรือเปิดโรงเรียนกวดวิชาตามห้างสรรพสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของที่จอดรถ อีกทั้งผู้ปกครองจะได้มีกิจกรรมทำระหว่างรอรับเด็กนักเรียน นอกจากนี้เรื่องความปลอดภัยของสถานที่ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งไม่ควรละเลย ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด เช่น เข้าออกโรงเรียนกวดวิชาควรมีบัตรเพื่อป้องกันคนนอก มีกล้องวงจรปิดรอบบริเวณโรงเรียน เป็นต้น

5.2.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ควรให้ความสำคัญกับหลักสูตรเนื้อหาที่โดดเด่น และมีเอกสารประกอบการเรียนการสอนที่น่าอ่าน และปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ นอกเหนือจากเอกสารแล้ว ยังควรมีช่องทางอื่นให้นักเรียนได้ศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองนอกห้องเรียน เช่น มีช่องทางการติดต่อระหว่างนักเรียนกับครูผู้สอนเพื่อสอบถามข้อสงสัย เนื่องจากรูปแบบการเรียนในปัจจุบันเป็นแบบผ่านทางคอมพิวเตอร์เป็นส่วนใหญ่

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

เนื่องจากระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามค่อนข้างจำกัด คือประมาณ 1 เดือน (ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2558) จึงอาจทำให้ผลคลาดเคลื่อนในการนำไปอ้างอิงกับกลุ่มประชากรได้ เพราะกลุ่มประชากรไม่กระจายตัวเท่าที่ควร ส่วนใหญ่ผู้วิจัยจำเป็นต้องแจกแบบสอบถามโดยตรงกับเด็กนักเรียนตามโรงเรียนกวดวิชา ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาจทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่กระจายตัวเท่าที่ควร

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงควรอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยขยายขอบเขตไปยังต่างจังหวัด ซึ่งอาจพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่แตกต่างกันออกไป
3. ควรศึกษาเพิ่มเติมว่าปัจจัยใดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เนื่องจากเป็นการศึกษาที่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การแข่งขันกับคู่แข่งได้

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- มนวิกา ผดุงสิทธิ์ และคณะ. (2555). *การวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- วิจิต อุ๋อัน. (2550). *การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พรินท์แอมมี่ ประเทศไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และจิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. (2548). *หลักการตลาดเพื่อธุรกิจ (Principles of Marketing for Business)*. กรุงเทพฯ: เสริมมิตร.

บทความวารสาร

- สุนีย์ วรรณโกมล และ ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (กันยายน-ธันวาคม 2552). ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าระดับปริญญาตรี. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 19(3), 426-427

วิทยานิพนธ์ และงานค้นคว้าอิสระ

- จุฑาภรณ์ พูลบุญ. (2551). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, คณะบริหารธุรกิจ.
- ฉัตรชัย พานิชการ. (2554). *การตัดสินใจของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม.
- ทรงกลด แสงผล. (2552). *ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ.

- นิชากา ภาปัทมาสน์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, สาขาวิชาการประกอบการ.
- พจนตา คชกุล. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, คณะบริหารธุรกิจ.
- พรหมสร เดชากวินกุล. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- พัชรารณณ์ ภูบุญศรี. (2552). *ปัจจัยสำคัญในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา: กรณีศึกษา เขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, คณะบริหารธุรกิจ.
- เพชรพร ขำเนียน. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาและความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, คณะบริหารธุรกิจ.
- วนิดา ธนากรกุล. (2553). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะบริหารธุรกิจ.
- ศิริพร วงษ์นครินทร์. (2552). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดสมุทรปราการในการเลือกสถาบันกวดวิชา*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ.
- ศุภกานต์ แสงราชา. (2554). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย: การศึกษาในนักเรียนของโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษจังหวัดขอนแก่น*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, คณะเศรษฐศาสตร์.
- เสาวลักษณ์ จงอักษร. (2552). *ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของผู้ปกครองนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, คณะบริหารธุรกิจ.

