



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา
ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6
ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวสุตารัตน์ วุฒิมงคลพานิช

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา
ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6
ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวสุดารัตน์ วุฒิมงคลพานิช



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FACTORS AFFECTING CONSUMER CHOICE OF GRADE 7-12
TUTORIAL SCHOOLS IN BANGKOK

BY

MISS SUDARAT WOOTMONGCOLPANIT



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 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวสุดารัตน์ วุฒิมงคลพานิช

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียน
ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ ๒๒ ๘ S.A. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. นภดล ร่มโพธิ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิกา ผดุงสิทธิ์)

คณบดี


(รองศาสตราจารย์ ดร. พิภพ อุดร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุภารัตน์ วุฒิมงคลพานิช
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิกา ผดุงสิทธิ์
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน ภาวะการแข่งขันในด้านตลาดแรงงานสูงขึ้น การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ทำให้การเคลื่อนย้าย สินค้า บริการ การลงทุนและแรงงานเป็นไปอย่างเสรี และค่านิยมของสังคมไทยที่มีการส่งเสริมให้ศึกษาในมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียนที่มีชื่อเสียง ล้วนมีอิทธิพลต่อการวางแผนการศึกษาของเด็กไทย รวมถึงข้อมูลรายจ่ายผู้บริโภคด้านการศึกษาเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2558 และข้อมูลงานวิจัยที่กล่าวถึงแนวโน้มในอนาคตว่า การศึกษาจะเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจ ที่เติบโตเร็วที่สุดในปี พ.ศ. 2559-2573 ปัจจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวมามีอิทธิพลต่อการตระหนักในความสำคัญของการวางแผนการศึกษาของบุตรหลาน ส่งผลให้ธุรกิจเกี่ยวกับการเรียนเสริมความรู้ เช่น สถาบันกวดวิชาในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในตลอดระยะเวลาห้าปีที่ผ่านมา ซึ่งแสดงถึงความต้องการของนักเรียนที่มีเพิ่มขึ้น และโอกาสในการขยายธุรกิจด้านการศึกษาของสถาบันกวดวิชา นอกจากนี้เมื่อเทียบสัดส่วนจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชาในประเทศยังมีน้อยกว่าจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชาในประเทศแถบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จึงแสดงถึงสภาวะตลาดของธุรกิจสถาบันกวดวิชาที่ยังสามารถเติบโตได้อีกในอนาคต ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานครจึงอาจช่วยบอกลักษณะพฤติกรรมของนักเรียนและปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญ เพื่อตอบสนองรูปแบบการบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของนักเรียนได้และตอบโต้กับจุดประสงค์ของผู้เรียนกวดวิชาได้ดียิ่งขึ้น

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน คະแนนเฉลี่ยสะสม ระดับชั้นของนักเรียน อาชีพของบิดา และอาชีพของมารดา ที่มีผลต่อนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6

ในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร และเพื่อสำรวจลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในการเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานครเพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ ประกอบการตัดสินใจในแผนธุรกิจหรือแผนการตลาดให้สามารถตอบสนองต่อลักษณะความต้องการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในกรุงเทพมหานครอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านครูผู้สอน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงิน ในด้านปัจจัยประชากรศาสตร์พบว่า ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยสะสมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนักเรียนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.51-4.00 มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนจากสถาบันกวดวิชาสูงกว่านักเรียนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมน้อยกว่า 3.00

คำสำคัญ: สถาบันกวดวิชา, เรียนพิเศษ, การศึกษา

Independent Study Title	FACTORS AFFECTING CONSUMER CHOICE OF GRADE 7-12 TUTORIAL SCHOOLS IN BANGKOK
Author	Miss Sudarat Wootimongcolpanit
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	2016

ABSTRACT

Factors affecting customer choice of grade 7-12 tutorial schools in Bangkok were studied. 421 samples were all students from grades 7 to 12, with experience of Bangkok tutorial schools. Data was collected by online questionnaire from 8 October 2016 to 2 November 2016. The 7P's marketing mix - product, price, place, promotion, people, process and physical environment – was taken into account as an independent variable. Demographic factors such as gender, age, grade, parental occupation, and grade point average (GPA) were also considered.

Results were that teacher, product, price, process, accessibility to tutorial school and nearby facilities, physical environment, and parking area including different payment methods all influenced choice of school, in decreasing order of importance. Demographically, only GPA affected purchase decisions. Students with a GPA from 3.51 to 4.00 purchases tutorial programs more than those with GPAs lower than 3.00. These findings may help tutorial programs in Bangkok formulate marketing strategies better responding to consumer needs.

Keywords: Tutorial school, Education

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิภา ผดุงสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาและ ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัยนี้ รวมถึง รองศาสตราจารย์ ดร. นภดล ร่มโพธิ์ที่ ให้เกียรติ เป็นกรรมการในการสอบการค้นคว้าอิสระ และให้ข้อคำแนะนำเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ส่งผลให้งานวิจัยนี้มีความครบถ้วนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่ช่วยประสิทธิ์ ประสาทวิชาความรู้ในแต่ละด้านซึ่งผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย และขอขอบคุณผู้ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วน รวมถึงความช่วยเหลือและกำลังใจจากครอบครัวและเพื่อนๆทุกคน ส่งผลให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งกับธุรกิจ ด้านการศึกษา อาทิ ผู้เกี่ยวข้องในงานบริหารสถาบันการศึกษา และสถาบันกวดวิชา รวมถึงบุคคล อื่นๆที่นำข้อมูลไปใช้ อนึ่ง หากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นางสาวสุภารัตน์ วุฒิมงคลพานิช

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	7
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	7
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.5 นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.1.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	10
2.1.2.1 สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus = S)	10
2.1.2.2 ลักษณะโดยพื้นฐานของผู้บริโภค (Buyer's characteristic)	10
2.1.2.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process)	11
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดด้านประชากรศาสตร์	12

2.2.1 เพศ (Sex)	12
2.2.2 อายุ (Age)	12
2.2.3 รายได้ (Income)	12
2.2.4 การศึกษา (Education)	12
2.3 แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด (Service marketing mix หรือ 7Ps)	13
2.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (product)	13
2.3.2 ด้านราคา (price)	13
2.3.3 ด้านสถานที่ (place)	13
2.3.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (promotion)	13
2.3.5 ด้านบุคลากร (People)	14
2.3.6 ด้านกระบวนการ (Process)	14
2.3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)	14
2.4 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.4.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	14
2.4.1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	14
2.4.1.2 ปัจจัยด้านราคา	15
2.4.1.3 ปัจจัยด้านสถานที่	16
2.4.1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	17
2.4.1.5 ปัจจัยด้านบุคลากร	18
2.4.1.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	18
2.4.1.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ	19
2.4.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	20
2.4.2.1 ปัจจัยด้านเพศ	20
2.4.2.2 ปัจจัยด้านรายได้ของผู้ปกครอง	20
2.4.2.3 ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยสะสม	21
2.4.2.4 ปัจจัยด้านระดับชั้น	22
2.4.2.5 ปัจจัยด้านอาชีพของผู้ปกครอง	22
2.5 กรอบแนวคิดของงานวิจัย	23

	(7)
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	24
3.1 ลักษณะประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	24
3.1.1 ลักษณะประชากร	24
3.1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	24
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการทำวิจัย	25
3.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)	25
3.2.1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์	25
3.2.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	25
3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)	26
3.3 สมมติฐานในงานวิจัย	26
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	27
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	29
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	29
3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	29
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	31
4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
4.3 ค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	39
4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	45
4.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	45

4.4.2	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	47
4.4.3	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านคะแนนเฉลี่ยสะสมกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	48
4.4.4	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านระดับชั้นของนักเรียนกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	51
4.4.5	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของบิดาและอาชีพของมารดากับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	53
4.5	การวิเคราะห์ปัจจัย	56
4.5.1	การตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ปัจจัย	56
4.5.2	การกำหนดกลุ่มปัจจัย	57
4.6	การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นเพื่อใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	63
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	74
5.1	สรุปผลการวิจัย	74
5.1.1	ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	74
5.1.2	ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	74
5.1.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	75
5.1.3.1	ปัจจัยด้านครูผู้สอน	75
5.1.3.2	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	75

	(9)
5.1.3.3 ปัจจัยด้านราคา	76
5.1.3.4 ปัจจัยด้านกระบวนการ	76
5.1.3.5 ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและ สิ่งอำนวยความสะดวก	76
5.1.3.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	76
5.1.3.7 ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงิน	77
5.1.3.8 ด้านความแตกต่างของปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์	77
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ	77
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	79
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง	80
รายการอ้างอิง	81
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจาก สถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง ปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	84
ภาคผนวก ข รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS	93
ประวัติผู้เขียน	100

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
3.1	การกำหนดน้ำหนักคะแนนกับระดับความคิดเห็น	28
3.2	การกำหนดระดับความคิดเห็นกับค่าเฉลี่ยของระดับคะแนน	28
4.1	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.2	ค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรอิสระ	40
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 จากสถาบันกวดวิชา	44
4.4	ค่าสถิติการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามเพศ	46
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	47
4.6	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	48
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามคะแนนเฉลี่ยสะสม	49
4.8	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามคะแนนเฉลี่ยสะสม	49
4.9	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมแต่ละกลุ่มกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร	50
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามระดับชั้นของนักเรียน	51

- 4.11 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามระดับชั้นของนักเรียน 52
- 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามอาชีพของบิดา 54
- 4.13 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามอาชีพของบิดา 54
- 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามอาชีพของมารดา 54
- 4.15 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามอาชีพของมารดา 55
- 4.16 ค่า KMO และ Bartlett's Test of Sphericity 57
- 4.17 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย 58
- 4.18 ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary) 63
- 4.19 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของตัวแบบ (Anova) 64
- 4.20 ผลการวิเคราะห์เชิงพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร 65

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	2
1.2	3
1.3	4
1.4	5
1.5	5
1.6	6
2.1	12
2.2	23
4.1	35
4.2	35
4.3	36
4.4	36
4.5	37
4.6	37
4.7	38
4.8	39

บทที่ 1

บทนำ

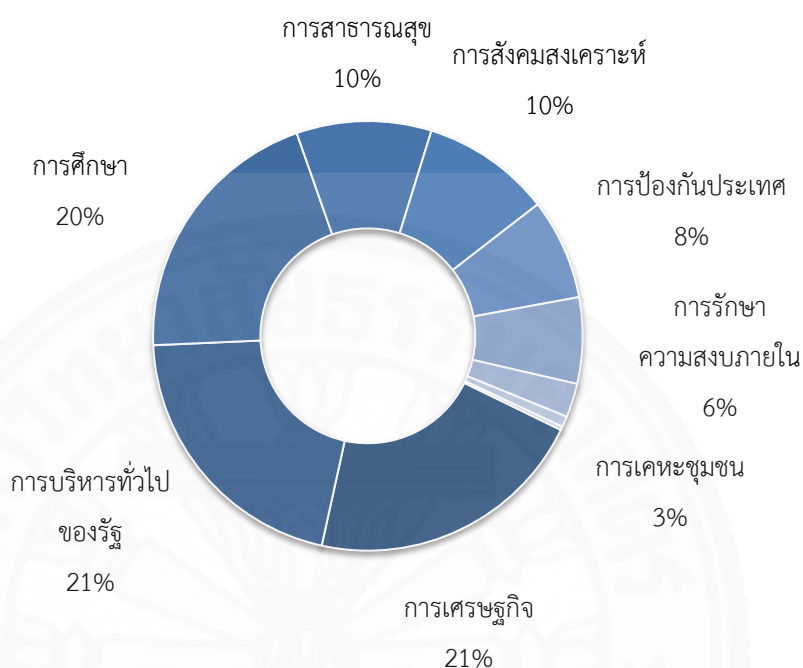
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากสิทธิและหน้าที่ทางการศึกษาในพระราชบัญญัติการศึกษาที่กล่าวว่า “บุคคลมีสิทธิและโอกาสเสมอกันในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่า 12 ปี ที่รัฐต้องจัดให้อย่างทั่วถึง และมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย” แสดงให้เห็นว่า มีการกำหนดเงื่อนไขเพื่อส่งเสริมให้ภาครัฐต้องบริหารจัดการให้ประชาชนในประเทศทุกคนได้รับการศึกษาตามสิทธิที่พึงได้ รวมถึงรัฐยังต้องสนับสนุนให้บิดา มารดา ชุมชน องค์กร และสถาบันต่างๆ ทางสังคมที่สนับสนุนหรือจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีสิทธิได้รับ สิทธิประโยชน์ตามควร เช่น ได้รับการสนับสนุนจากรัฐให้มีความรู้ความสามารถในการอบรมเลี้ยงดูและให้การศึกษาแก่บุตร หรือผู้ซึ่งอยู่ในความดูแล รวมทั้งเงินอุดหนุนสำหรับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน และได้รับการลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีสำหรับค่าใช้จ่ายการศึกษาอีกด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากนโยบายต่างๆ ของภาครัฐ เช่น แผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปีที่มุ่งหมายจะให้การศึกษาในระดับขั้นที่สูงขึ้นกับแรงงานเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน รวมถึงนโยบายอื่นๆ ที่ให้มีการปฏิรูปการศึกษาและการเรียนรู้ทั้งการศึกษาในระบบและการศึกษาทางเลือก ส่งเสริมการเรียนรู้ในทุกช่วงชีวิต มีการปรับเปลี่ยนการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนการศึกษาให้มีการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนที่ส่งผลกระทบต่อผู้เรียนให้เรียนต่อในระดับขั้นที่สูงมากขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาแก่ประชาชนคนไทยทุกคน

นโยบายเกี่ยวกับการศึกษาของภาครัฐฯ สอดคล้องกับจากการจัดสรรงบประมาณของรัฐบาล จากสถิติข้อมูลงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ดังภาพที่ 1.1 พบว่า งบประมาณรายจ่ายด้านการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 20.3 ของงบประมาณรายจ่ายทั้งประเทศ หรือ 552,911.6 ล้านบาท จากงบประมาณรายจ่ายรวมทั้ง 2,720,000 ล้านบาท

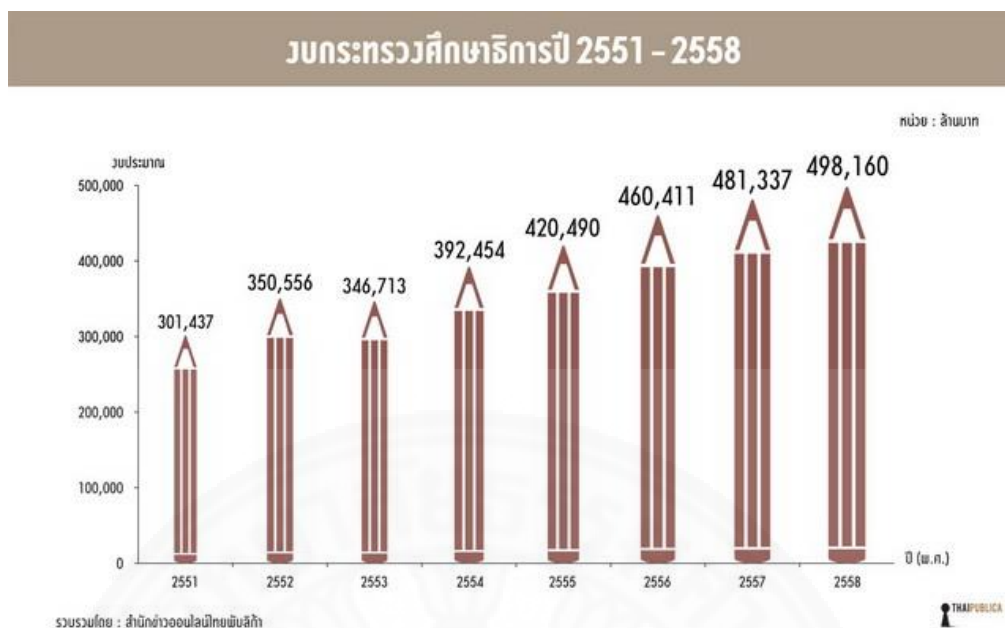
งบประมาณรายจ่ายจำแนกตามลักษณะงานประจำปีงบประมาณ

พ.ศ. 2559



ภาพที่ 1.1 งบประมาณรายจ่ายจำแนกตามลักษณะงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559
(ที่มา: สถิติข้อมูลงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559)

หากพิจารณาข้อมูลในอดีตพบว่า งบประมาณด้านการศึกษาของประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 จนถึง ปี พ.ศ. 2558 จึงอาจกล่าวได้ว่า ภาครัฐได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนด้านการศึกษามาโดยตลอด ดังข้อมูลในภาพที่ 1.2

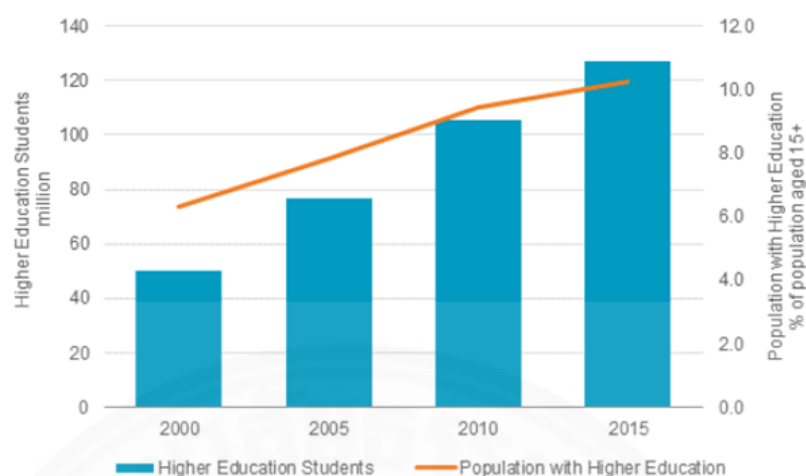


ภาพที่ 1.2 จบกระทรวงศึกษาธิการปี พ.ศ. 2551 - 2558

(ที่มา: Thairepublica, กรกฎาคม 2557)

นอกจากนโยบายรัฐที่สนับสนุนโอกาสทางการศึกษาที่ทำให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการศึกษาแล้ว ยังมีปัจจัยต่างๆ ที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้คนไทยเห็นความสำคัญกับการศึกษามากขึ้น ได้แก่ ภาวะการแข่งขันในด้านตลาดแรงงานสูงขึ้น จากข้อมูลใน Euromonitor (2016) พบว่าแรงงานที่ได้รับการศึกษาที่ดีกว่า จะช่วยยกระดับผลิตภาพแรงงานเพิ่มขึ้น โดยพบว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีผลิตภาพแรงงานมากกว่าพื้นที่อื่นๆ ในประเทศถึง 212% และจากที่กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่ประชากรได้รับการศึกษาที่ดีกว่าต่างจังหวัดนั้น จะส่งผลให้มีความแข็งแกร่งทางด้าน commerce ต่างจากจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทยที่เน้นการผลิตเป็นหลักอีกด้วย นอกจากนี้ การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ทำให้การเคลื่อนย้าย สินค้า บริการ การลงทุนและแรงงานเป็นไปอย่างเสรีนั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้ทั้งผู้ประกอบการและบุตรหลานล้วนตระหนัก ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการศึกษาเพื่อให้ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของตนเพื่อรองรับโอกาสและความท้าทายจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงหากพิจารณาจากข้อมูลดัง ภาพที่ 1.3 จะพบว่าในปี พ.ศ. 2555 ถึงปี พ.ศ. 2558 แนวโน้มการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในประเทศกลุ่ม Emerging market economies ซึ่งรวมถึงประเทศไทยพบว่า มีแนวโน้มที่คนให้ความสำคัญกับการศึกษาในระดับสูงมากยิ่งขึ้น

Higher Education Students and Population in EMEs: 2000-2015



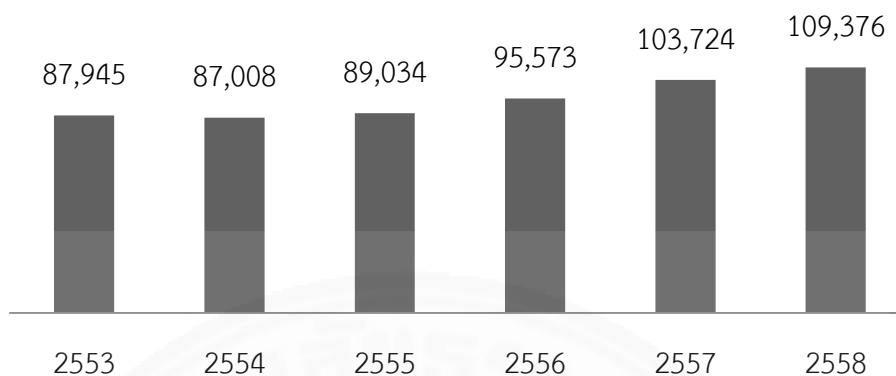
Note: Emerging market economies cover 25 key countries which include Argentina, Brazil, Chile, China, Colombia, Egypt, Hungary, India, Indonesia, Kazakhstan, Malaysia, Mexico, Morocco, Peru, Philippines, Poland, Romania, Russia, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey, the UAE, Ukraine, and Vietnam