- แสงเดือน อินทร์ลือ. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาของนักเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ.
- อรุณ จุติผล. (2551). *การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, คณะบริหารธุรกิจ.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ไทยพับลิก้า. (18 กรกฎาคม 2555). *ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ชี้ แนวโน้มธุรกิจกวดวิชาขยับได้ไม่หยุด ปัจจุบันมูลค่าทั้งระบบกว่า 7,000 ล้านบาท*. สืบค้นจาก <http://thaipublica.org/2012/07/eic-analyzes-trends-in-business-education/>
- ไทยพับลิก้า. (17 มีนาคม 2556). *“กวดวิชา”มาตรฐานการศึกษาไทย เรียน “เพื่อสอบ” หรือเรียน “เพื่อรู้”*. สืบค้นจาก <http://thaipublica.org/2015/05/tutor-5/>
- ไทยพับลิก้า. (13 พฤษภาคม 2558). *สำรวจ 9 โรงเรียนกวดวิชาดัง รายได้ขั้นต่ำเกือบ 20 ล้านบาทต่อเทอม*. สืบค้นจาก <http://thaipublica.org/2015/05/tutor-5/>
- ศูนย์วิจัยกสิการไทย. (23 สิงหาคม 2556). *ตลาดกวดวิชายังคงเติบโต: จับตา ทางเลือกกว้างขึ้นของนักเรียนและสินค้าตัวเข้ามหาวิทยาลัย เป็นปัจจัยท้าทาย* (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2395). สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=31682>
- MThai. *10 โรงเรียนกวดวิชายอดฮิต*. สืบค้นจาก <http://teen.mthai.com/education/57156.html>
- ThaiBanker. *ตลาดกวดวิชายังคงเติบโต: จับตา ทางเลือกกว้างขึ้นของนักเรียน และสินค้าตัวเข้ามหาวิทยาลัย เป็นปัจจัยท้าทาย*. สืบค้นจาก <http://thaibanker.com/index.php/104-management/economics/396-current-issue>

Books

- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis of Consumer Market and Buyer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. USA: Pearson Education.

McCarthy, E. J. (1998). *Applications in Basic Marketing*. Homewood: Irwin.

Yamane, T. (1976). *Elementary Sampling Theory*. USA: Prentice Hall.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก**แบบสอบถาม****เรื่อง: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล****คำชี้แจง**

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และความคิดเห็นต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษาและวิจัยในหัวข้อ “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”

2. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ ซึ่งการนำเสนอข้อมูลจะถูกนำเสนอในรูปของภาพรวม โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่ประการใด รวมถึงผลการวิจัยจะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้

โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ส่วนที่ 2: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ส่วนที่ 3: ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

นางสาวเหมือนฝัน ธัญญศรีชัย

ผู้ดำเนินงานวิจัย

คำถามคัดกรอง

ปัจจุบันท่านกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่

- ใช่ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ท่านกำลังเรียนหรือเคยเรียนในโรงเรียนกวดวิชาใช่หรือไม่

- ใช่ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย
 2. หญิง

2. ระดับชั้นการศึกษา

1. มัธยมศึกษาปีที่ 4
 2. มัธยมศึกษาปีที่ 5
 3. มัธยมศึกษาปีที่ 6

3. แผนการศึกษาที่เรียน

1. แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์
 2. แผนการเรียนศิลป์-คำนวณ
 3. แผนการเรียนศิลป์-ภาษา
 4. แผนการเรียนอื่นๆ ระบุ.....

4. ระดับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมถึงปัจจุบัน (GDP)

1. เกรดเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.00
 2. เกรดเฉลี่ย 2.01-2.50
 3. เกรดเฉลี่ย 2.51-3.00
 4. เกรดเฉลี่ย 3.01-3.50
 5. เกรดเฉลี่ย 3.51-4.00

5. รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง
- 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท
 - 2. 20,001-30,000 บาท
 - 3. 30,001-40,000 บาท
 - 4. 40,001-50,000 บาท
 - 5. มากกว่า 50,000 บาท
6. ท่านกำลังศึกษาอยู่โรงเรียน
- 1. โรงเรียนเอกชน โปรดระบุ.....
 - 2. โรงเรียนรัฐบาล โปรดระบุ.....
7. ท่านรู้จักโรงเรียนกวดวิชาได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- จากการโฆษณา
 - จากคำแนะนำของเพื่อน
 - จากคำแนะนำของอาจารย์
 - จากคำแนะนำของผู้ปกครอง
 - จากแหล่งอื่นๆ โปรดระบุ.....
8. รูปแบบที่เลือกเรียน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- จากอาจารย์ผู้สอนโดยตรง
 - เรียนผ่าน DVD
 - เรียนผ่านคอมพิวเตอร์
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....
9. ท่านเรียนเสริมหรือเลือกที่จะเรียนเสริมในโรงเรียนกวดวิชาในช่วงใดของสัปดาห์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- วันธรรมดา
 - วันหยุดเสาร์-อาทิตย์
10. ท่านเรียนเสริมหรือเลือกที่จะเรียนเสริมในโรงเรียนกวดวิชาในช่วงเวลาใดของวันธรรมดา หลังเลิกเรียน(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ก่อน 17.00 น.
 - ช่วงเวลา 17.00-19.00 น.
 - หลัง 19.00 น. เป็นต้นไป

11. วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 08.00-10.00 น.
 10.01-12.00 น.
 13.01-15.00 น.
 15.01-17.00 น.
 17.01-19.00 น.
 19.01 น. เป็นต้นไป

12. โรงเรียนกวดวิชาที่ท่านกำลังเรียนหรือเคยเรียนล่าสุดคือ โรงเรียน.....