ภาพที่ 1.3 จำนวนนักเรียนและประชากรที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้น ในกลุ่มประเทศ Emerging market economies ระหว่างปี พ.ศ. 2555-2558

(ที่มา: Euromonitor International, February 2016)

ปัจจัยดังที่กล่าวไว้ข้างต้นส่งผลให้ผู้ปกครองและนักเรียนเห็นความสำคัญของการเรียนในระบบการเรียนการสอนทั้งในห้องเรียนและให้ความสำคัญกับการศึกษาเพิ่มเติม นอกเหนือจากในห้องเรียนอีกด้วย โดยจะเห็นได้จาก ค่านิยมของผู้ปกครองและนักเรียนที่ให้ความสำคัญกับการเรียนในสถาบันกวดวิชา โดยให้เรียนกวดวิชาเพื่อเสริมความรู้ให้กับวิชาที่นักเรียนได้คะแนนน้อย เรียนเพื่อเพิ่มความสามารถให้นักเรียนในการสอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง รวมไปถึงการขาดความเชื่อมั่นในคุณภาพการศึกษาไทย ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้เกิดความนิยมเรียนเสริมทักษะด้านต่างๆ นอกเหนือจากการเรียนในระบบโดยจะเห็นได้จากรายจ่ายด้านการศึกษาของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นในภาพที่ 1.4 จากข้อมูลสถิติดังกล่าวประกอบกับ ระบบการศึกษาไทยที่ยังคงนิยมการวัดความสามารถนักเรียนจากผลจากคะแนนสอบเข้ามหาวิทยาลัยและโรงเรียนที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะการเน้นวัดผล การสอบเข้ามหาวิทยาลัยจากคะแนนสอบเข้าและผลการสอบในอดีต และวัฒนธรรมการศึกษาที่เน้นการวัดผลจากคะแนนสอบเป็นหลัก ทั้งในระดับ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับประสบการณ์ด้านต่างๆ ของนักศึกษา ซึ่งหากเปรียบเทียบกับประเทศแถบตะวันตกและเอเชียบางประเทศอย่างเกาหลีใต้ มาเลเซีย จะพบว่ามีการวัดผลในการคัดเลือกนักเรียนโดยนำประวัติการฝึกงาน การทำงานเป็นอาสาสมัครมาร่วมพิจารณาในการเข้าศึกษาต่อด้วยทำให้จำนวนสถาบันกวดวิชาและนักเรียนที่เรียนกวดวิชายังคงเพิ่มสูงขึ้น

รายจ่ายผู้บริโภคด้านการศึกษา

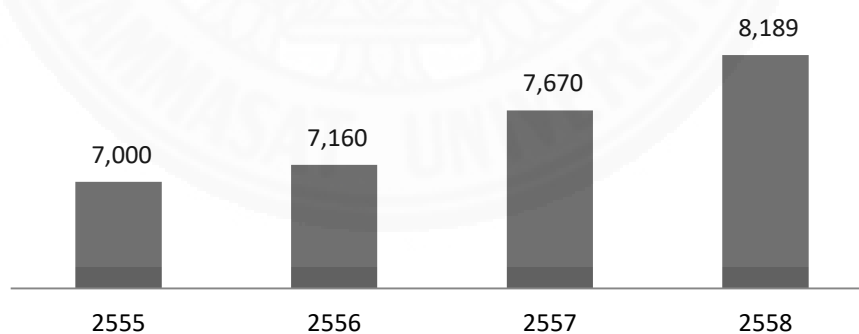


ภาพที่ 1.4 รายจ่ายผู้บริโภคด้านการศึกษา

(ที่มา: ดัดแปลงจากข้อมูลสถิติของ Euromonitor International, September 2016)

สถานการณ์ดังกล่าว สอดคล้องกับมูลค่าตลาดของสถาบันกวดวิชาที่เติบโตขึ้น ดังข้อมูลในภาพที่ 1.5 ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยประมาณการมูลค่าตลาดธุรกิจสถาบันกวดวิชาในปี พ.ศ. 2558 ไว้ที่ประมาณ 8,189 ล้านบาท ซึ่งเติบโตจากปี พ.ศ. 2557 ร้อยละ 6.8

มูลค่าตลาดโรงเรียนกวดวิชา (ล้านบาท)

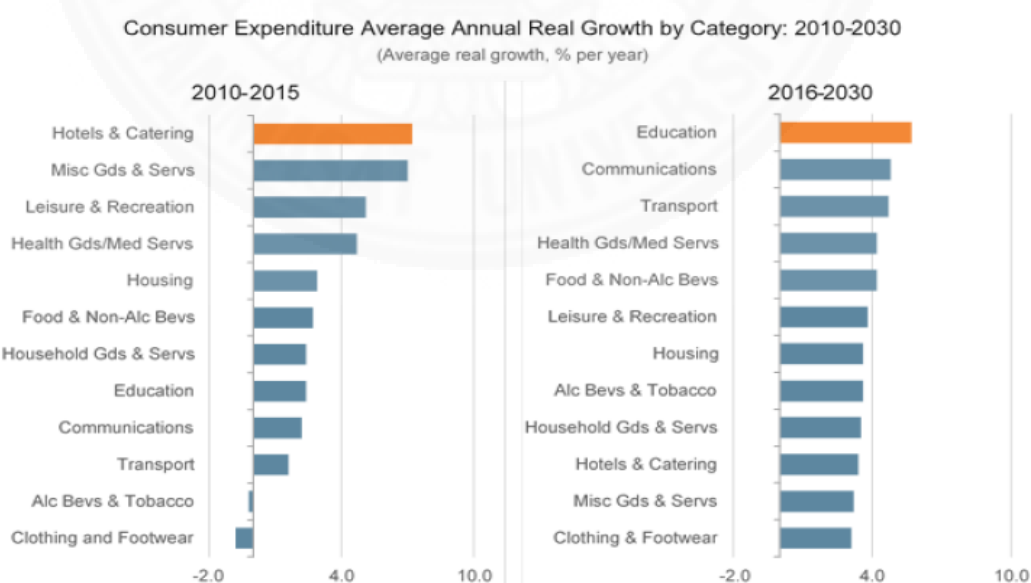


ภาพที่ 1.5 มูลค่าตลาดสถาบันกวดวิชา (ล้านบาท)

(ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, มีนาคม 2558)

จากข้อมูลข้างต้นแม้ว่าจำนวนของนักเรียนที่เรียนสถาบันกวดวิชาจะเพิ่มสูงขึ้น แต่สัดส่วนนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาทั่วประเทศที่เรียนเสริมทักษะจากสถาบันกวดวิชา

เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักเรียนที่มีอยู่ในระบบพบว่า สัดส่วนนักเรียนที่เรียนกวดวิชามีเพียงร้อยละ 14 เท่านั้น โดยที่สัดส่วนนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาที่เรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานครเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักเรียนทั้งหมดในกรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 55 ซึ่งหากเปรียบเทียบกับประเทศในแถบเอเชียด้วยกัน เช่น ประเทศเกาหลีใต้จะพบสัดส่วนนักเรียนกวดวิชาเทียบกับจำนวนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาทั้งคิดเป็นร้อยละ 74 ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 70 และ ประเทศสิงคโปร์กว่าร้อยละ 90 จึงแสดงให้เห็นว่า จำนวนสัดส่วนของนักเรียนที่เรียนกวดวิชาจะยังคงเพิ่มสูงขึ้นต่อไปได้ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2550 ถึงปี พ.ศ. 2556 ที่แสดงถึงอัตราการเติบโตของจำนวนสถาบันกวดวิชาจะพบว่าในกรุงเทพมหานครมีการขยายตัวของโรงเรียนกวดวิชา ร้อยละ 69 ต่างจังหวัดร้อยละ 139 ขณะเดียวกันจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานครมีการขยายตัวร้อยละ 42 ต่างจังหวัดร้อยละ 58 ประกอบกับข้อมูลดังภาพที่ 1.6 จาก Euromonitor (2016) ที่แสดงถึงแนวโน้มในปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2573 ว่า การศึกษาจะเป็นหนึ่งในกลุ่มที่เติบโตเร็วที่สุด เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนจากกลุ่มคนชั้นกลางที่มีอายุ 35-39 ปี ที่เป็นกลุ่มรายได้เฉลี่ยสูงสุดของประเทศเป็นแรงผลักดันให้ความต้องการในหมวดการศึกษาสูงขึ้นในอนาคต รวมถึงการเติบโตของกลุ่มชนชั้นกลางที่มีมากขึ้นจนถึงปี พ.ศ. 2573 จะทำให้ความต้องการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเพิ่มสูงขึ้น และมีการคาดการณ์ว่าการศึกษาจะเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายสูงที่สุดอันเนื่องมาจากการขยายตัวของกลุ่มชนชั้นกลางที่เป็นกลุ่มขับเคลื่อนความต้องการที่จะสนับสนุนให้มีการเข้าศึกษาในระดับชั้นที่สูงขึ้น รวมถึงการศึกษาในโรงเรียนนานาชาติ และคอร์สเรียนภาษาอีกด้วย



ภาพที่ 1.6 การเติบโตของรายจ่ายผู้บริโภครายกลุ่มปี พ.ศ. 2553-2573
(ที่มา: Euromonitor International, June 2016)

จากปัจจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสถาบันกวดวิชาในประเทศไทย ต่อการเรียนรู้ของนักเรียน และโอกาสในการขยายธุรกิจของธุรกิจสถาบันกวดวิชาทั้งที่มีอยู่ในปัจจุบัน และอนาคตอันใกล้ที่จะเข้ามามีบทบาทขยายธุรกิจด้านการศึกษา ซึ่งส่งเสริมให้ตลาดสถาบันกวดวิชา ยังคงเติบโต ส่งผลให้นักเรียนมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมของนอกเหนือจากเวลาเรียนปกติมากยิ่งขึ้น และเป็นอีกช่องทางที่รัฐสามารถจัดเก็บภาษีได้จากธุรกิจเหล่านี้เพิ่มขึ้นอีกด้วย ดังนั้น การศึกษาถึงปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร จึงอาจช่วยบ่งบอกลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้บริการว่าควรให้ความสำคัญกับสิ่งใด เพื่อตอบสนอง รูปแบบการบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของนักเรียนได้ เพื่อส่งเสริมให้สามารถตอบโจทย์กับ จุดประสงค์ของผู้เรียนกวดวิชาได้ดียิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อสำรวจลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในการเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่ใช้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้คือ ปัจจัยประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยคือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ที่เคยตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษด้วยตนเองจากสถาบันกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการสำรวจในรูปแบบของแบบสอบถามออนไลน์และเก็บข้อมูลออนไลน์ เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เรียน

กวตวิชากับสถาบันกวตวิชาเท่านั้น โดยมีระยะเวลาเก็บข้อมูลแบบสอบถามตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2559

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยคาดว่าผลงานวิจัยฉบับนี้ที่มุ่งเน้นทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวตวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร จะสามารถเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มบุคคลต่างๆ ดังนี้

1. สถาบันการศึกษาภาครัฐ ที่สนใจศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ที่ตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาบริการทางการศึกษาในโรงเรียนให้ตรงกับความต้องการของนักเรียน
2. สถาบันกวตวิชา ที่ต้องการวิเคราะห์หาปัจจัยที่จะส่งเสริมให้ธุรกิจของตนสามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ได้ และเพื่อนำไปปรับปรุงลักษณะการบริการที่สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนกวตวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6
3. บุคคลทั่วไปที่ต้องการลงทุนในธุรกิจด้านการศึกษาเพื่อนำข้อมูลมาศึกษาและประกอบการวิเคราะห์ เพื่อหาลักษณะความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ ทำให้ธุรกิจโรงเรียนกวตวิชาสามารถเติบโตและเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ของรัฐจากการจัดเก็บภาษีอีกด้วย

1.5 นิยามศัพท์

สถาบันกวตวิชา คือ สถาบันหรือโรงเรียนที่มีการจัดตั้งเพื่อสอนบางรายวิชาตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษา หรือหลักสูตรการศึกษานานาชาติ โดยมีลักษณะการสอนเป็นการเน้นย้ำเนื้อหาเดิม หรือ เนื้อหาใหม่แก่นักเรียน พร้อมทั้งอาจมีลักษณะการเรียนโดยใช้เทคนิคบางอย่างที่ทำให้นักเรียนสามารถจำและนำไปใช้ในการสอบได้ โดยมีลักษณะการเรียนเป็นแบบห้องเรียนทั้งกลุ่มใหญ่ กลุ่มเล็ก หรือเรียนตัวต่อตัว รูปแบบการสอนมีทั้งแบบเรียนกับครู วิดีโอ หรือเรียนผ่านช่องทางออนไลน์

มหาวิทยาลัยหรือโรงเรียนที่มีชื่อเสียง คือ สถาบันการศึกษาที่ผู้ปกครองและเด็กนักเรียนมีความต้องการจะศึกษาต่อ โดยมีความต้องการจาก ความมีชื่อเสียงของสถาบัน และค่านิยมของสังคมที่ให้การยอมรับ เช่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน เป็นต้น

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ไว้ดังหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดด้านประชากรศาสตร์
- 2.3 ทฤษฎีและแนวคิดด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
- 2.4 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler and Keller (2011) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาวิธีการต่างๆ ทั้งการซื้อและใช้จ่าย สินค้า บริการ แนวคิด หรือ ประสบการณ์ต่างๆ ในแต่ละบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กรต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานและความอยากได้สินค้าและบริการนั้น

Schiffman and Kanuk (1994) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกเมื่อทำการเลือกและซื้อสินค้าและบริการโดยใช้ทรัพยากรที่ผู้บริโภคมีทั้งด้านเวลาและความสามารถในการจ่าย เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานและความอยากได้สินค้าและบริการนั้น

Solomon et al. (1995) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคว่าเป็นกระบวนการในการคัดเลือก การซื้อ รวมถึงการใช้จ่ายสินค้าและบริการ ในแต่ละบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กรต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานและความอยากได้สินค้าและบริการนั้น

Stallworth (2008) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคว่าเป็นลักษณะพฤติกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการที่มีที่มาจากความต้องการทางใจและทางอารมณ์ รวมถึงการตอบสนองต่างๆ ออกมาทางพฤติกรรม

ดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคจึงอาจหมายถึง กระบวนการการตัดสินใจเลือกสิ่งที่ตรงกับความต้องการทั้งทางใจและทางอารมณ์ของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการผ่านกระบวนการเสาะหาสินค้า หรือบริการที่เหมาะสมกับตนเอง คัดเลือกโดยใช้วิธีการเปรียบเทียบ เลือกซื้อ และใช้จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้นๆ

2.1.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

การอธิบายลักษณะการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถใช้โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ของ Kotler (2012) เพื่อแสดงถึงกระบวนการในการเกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้จากพื้นฐานเรื่อง S-R theory ซึ่งเป็นทฤษฎีที่บ่งบอกถึงแรงจูงใจโดยพื้นฐานผ่านสิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) ลักษณะโดยพื้นฐานของผู้บริโภค (Buyer's characteristic) ซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อในท้ายที่สุด (Response) โดยอธิบายปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อลักษณะโดยพื้นฐานของผู้บริโภค (Buyer's characteristic) ดังนี้

2.1.2.1 สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus = S)

สิ่งกระตุ้นภายนอกที่เป็นสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกนึกคิดที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม สามารถแบ่งตามความสามารถของนักการตลาดในการควบคุมสิ่งกระตุ้นภายนอกนั้นซึ่งประกอบด้วย

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) คือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ นักการตลาดมักจะเข้ามาทำการเปลี่ยนแปลงปัจจัยเหล่านี้ให้ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค

2. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นระดับมหภาคเกิดจากปัจจัยภายนอกองค์กรที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี วัฒนธรรม และอื่นๆ

2.1.2.2 ลักษณะโดยพื้นฐานของผู้บริโภค (Buyer's characteristic)

ลักษณะโดยพื้นฐานของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน อาจมีสาเหตุมาจากปัจจัยด้านต่างๆ ที่หล่อหลอมให้เกิดความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกันในแต่ละคน ได้แก่ ปัจจัยวัฒนธรรม (Culture) ปัจจัยสังคม (Social) และ ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal)

นอกจากนี้ ปัจจัยที่เป็นตัวส่งเสริมปัจจัยข้างต้น คือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological) ที่ประกอบด้วย แรงกระตุ้น (Motivation) ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ผู้บริโภคสนใจซื้อสินค้าและบริการ การรับรู้ (Perception) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกที่แท้จริงของผู้บริโภคผ่านกระบวนการ คัดเลือก จัดระบบ และตีความข้อมูล การเรียนรู้ (Learning) ที่สามารถโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากประสบการณ์เดิม และ การจดจำ (Memory) ซึ่งแบ่งเป็นทั้งความทรงจำ

ระยะสั้น และระยะยาว ซึ่งข้อมูลและประสบการณ์ต่างๆที่ผ่านมาจะเป็นตัวส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิด brand associations กับสินค้าหรือบริการต่างๆได้

2.1.2.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process)

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค สามารถใช้ the five-stage model มาอธิบายกรอบหลักที่อ้างอิงถึงลักษณะการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนี้ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นครบทั้ง 5 ขั้นตอน อาจข้ามในบางขั้นตอนไป หรือไม่ได้เรียงลำดับตามขั้นตอนต่างๆ เหล่านี้

(1) การรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition)

กระบวนการซื้อเริ่มจากผู้ซื้อต้องรับรู้ปัญหาหรือความต้องการทั้งที่ถูกกระตุ้นจากตัวกระตุ้นภายในและภายนอก ซึ่งนักการตลาดจะทำการหาข้อมูลที่เป็นปัจจัยทำให้ผู้ซื้อถูกกระตุ้นเพื่อทำการกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดผู้บริโภค

(2) การค้นหาข้อมูล (Information Search)

ผู้บริโภคจะทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากช่องทางข่าวสารต่างๆทั้งจากช่องทางการพูดคุยกับบุคคล เช่น คนในครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน ช่องทางการค้า เช่น โฆษณา เว็บไซต์ พนักงานขาย ช่องทางสาธารณะ เช่น สื่อโทรทัศน์ หรือ จากการทดลองใช้ด้วยตนเอง

(3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

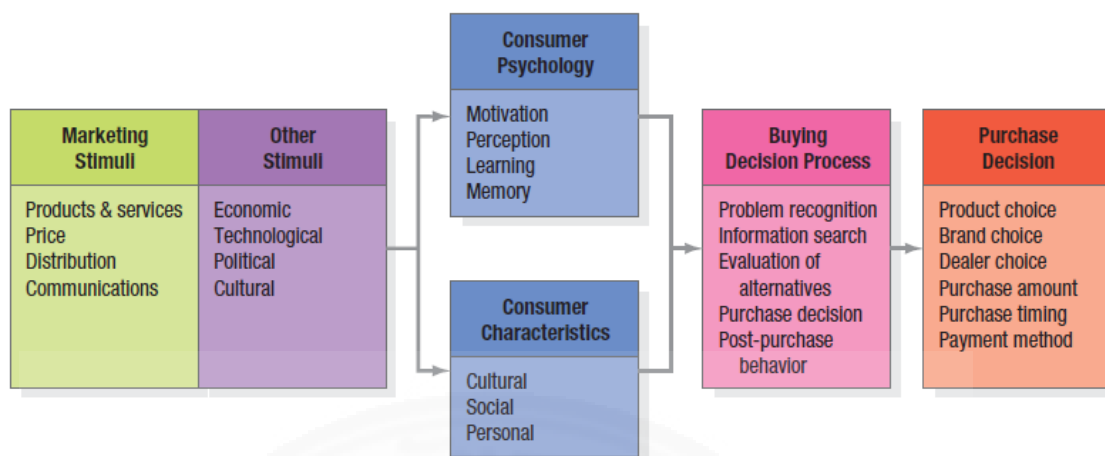
ผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกโดยการเปรียบเทียบคุณลักษณะของสินค้าและบริการโดยใช้เกณฑ์ในการเลือกที่คิดว่าสามารถแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการ

(4) การตัดสินใจเลือกซื้อ (Purchase Decision)

การตัดสินใจเลือกซื้อจะเกิดจากการประเมินข้อมูลข่าวสารและทางเลือกของสินค้าและบริการต่างๆ โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อจากการความพึงพอใจสินค้าจากการประเมินผลนั้นๆ รวมถึง ปัจจัยด้านทัศนคติของบุคคลอื่นและสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ว่าจะเกิดขึ้นอีกด้วย

(5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior)