(ในกรณีที่ไม่มีชื่อโรงเรียนให้ระบุสถานที่แทน)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ตอนปลาย

คำชี้แจง กรุณาประเมินโรงเรียนกวดวิชาที่ท่านกำลังเรียนหรือเคยเรียนล่าสุดที่ท่านเห็นด้วยกับ
ข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือเพียงช่องเดียวตาม
ความจริงของท่าน ตรงระดับความเห็น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก	ระดับความเห็น					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ประเมินไม่ได้
2.1 ด้านผลิตภัณฑ์						
2.1.1 หลักสูตรเนื้อหาโดดเด่น และมีเอกลักษณ์						
2.1.2 เน้นการสรุปเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทบทวน บทเรียน และเทคนิคการทำข้อสอบ						
2.1.3 มีเอกสาร ตำราเรียนน่าอ่าน เหมาะแก่ การเรียนรู้						
2.1.4 มีการใช้สื่อการสอนและเทคโนโลยีที่ ทันสมัย						
2.1.5 เปิดสอนเฉพาะวิชาหลักด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อสร้างจุดเด่นของตัวเอง						

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก	ระดับความเห็น					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ประเมินไม่ได้
2.1.6 มีการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ						
2.1.7 การจัดตารางเวลาและตารางเรียนที่มีความยืดหยุ่นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้มากขึ้น						
2.1.8 ช่วยให้ผู้บรรลุเป้าหมายในการเรียน						
2.2 ด้านราคา						
2.2.1 ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน						
2.2.2 อัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่น						
2.2.3 ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ						
2.3 ด้านสถานที่						
2.3.1 สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกต่อการเดินทาง						
2.3.2 สถานที่เรียนมีบรรยากาศที่ดี สวยงาม สะอาด และเหมาะสมในการเรียนการสอน						
2.3.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีร้านค้า มีร้านอาหาร						
2.3.4 มีที่จอดรถเพียงพอ หรือมีที่นั้งรอรับส่งนักเรียนสะดวกสบาย						
2.3.5 จำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด						
2.3.6 มียามหรือระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ						

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก	ระดับความเห็น					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ประเมินไม่ได้
2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย						
2.4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา เว็บไซต์						
2.4.2 มีการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดบรรยาย พิเศษ การเข้าเป็นอาจารย์พิเศษตามสถานศึกษา การแนะนำผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จ ที่น่าสนใจ						
2.4.3 มีการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น เรียนซ้ำโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ถ้าไม่เข้าใจ หรือการรับประกันผลการเรียน เป็นต้น						
2.5 ด้านบุคลากร						
2.5.1 ครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง						
2.5.2 ครูผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก						
2.5.3 ครูผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ มีเทคนิคการสอน						
2.5.4 ครูผู้สอนมีความเข้าใจเด็ก มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี						
2.5.5 เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วและเป็นมิตร						
2.6 ด้านกระบวนการ						
2.6.1 มีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย และหลากหลาย						
2.6.2 มีการออกแบบหลักสูตรที่เป็นระบบ						
2.6.3 มีการสอบวัดความรู้พื้นฐานก่อนเรียนที่ตรงตามความเป็นจริง						

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก	ระดับความเห็น					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ประเมินไม่ได้
2.6.4 ความสะดวกในการสมัคร หรือชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต หรือธนาคาร						
2.7 ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ						
2.7.1 โรงเรียนกวดวิชามีชื่อเสียง						
2.7.2 มีความโดดเด่น แตกต่างจากสถาบันอื่น						
2.7.3 มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน						
2.7.4 มีเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาที่ออกแบบสวย						
2.7.5 ผลงานที่ผ่านมา ได้แก่ จำนวนนักเรียนที่สอบผ่านเข้ามหาวิทยาลัย มีความน่าเชื่อถือ ถ้าให้ตัดสินใจได้ใหม่ ท่านจะเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาที่ท่านกำลังประเมินนี้อีกหรือไม่ มากน้อยเพียงใด						