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อเกิดจากความคาดหวังจากการได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการแล้ว ซึ่งเป็นได้ทั้ง 2 แบบ ได้แก่ พึงพอใจจากการซื้อ และไม่พึงพอใจ ปัจจัยดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหลังการซื้อว่าจะซื้อต่อไปหรือเลิกใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ



ภาพที่ 2.1 model of consumer behavior

ที่มา: Kotler (2012, p. 116)

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดด้านประชากรศาสตร์

จาก ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค Kotler (2012, p. 116) ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น และสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546, หน้า 199-201) ที่กล่าวถึง ปัจจัยส่วนบุคคล ทั้ง อายุ ครอบครัวย อาชีพ การศึกษา ที่แตกต่างกันล้วนส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจที่ต่างกัน ซึ่งสถิติด้านประชากรศาสตร์จะสามารถนำไปวิเคราะห์หากกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการได้ โดยประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.2.1 เพศ (Sex) ประสบการณ์ ทักษะ และ การรับรู้ ที่แตกต่างกันระหว่างเพศจะทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันทำให้ลักษณะการเลือกซื้อสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการแตกต่างกัน

2.2.2 อายุ (Age) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ช่วงอายุแตกต่างกันจะมีลักษณะการเลือกซื้อสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่ต่างกัน

2.2.3 รายได้ (Income) ระดับรายได้ที่ต่างกันจะทำให้ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการแตกต่างกับ ผู้บริโภคที่อยู่ในระดับรายได้เดียวกันมีแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการบางอย่างที่คล้ายกัน

2.2.4 การศึกษา (Education) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีลักษณะการเลือกซื้อสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกับ เนื่องจากได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่แตกต่างกับ

2.3 แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด (Service marketing mix หรือ 7Ps)

แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด ถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยเริ่มแรก McCarthy ได้เป็นผู้สร้างแนวคิดนี้ขึ้นมาในปี 1960 เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่ (place) และด้านส่งเสริมการตลาด (promotion) Kotler (2012, p. 116) กล่าวว่า marketing mix ที่ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่ (place) ด้านส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (segmentation) ซึ่งช่วยในการออกแบบ และกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นไปได้อย่างครอบคลุมในทุกแง่มุม ทั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่ (place) ด้านส่งเสริมการตลาด (promotion) ดังมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์คือ สินค้าหรือบริการที่ถูกผลิตหรือสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานแก่กลุ่มคนบางกลุ่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์สามารถเป็นได้ทั้ง ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถตอบโจทย์ในด้านการทำงานที่ลูกค้าต้องการได้ โดยต้องคำนึงถึงกระบวนการทั้งหมดในการส่งมอบสินค้าและบริการ เช่น รูปแบบและคุณภาพของบริการ บริการหลังการขาย เป็นต้น

2.3.2 ด้านราคา (Price)

ราคาของสินค้าหรือบริการควรเป็นสิ่งที่สามารถแสดงออกถึงคุณค่าของสินค้านั้น ที่ลูกค้ายอมจ่ายเพื่อที่จะได้สินค้าหรือบริการมา โดยมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาหลายรูปแบบ เช่น การตั้งราคาไว้สูงที่สุด (Skimming Pricing) การตั้งราคาต่ำกว่าราคาตลาด (Penetration Pricing) หรือ ตั้งราคาตามตลาด (Market Pricing)

2.3.3 ด้านสถานที่ (Place)

สินค้าหรือบริการควรอยู่ในสถานที่ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสามารถหาซื้อได้ง่าย ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ ที่มีความสะดวก ซึ่งต้องคำนึงถึงการเข้าถึงในสินค้าและบริการของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญ

2.3.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การสื่อสารกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้เกิดการกระตุ้น เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ อาทิ การโฆษณา ให้ส่วนลด กิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ โดยกิจกรรมดังกล่าวอาจมีเป้าหมายในการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้มากขึ้น หรือเพื่อสร้างยอดขาย

นอกจากปัจจัยทั้ง 4 ด้านแล้ว Booms and Bitner (1981) ได้เพิ่มปัจจัยอีก 3 ปัจจัย ทั้ง ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) จึงเกิดเป็น ส่วนผสมทางการตลาด (Service marketing mix หรือ 7Ps) โดย ปัจจัยที่เพิ่มเติมมีดังนี้

2.3.5 ด้านบุคลากร (People)

บุคลากร สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ โดยตรง และ กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการทางอ้อม โดยบุคลากรที่ทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารกับ ลูกค้าเปรียบเสมือนหน้าตาขององค์กรโดยเฉพาะองค์กรที่ดำเนินธุรกิจบริการจะต้องมีการบริหาร บุคลากร ควบคุมคุณภาพของการบริการเพื่อส่งมอบการบริการที่ดีแก่ลูกค้า

2.3.6 ด้านกระบวนการ (Process)

กระบวนการในการให้บริการตั้งแต่เริ่มต้นจนส่งมอบบริการครบทุกขั้นตอน หมายรวมถึง กิจกรรม ขั้นตอนการดำเนินงาน ข้อตกลงที่เกิดขึ้นในการบริการต่างๆ ที่ส่งมอบให้กับ ลูกค้าเมื่อมาใช้บริการ โดยประกอบไปด้วย ขั้นตอนต่างๆ และกิจกรรมต่างๆ ที่ให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วมในการบริการ และมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจกับการบริการสูงสุด

2.3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) คือ รูปแบบ และลักษณะสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องในการให้บริการ เช่น โบรชัวร์ เว็บไซต์ การตกแต่ง สถานที่ที่ให้บริการ ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมองเห็นและจับต้องได้ที่ทำให้บริการได้แสดงออกมา ผ่านรูปแบบการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2.4 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนวรรณกรรมรวมถึงงานวิจัยต่างๆที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ใน เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงแบ่งปัจจัยดังต่อไปนี้

2.4.1 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด

2.4.1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ของ สาลีณี คันธวะ (2550) แสดงให้เห็นถึง ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียนการสอน

กับ การเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สอดคล้องกับ งานวิจัยของ เจียรนัย ตาใส (2556) ที่ทำการศึกษ ัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ชื่อเสียงของผู้สอนเป็นปัจจัยอย่างแรกที่นักเรียนให้ความสำคัญ นอกจากนี้ หลักสูตรที่มีความหลากหลาย คุณภาพของเอกสารประกอบการเรียนการสอน เป็นปัจจัยลำดับถัดมา ที่นักเรียนให้ความสำคัญตามลำดับ และงานวิจัยข้างต้นยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศรุตาคณาฤทธิ์ (2557) ซึ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ในเขตตอนเมือง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนที่เรียนกวดวิชา คือ ความหลากหลายของ หลักสูตร และชื่อเสียงของสถาบันกวดวิชา

นอกจากนี้ ในการศึกษา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรี ของ จิรา ขำวิเศษ (2557) ยังพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา คือ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของนักเรียน เช่น เนื้อหาคอร์สมีระดับพื้นฐาน ระดับ เจาะลึก เนื้อหาตรงกับแนวข้อสอบ และปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจลำดับถัดมาคือ ความสามารถในการอธิบายจากเรื่องที่มีความซับซ้อนให้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้นของผู้สอน รวมถึงการสรุปเนื้อหา สำคัญเมื่อสอนจบในแต่ละหัวข้อ รวมถึงงานวิจัยของ อรรควิทย์ ต้นติวานิชย์พงศ์ (2550) ที่ได้ ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอน ปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับจำนวนชั่วโมงเรียนที่ เหมาะสมกับหลักสูตร ความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนและสัดส่วนของจำนวนนักเรียนที่ เหมาะสมต่อขนาดของห้องเรียน

2.4.1.2 ปัจจัยด้านราคา

รดา วราวิริยะพงศ์ (2557) ได้ทำการศึกษ ัจจัยที่มีผลต่อการเลือก ศึกษาศาสนกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาศาสนกวดวิชาภาษาอังกฤษ โดยนักเรียนจะตัดสินใจเลือกเรียนใน สถาบันที่มีค่าเล่าเรียนถูกกว่าสถาบันอื่นหากคุณภาพอยู่ในระดับไม่แตกต่างกัน และทำการเปรียบเทียบ ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียนและระยะเวลาของคอร์สเรียนรวมถึงคุณภาพการสอนอีกด้วย นอกจากนี้ การศึกษ ัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของ เจียรนัย ตาใส (2556) พบว่า ปัจจัยอย่างแรกที่นักเรียนให้ความสำคัญ คือ การมีหลักสูตรแบบเหมาะจ่าย ส่วนปัจจัยลำดับถัดมาที่นักเรียนให้ความสำคัญต่อมากคือ ราคา หลักสูตรการเรียนที่ถูกต้องกว่าที่อื่นๆ และยังให้ความสำคัญกับระยะเวลาการครบกำหนดในการจ่าย ค่าเล่าเรียนอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียน

กวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงปีที่ 6 ในด้านราคา คือ มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าคู่แข่ง มีค่าเรียนแบบเหมาจ่าย และสามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนเป็นงวด ปัจจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศรุตา คณาฤทธิ์ (2557) ซึ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตตอนเมือง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ นักเรียนที่เรียนกวดวิชา คือ สามารถผ่อนชำระเป็นงวดและความยืดหยุ่นของช่วงเวลาดำเนินการชำระเงิน

นอกจากปัจจัยดังกล่าวมาแล้วนั้น งานวิจัยของ จิรา ขำวิเศษ (2557) พบว่าอีกปัจจัยหนึ่งทางด้านราคาที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรี คือ สถาบันมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น การจ่ายเงินสด การโอนผ่านธนาคาร หรือจ่ายผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส และเมื่อเปรียบเทียบราคาค่าเรียนเฉลี่ยต่อหนึ่งชั่วโมงกับสถาบันกวดวิชาอื่นแล้วต้องมีราคาที่เหมาะสมและยอมรับได้ อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยด้านการให้สิทธิประโยชน์จากการได้ส่วนลดเมื่อลงทะเบียนตามจำนวนคอร์สที่โรงเรียนกวดวิชากำหนดไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน นอกจากนี้ งานวิจัยของ ดวงใจ จิตรน้อม (2554) ที่ทำการศึกษาค่าใช้จ่ายที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่าใช้จ่ายมีความสำคัญในการต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ระดับค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพการเรียนการสอน บริการ เนื้อหาการเรียนการสอน และ ระดับค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม

2.4.1.3 ปัจจัยด้านสถานที่

เจียรนัย ตาใส (2556) ทำการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียน โดยมีปัจจัยของสถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาที่อยู่ใกล้สถานศึกษาและที่พักของตนเป็นปัจจัยลำดับแรกที่นักเรียนให้ความสำคัญ และปัจจัยลำดับที่สองและสามที่นักเรียนให้ความสำคัญคือ ความใกล้ของสถาบันกับศูนย์การค้า และ ความโดดเด่นของสัญลักษณ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งที่นักเรียนให้ความสำคัญต่อมาตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ สาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงปีที่ 6 ในด้านสถานที่ คือ สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย สามารถหาที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาได้ง่าย และความสะดวกของสถานที่จอดรถ ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นไปในทางเดียวกันกับงานวิจัยของ ศรุตา คณาฤทธิ์ (2557) ซึ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตตอนเมือง พบว่า นักเรียนที่

เรียนกวดวิชาได้ให้ความสำคัญกับกวดวิชาที่อยู่ใกล้บ้านหรือโรงเรียนกวดวิชาที่ใกล้โรงเรียนมากที่สุด นอกจากนี้ ปัจจัยของที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชาที่ควรใกล้กับศูนย์การค้าและมีที่จอดรถที่สะดวกเป็นปัจจัยที่นักเรียนที่เรียนกวดวิชานอกเขตตอนเมืองได้ให้ความสำคัญ

นอกจากปัจจัยจากงานวิจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรี ของ จิรา ขาวิเศษ (2557) ยังพบว่า ความสะดวกในการเดินทางเพื่อไปยังที่ตั้งสถาบันกวดวิชา ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง

2.4.1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

อรรควิทย์ ต้นติวานิชย์พงศ์ (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยนักเรียนจะให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ของสถาบันกวดวิชา เช่น ข้อคิดเห็นจากบุคคลใกล้ชิด เว็บไซต์ของสถาบัน เป็นต้น โดยได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดผ่านทางเว็บไซต์ นอกจากนี้ นักเรียนยังให้ความสนใจกับการส่งเสริมการขาย อาทิ การลดค่าเล่าเรียนให้กับสมาชิกของสถาบัน การแจกของแถมต่างๆ อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ เจียรนัย ตาใส (2556) ซึ่งทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การส่งเสริมการขายด้านต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น การได้สิทธิประโยชน์จากการเป็นสมาชิกของสถาบันในรูปแบบต่างๆ อาทิ ได้รับราคาพิเศษ ได้รับอุปกรณ์การเรียนฟรี เป็นปัจจัยแรกที่นักเรียนให้ความสำคัญ ด้านสื่อโฆษณาที่หลากหลายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เช่น การทำเว็บไซต์ของสถาบัน มีเพจเฟซบุ๊ค และมีแผ่นพับ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลกับสถาบันการศึกษา เช่น การแนะนำสถาบันกวดวิชาให้เป็นที่รู้จักตามโรงเรียนต่างๆ เป็นปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญ รองลงมาตามลำดับ และงานวิจัยของ สาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงปีที่ 6 ในด้านการส่งเสริมทางการตลาด คือ สิทธิประโยชน์ของสมาชิกสถาบันที่ได้รับการลดราคาค่าเรียน การได้รับของแถมต่างๆ การโฆษณาสื่อสารจากทั้งทางสื่อสารมวลชน ใบปลิว หรือแผ่นพับ การส่งเสริมการขายในการลดค่าเรียนแก่สมาชิก แจกของแถมและอุปกรณ์การเรียน การประชาสัมพันธ์ เช่น จัดบรรยายพิเศษ และคำแนะนำจากคนใกล้ชิด เป็นต้น

นอกจากนี้ งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรี ของ จิรา ขำวิเศษ (2557) พบว่า พนักงานของสถาบันที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางการศึกษาต่อ แก่นักเรียนและผู้ปกครองเป็นอย่างดี ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเรียนโรงเรียนกวดวิชา

2.4.1.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

เจียรนัย ตาใส (2556) ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียน โดยคุณภาพการสอนและประสบการณ์การทำงานของครูผู้สอนถือเป็นปัจจัยแรกที่นักเรียนที่เรียนกวดวิชาให้ความสำคัญ รวมถึงความเป็นกันเองระหว่างครูผู้สอนและนักเรียนที่เป็นปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นลำดับถัดมา ส่วนความรู้ความสามารถของครูผู้สอนเป็นปัจจัยลำดับที่สามที่นักเรียนได้ให้ความสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรุตตา คณาฤทธิ์ (2557) ซึ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตตอนเมือง พบว่า นักเรียนในเขตตอนเมืองที่เรียนกวดวิชาได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับครูผู้สอนมากพอๆ กัน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยโดยสรุปดังนี้ ปัจจัยด้านประสบการณ์ ความรู้ความสามารถ และเทคนิคการสอนของครูผู้สอน มีความเป็นกันเองและเอาใจใส่ต่อนักเรียนเป็นอย่างดี เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ นิชาภา ภาภิทมาสน์ (2555) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนระดับมัธยมปลายในระดับมากที่สุดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันกวดวิชาโดยให้ความสำคัญกับ ความเป็นกันเองของครูผู้สอนเป็นหลัก และ ครูผู้สอนมีความเข้าใจนักเรียน มนุษยสัมพันธ์ดี เป็นปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญรองลงมา นอกจากนี้ งานวิจัยของ อรุณ จุติผล (2551) พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชา ในระดับมาก

2.4.1.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

เจียรนัย ตาใส (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ สถาบันควรมีการอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีสื่อสารสนเทศ เช่น มีอินเทอร์เน็ตไว้บริการนักเรียน ความทันสมัยของสื่อที่ใช้ในการเรียนการสอนและอุปกรณ์การเรียน รวมถึงจำนวนของสื่อและอุปกรณ์ควรมีอย่างพอเพียง ลักษณะทางกายภาพ เช่น สภาพแวดล้อมของสถาบันควรมีความสวยงามและน่าเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รตา วราวิริยะพงศ์ (2557)

ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และลักษณะทางกายภาพที่ผู้เรียนสามารถมองเห็นได้ เช่น อุปกรณ์การเรียนที่เหมาะสม บรรยากาศที่ดีในการเรียน มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ และงานวิจัยของจิรา ข้าวิเศษ (2557) ยังพบว่า ขนาดของห้องเรียนที่มีความเหมาะสมซึ่งส่งผลต่อนักเรียนในการมองเห็นทั้งครูผู้สอนและกระดานนั้นปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญและจำนวนโต๊ะเก้าอี้ที่เหมาะสมไม่แออัดในห้องเรียนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่างอีกด้วย

นอกจากนี้ งานวิจัยของ ศรุตดา คณาฤทธิ์ (2557) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตตอนเมือง พบว่า นักเรียนในเขตตอนเมืองที่เรียนกวดวิชาได้ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางมาโรงเรียนกวดวิชามากที่สุด และหากเปรียบเทียบปัจจัยที่นักเรียนในเขตตอนเมืองที่เรียนกวดวิชา กับนักเรียนนอกเขตตอนเมืองที่เรียนกวดวิชาจะพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนในเขตตอนเมืองที่เรียนกวดวิชาสูงกว่านักเรียนนอกเขตตอนเมืองที่เรียนกวดวิชาคือ โรงเรียนกวดวิชาสามารถอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีและความสะดวกในการเดินทางมาเรียน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยความสะดวกของห้องเรียนและอากาศถ่ายเทสะดวกเป็นปัจจัยที่นักเรียนนอกเขตตอนเมืองให้ความสำคัญมากกว่า รวมถึงในการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม ของ นิชาภา ภาปัทมาสน์ (2555) แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนระดับมัธยมปลายเป็นลำดับแรกคือ ความโดดเด่นของสถาบันเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันอื่น และนักเรียนยังให้ความสำคัญกับจำนวนนักเรียนที่เคยเรียนกับสถาบันและสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้อีกด้วย

2.4.1.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ

งานวิจัยของ นิชาภา ภาปัทมาสน์ (2555) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนระดับมัธยมปลาย โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเรื่องสื่อการเรียนการสอนที่มีความทันสมัย และงานวิจัยของเจียรนัย ตาใส (2556) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านระบบความปลอดภัยเป็นปัจจัยแรกที่นักเรียนให้ความสำคัญ มีการพัฒนาสถาบันให้มีความทันสมัย มีกฎระเบียบสำหรับผู้เรียนเป็นปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญรองลงมา สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศรุตดา คณาฤทธิ์ (2557) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตตอนเมือง พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการมีอิทธิพลต่อนักเรียนนอกเขตตอนเมืองที่เรียนกวดวิชาสูงกว่า

นักเรียนกลุ่มอื่น และพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนในเขตตอนเมืองที่เรียนกวดวิชาสูงกว่านักเรียนนอกเขตตอนเมืองที่เรียนกวดวิชาคือ ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเสริมทักษะที่มีความแตกต่างกันมาก ระหว่างทั้งสองกลุ่ม และงานวิจัยของ รตา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการเสริมและระบบการจัดการส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร และ บริการเสริมที่นอกเหนือจากหลักสูตรของสถาบัน เช่น การดูหนังฟังเพลงภาษาอังกฤษ เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมในการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ นอกเหนือจากหลักสูตรการเรียนภาษาอังกฤษที่ไม่แตกต่างกันระหว่างแต่ละโรงเรียนมากนัก นอกจากนี้ ระบบการจัดการ เช่น การจัดการฐานข้อมูลสำหรับการจัดการเรียนการสอนรวมถึงข้อมูลของผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพก็เป็นปัจจัยที่ผู้เรียนให้ความสำคัญอีกด้วย

2.4.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

2.4.2.1 ปัจจัยด้านเพศ

ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา ในงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัติ (2558) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา นอกจากนี้ งานวิจัยของ คัทลียา จิโนเชียว (2556) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษในจังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านการตัดสินใจเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเรียนต่อหลักสูตรและความถี่ในการเรียนใน 1 ปี

อย่างไรก็ตาม ดวงใจ จิตรน้อม (2554) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนที่เพศต่างกัน ไม่มีความแตกต่างด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาในด้านต่างๆ อาทิ จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ยตลอด 1 ปีการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอมบุคคลที่แนะนำ นอกจากนี้ ผลจากการวิจัยของ อาแซ ยะเยริ (2557) ที่ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของรัฐในเขตจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านเพศไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนที่เรียนกวดวิชา เช่นเดียวกัน

2.4.2.2 ปัจจัยด้านรายได้ของผู้ปกครอง

การวิจัยของ อาแซ ยะเยริ (2557) ที่ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของรัฐในเขตจังหวัดสงขลา พบว่าปัจจัยด้านรายได้รวมของบิดาและมารดาต่อเดือนส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนที่เรียนกวดวิชา โดย