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข หรือพัฒนาด้านการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนกวดวิชา

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

(จบแบบสอบถาม ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม)

ภาคผนวก ข

รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ตารางที่ ข.1

ค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยต่างๆ ที่สกัดได้จากการวิเคราะห์

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	14.047	43.898	43.898	14.047	43.898	43.898	9.211	28.784	28.784
2	4.665	14.578	58.476	4.665	14.578	58.476	4.559	14.248	43.032
3	1.874	5.858	64.334	1.874	5.858	64.334	3.497	10.927	53.959
4	1.310	4.093	68.426	1.310	4.093	68.426	3.059	9.558	63.517
5	1.175	3.673	72.099	1.175	3.673	72.099	2.746	8.582	72.099
6	.964	3.014	75.113						
7	.810	2.532	77.646						
8	.708	2.212	79.858						
9	.659	2.059	81.917						
10	.613	1.917	83.834						
11	.556	1.739	85.572						
12	.473	1.478	87.050						
13	.431	1.346	88.396						
14	.387	1.211	89.607						
15	.371	1.161	90.768						
16	.332	1.038	91.806						
17	.314	.982	92.788						
18	.289	.903	93.691						
19	.264	.825	94.515						
20	.249	.779	95.294						
21	.227	.709	96.004						
22	.201	.627	96.631						
23	.187	.584	97.215						
24	.172	.537	97.752						
25	.165	.514	98.266						
26	.127	.398	98.664						
27	.112	.350	99.015						
28	.091	.284	99.299						
29	.084	.262	99.561						
30	.054	.168	99.728						
31	.046	.145	99.873						
32	.041	.127	100.000						

ตารางที่ ข.2

ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบหลังหมุนแกนปัจจัย

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย	.912				
มีการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ	.888				
มีการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่น่าสนใจ	.845				
มีความโดดเด่น แตกต่างจากสถาบันอื่น	.841				
ความสะดวกในการสมัคร หรือชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ทาง อินเตอร์เน็ต หรือธนาคาร	.813				
โรงเรียนกวดวิชามีชื่อเสียง	.808				
ครูผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ มีเทคนิคการสอน	.761				
ผลงานที่ผ่านมา ได้แก่ จำนวนนักเรียนที่สอบผ่านเข้ามหาวิทยาลัย	.731				.362
มีความน่าเชื่อถือ					
การจัดตารางเวลาและตารางเรียนที่มีความยืดหยุ่นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือก เรียนได้มากขึ้น	.729				
ครูผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	.691		.373		
มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน	.685				.517
มีเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาที่ออกแบบสวย	.624				.550
มีการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของ กระทรวงศึกษาธิการ	.547				.400
เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วและเป็นมิตร		.819			
มีการออกแบบหลักสูตรที่เป็นระบบ		.809			
มีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย และหลากหลาย		.799			
มีการสอบวัดความรู้พื้นฐานก่อนเรียนที่ตรงตามความเป็นจริง		.780			
ครูผู้สอนมีความเข้าใจเด็ก มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	.470	.583			
ครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง	.453	.524	.398		
มีการแจ้งค่าใช้จ่าย ค่าเล่าเรียนที่ชัดเจน		.367	.761		
ช่วยให้บรรลุเป้าหมายในการเรียน		.394	.708		
ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน	.530		.604		
สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทาง		.539	.583		
เน้นการสรุปเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทบทวนบทเรียน และเทคนิคการทำข้อสอบ			.528		.419
อัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่น	.338		.477		
มีที่จอดรถเพียงพอ หรือมีที่จอดรถรับส่งนักเรียนสะดวกสบาย				.826	
จำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด			.342	.744	
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีร้านค้า มีร้านอาหาร			.358	.663	
มียามหรือระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ				.654	
หลักสูตรเนื้อหาโดดเด่น และมีเอกลักษณ์					.726
เปิดสอนเฉพาะวิชาหลักด้านใดด้านหนึ่งเพื่อสร้างจุดเด่นของตัวเอง	.341				.698
มีเอกสาร ตำราเรียนน่าอ่าน เหมาะแก่การเรียนรู้อ	.502				.525

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวเหมือนฝัน ฉัญญศรีชัย
วันเดือนปีเกิด	11 กรกฎาคม 2532
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2554: เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนและงบประมาณ ธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่
ประสบการณ์ทำงาน	2555-2557: เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนและงบประมาณ ธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่