นักเรียนที่รายได้ของบิดาและมารดาต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน และรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน จะมีโอกาสตัดสินใจเรียนกวดวิชาน้อยกว่ากรณีที่ได้รับรายได้ของบิดาและมารดามากกว่า 20,000 บาท ต่อเดือน สอดคล้องกับ ดวงใจ จิตรน้อม (2554) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาที่แตกต่างกันในด้าน จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปีการศึกษา และรายจ่ายสำหรับการเรียนกวดวิชาต่อหนึ่งเทอม และในด้านพฤติกรรมการเลือกเรียนด้านค่าใช้จ่ายต่อเทอม พบว่า หากเปรียบเทียบแล้วนักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ย 30,001-40,000 บาท จะมีการใช้จ่ายค่าเรียนกวดวิชาที่น้อยกว่านักเรียนที่ครอบครัวมี รายได้เฉลี่ยมากกว่า 40,000 บาท นอกจากนี้ ยังพบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ของผู้ปกครองกับปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนอีกด้วย การวิจัยของ พรสุตา คุณมั่ง (2557) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัตติ (2558) พบว่า ปัจจัยรายได้เฉลี่ยของครอบครัว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา

2.4.2.3 ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยสะสม

คะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนโดยจะเห็นได้จากงานวิจัยต่างๆ ดังนี้ งานวิจัยของ ดวงใจ จิตรน้อม (2554) ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยนักเรียนที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ผลจากการวิจัย ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของรัฐในเขตจังหวัดสงขลา ของ อาแซ ยะเยรี (2557) ที่พบว่า ปัจจัยเกรดเฉลี่ย (GPA) ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนที่เรียนกวดวิชา โดยดูจากความสัมพันธ์ระหว่างเกรดเฉลี่ยและความต้องการเรียนกวดวิชา ซึ่งนักเรียนที่เกรดเฉลี่ยสูงกว่าจะมีความต้องการเรียนเสริมจากโรงเรียนกวดวิชามากกว่านักเรียนที่เกรดเฉลี่ยน้อยกว่า และจากการศึกษาของ พรสุตา คุณมั่ง (2557) ในหัวข้อวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านผลการเรียนเฉลี่ยสะสม ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ งานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัตติ (2558) พบว่า ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยสะสม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา โดยนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยช่วง 3.01-3.50 และ 3.51-4.00 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาสูงกว่านักเรียนที่ได้เกรดเฉลี่ยต่ำกว่า

2.4.2.4 ปัจจัยด้านระดับชั้น

ระดับชั้นของนักเรียนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน กวดวิชาของนักเรียนโดยจะเห็นได้จากงานวิจัยต่างๆ ดังนี้ งานวิจัยของ พรสุดา คุณมั่ง (2557) ศึกษา แรงจูงใจในการกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้น ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขต กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ การศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ของ ดวงใจ จิตรน้อม (2554) พบความสัมพันธ์ ของระดับชั้นและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของพฤติกรรมการตัดสินใจมีความแตกต่างกันหากนักเรียนที่ เรียนกวดวิชาศึกษาอยู่ในระดับชั้นที่แตกต่างกัน ซึ่งพฤติกรรมการตัดสินใจนี้ครอบคลุมในด้านจำนวน วิชาเรียนโดยเฉลี่ย และด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัติ (2558) พบว่า ปัจจัยด้านระดับชั้นของนักเรียน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา

2.4.2.5 ปัจจัยด้านอาชีพของผู้ปกครอง

พรสุดา คุณมั่ง (2557) ศึกษา แรงจูงใจในการกวดวิชาของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อาชีพของผู้ปกครอง ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ งานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัติ (2558) พบว่า อาชีพของผู้ปกครอง ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา โดย บิดาของนักเรียนที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชนและอาชีพเกษตรกร ประมง มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาสูงกว่าบิดาของนักเรียนที่มีอาชีพอื่นๆ อาทิ พ่อบ้าน และ บิดาของนักเรียนที่มีอาชีพรับข้าราชการ มีการพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาสูง กว่าบิดาของนักเรียนที่มีอาชีพอื่นๆ อาทิ พ่อบ้าน รวมถึง มารดาของนักเรียนที่มีอาชีพ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชนและอาชีพเกษตรกร ประมง มีการพฤติกรรมการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชาสูงกว่ามารดาของนักเรียนที่มีอาชีพรับข้าราชการ และอาชีพค้าขาย และ มารดาของ นักเรียนที่มีอาชีพเกษตรกร ประมง มีการพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาสูงกว่า มารดาของนักเรียนที่มีอาชีพอื่นๆ อาทิ แม่บ้าน

อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิจัยของ อาแซ ยะเยริ (2557) ที่ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของรัฐในเขตจังหวัด สงขลา พบว่าปัจจัยด้านอาชีพของบิดาและปัจจัยด้านอาชีพของมารดาไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของ นักเรียนที่เรียนกวดวิชา

2.5 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

ในการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ไว้ในกรอบวิจัย โดยที่ได้จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ไว้ดังนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในกระบวนการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติเพื่อทำการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยใช้กระบวนการเพื่อการศึกษาและวิจัย ดังนี้

- 3.1 ลักษณะประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการทำวิจัย
- 3.3 สมมติฐานในการทำวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ลักษณะประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ลักษณะประชากร

ประชากรเป้าหมาย (Target Population) ที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา ในงานวิจัยนี้ คือนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ที่เคยซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษนั้นเกิดจากการตัดสินใจของนักเรียนเอง และทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เรียนกวดวิชาที่สถาบันกวดวิชาเท่านั้น

3.1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการประมาณการค่าเฉลี่ยของประชากรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการตามหลักทฤษฎีของ Cochran (1963) ที่มีการกำหนดให้สัดส่วนที่ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดจากการ ทำให้ค่าความแปรปรวนของสัดส่วนมีค่ามากที่สุดโดยกำหนดค่าความเป็นได้ที่จะเกิดเหตุการณ์ (p) เท่ากับ 0.5 ในการคำนวณนี้จะกำหนดให้ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือยอมรับความคลาดเคลื่อนของเหตุการณ์ที่จะเกิดไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งได้เลือกค่าของตัวแปรต่างๆ เพื่อคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ที่เคยซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร ในงานวิจัยไว้ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่น

p = สัดส่วนของลักษณะประชากรในกลุ่มตัวอย่างที่สนใจ

q = โอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ (1-p)

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

สามารถคำนวณโดยแทนค่าตัวแปรต่างๆ ในสูตรดังกล่าวได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(1-0.5)}{(0.5^2)}$$

$$n = 384.16$$

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ โดยใช้ทฤษฎีของ Cochran (1963) คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้ในงานวิจัยนี้คือ 385 รายเป็นอย่างน้อย ทั้งนี้เพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้เก็บแบบสอบถามเพื่อร้อยละ 9.35

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการทำวิจัย

3.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

3.2.1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์

- (1) เพศ
- (2) รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน
- (3) คะแนนเฉลี่ยสะสม
- (4) ระดับชั้นของนักเรียน
- (5) อาชีพของบิดา
- (6) อาชีพของมารดา

3.2.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

- (1) ด้านผลิตภัณฑ์
- (2) ด้านราคา
- (3) ด้านสถานที่
- (4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
- (5) ด้านบุคลากร

(6) ด้านกระบวนการ

(7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

การตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3 สมมติฐานในงานวิจัย

ในการตั้งสมมติฐานงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้โดยประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดเป็นสมมติฐานได้ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านระดับชั้นของนักเรียนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านอาชีพของบิดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านอาชีพของมารดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านสถานที่ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านบุคลากรที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านกระบวนการที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบไปด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคัดกรองและพฤติกรรมการศึกษาซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสอบถามข้อมูลเบื้องต้นถึงลักษณะคอร์สเรียนที่เคยเรียน รูปแบบการตอบเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและระดับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6

ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีมาตราประมาณค่า แบบ Five-Point Likert Scales โดยแบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.1

การกำหนดน้ำหนักคะแนนกับระดับความคิดเห็น

ระดับคะแนน	ระดับความเห็น/การตัดสินใจ
5	มากที่สุด/ช้อยแน่นอน
4	มาก/อาจจะช้อย
3	ปานกลาง/ไม่แน่ใจ
2	น้อย/อาจจะไม่ช้อย
1	น้อยที่สุด/ไม่ช้อยแน่นอน
0	ไม่สามารถประเมินได้

ในการแปลงระดับความคิดเห็นข้างต้นให้เป็นค่าเฉลี่ยที่สามารถนำไปวิเคราะห์ผลต่อได้ โดยแทนค่า สูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

จากการแปลงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นดังกล่าวจะสามารถจัดระดับความคิดเห็นตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยใหม่ได้ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2

การกำหนดระดับความคิดเห็นกับค่าเฉลี่ยของระดับคะแนน

ระดับคะแนน	ระดับความเห็น/การตัดสินใจ
4.21-5.00	มากที่สุด/ช้อยแน่นอน
3.41-4.20	มาก/อาจจะช้อย
2.61-3.40	ปานกลาง/ไม่แน่ใจ
1.81-2.60	น้อย/อาจจะไม่ช้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด/ไม่ช้อยแน่นอน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสอบถามเกี่ยวกับ เพศ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน คะแนนเฉลี่ยสะสม ระดับชั้นของนักเรียน อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และข้อมูลทั่วไปอื่นๆ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ผ่านการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ที่เคยซื้อคอร์สเรียนจากสถาบันกวดวิชาในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสถาบันกวดวิชา ตอบแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการข้อมูลที่รวบรวมจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ที่เคยซื้อคอร์สเรียนจากสถาบันกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในกระบวนการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติเพื่อทำการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งตามการวิเคราะห์ ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างทั้งด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ประกอบด้วย เพศ ระดับชั้น รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน คะแนนเฉลี่ยสะสม อาชีพของบิดา และอาชีพของมารดา จะสามารถนำเสนอได้ในรูปแบบของ ตาราง (Table) กราฟแท่ง (Bar Chart) แผนภูมิวงกลม (Pie chart) ผ่านการคำนวณค่าทางสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (Independent Sample T-test) เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของข้อมูลจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันว่าส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่

2. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันให้อยู่ในกลุ่มปัจจัยเดียวกัน ซึ่งเป็นการทำให้กลุ่มปัจจัยมีความถูกต้องเหมาะสมที่จะนำไปใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) กับการวิเคราะห์สมการถดถอย (Linear Regression) ในลำดับต่อไป

3. การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน คะแนนเฉลี่ยสะสม ระดับชั้นของนักเรียน อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) หลังจากที่ได้วิจัยได้วิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 421 คน จากการวิเคราะห์ค่าทางสถิติแล้วจะสามารถจำแนกผลการวิเคราะห์ตามหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 ค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย
- 4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นเพื่อใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่องานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ที่เคยซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2559 ถึงวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ได้แบบสอบถามจำนวน 576 ชุด และหลังจากที่นำข้อมูลไป

คำนวณในโปรแกรมสำเร็จรูป ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบสอบถามที่ไม่อยู่ในขอบเขตการวิจัยจากคำถามคัดกรอง ออก โดยตัดข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 จำนวน 28 คนออก และตัดผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาใน กรุงเทพมหานครด้วยตนเอง เป็นจำนวน 127 คน ออกไป ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 421 คน ที่มีความครบถ้วน สมบูรณ์ ซึ่งสามารถนำมาสรุปเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
1. เพศ		
ชาย	104	24.7
หญิง	317	75.3
2. อายุ		
ต่ำกว่า 13 ปี	2	0.5
13-15	67	15.9
16-18	339	80.5
สูงกว่า 18 ปี	13	3.1
3. ระดับชั้น		
มัธยมศึกษาปีที่ 1	5	1.2
มัธยมศึกษาปีที่ 2	10	2.4
มัธยมศึกษาปีที่ 3	28	6.7
มัธยมศึกษาปีที่ 4	75	17.8
มัธยมศึกษาปีที่ 5	119	28.3
มัธยมศึกษาปีที่ 6	184	43.7

ตารางที่ 4.1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
4. อาชีพของบิดา		
ข้าราชการ	74	17.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	4.5
พนักงานบริษัทเอกชน	93	22.1
ประกอบอาชีพส่วนตัว	176	41.8
อาชีพอิสระ	35	8.3
พ่อบ้าน	10	2.4
อื่นๆ	14	3.3
5. อาชีพของมารดา		
ข้าราชการ	64	15.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	4.8
พนักงานบริษัทเอกชน	70	16.6
ประกอบอาชีพส่วนตัว	131	31.1
อาชีพอิสระ	27	6.4
แม่บ้าน	95	22.6
อื่นๆ	14	3.3
6. คะแนนเฉลี่ยสะสม		
น้อยกว่า 1.50	0	0.0
1.51-2.00	0	0.0
2.01-2.50	8	1.9
2.51-3.00	51	12.1
3.01-3.50	146	34.7
3.51-4.00	216	51.3

ตารางที่ 4.1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

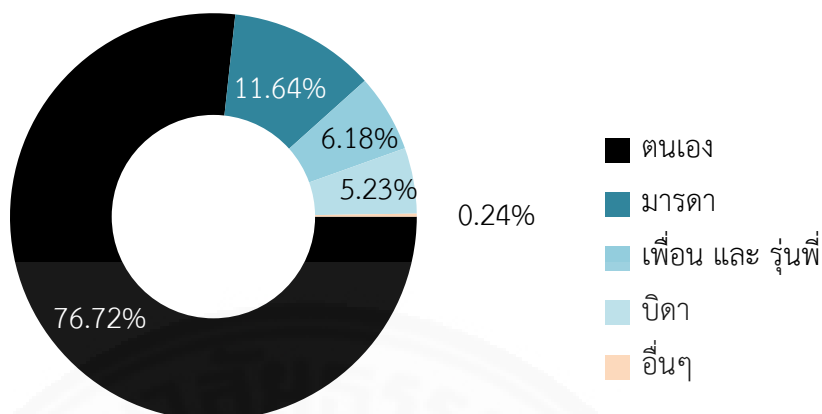
7. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน		
น้อยกว่า 30,000 บาท	29	6.9
30,000-60,000 บาท	156	37.1
60,001-100,000 บาท	93	22.1
100,001-130,000 บาท	46	10.9
130,001-160,000 บาท	41	5.5
160,001-190,000 บาท	18	4.3
ตั้งแต่ 190,001 บาท ขึ้นไป	56	13.3

จากลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในตารางที่ 4.1 พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 75.3 และ เพศชาย ร้อยละ 24.7 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 16-18 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 80.5 ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 43.7 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และ ร้อยละ 28.3 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ในด้านคะแนนเฉลี่ยสะสม ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 51.3 มีคะแนนเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 3.51 ถึง 4.00 ขณะที่ข้อมูลด้านอาชีพของทั้งบิดาและมารดา พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพส่วนตัว โดย ร้อยละ 41.8 ของบิดาและร้อยละ 31.1 ของมารดา ประกอบอาชีพส่วนตัว นอกจากนี้ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 37.1 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวอยู่ที่ช่วงรายได้ 30,000 บาท ถึง 60,000 บาทต่อเดือน

4.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม

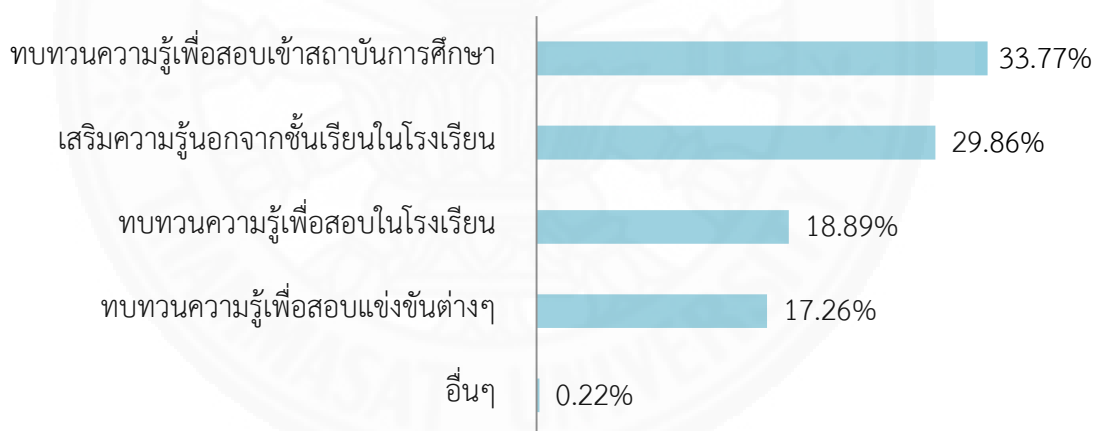
ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ สามารถสรุปลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 โดยแบ่งตามลักษณะพฤติกรรมการซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา



ภาพที่ 4.1 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา

เหตุผลที่เรียนกวดวิชา

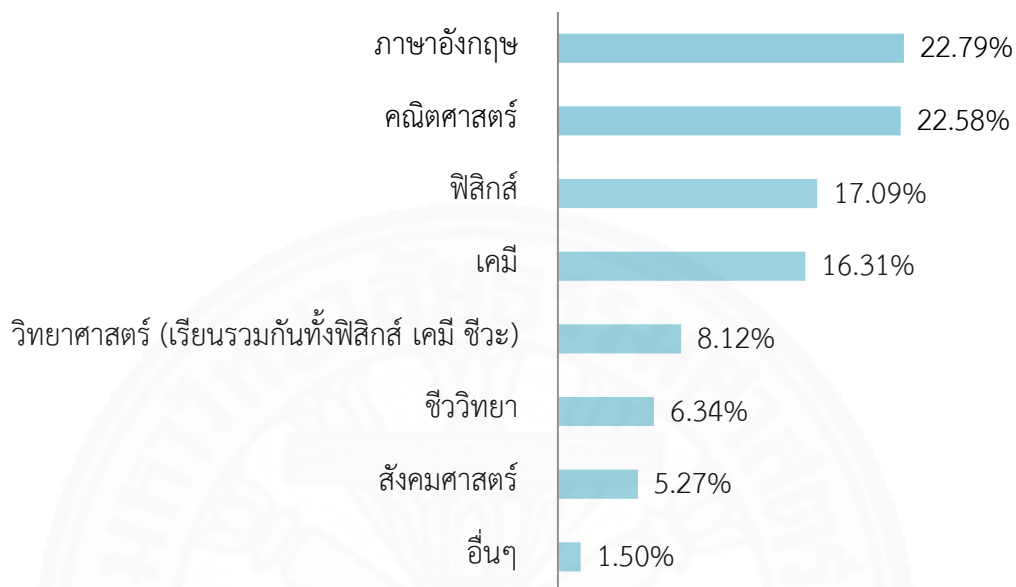


ภาพที่ 4.2 เหตุผลที่เรียนกวดวิชา

จากภาพที่ 4.1 และ 4.2 พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้กว่าร้อยละ 76.72 คือ ตนเอง รองลงมาเป็น มารดา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11.64 เพื่อน และรุ่นพี่ คิดเป็นร้อยละ 6.18 บิดา คิดเป็นร้อยละ 5.23 บุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.24 ตามลำดับ และเหตุผลหลักที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนกวดวิชาคือ เพื่อทบทวนความรู้เพื่อสอบเข้าสถาบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.77 เหตุผลรองลงมาคือ เพื่อเสริมความรู้จากชั้นเรียนใน

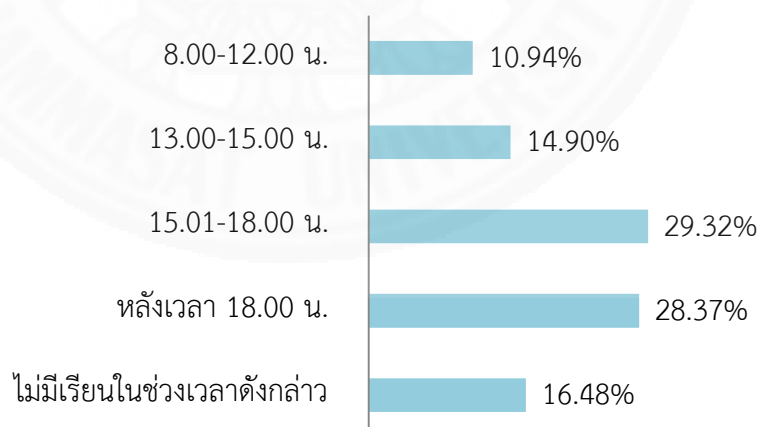
โรงเรียนคิดเป็นร้อยละ 29.86 เพื่อทบทวนความรู้เพื่อสอบในโรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 18.89 ทบทวนความรู้เพื่อสอบแข่งขันต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 17.26 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.22 ตามลำดับ

วิชาที่เรียนกวดวิชา



ภาพที่ 4.3 วิชาที่เรียนกวดวิชา

ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาในวันจันทร์-ศุกร์

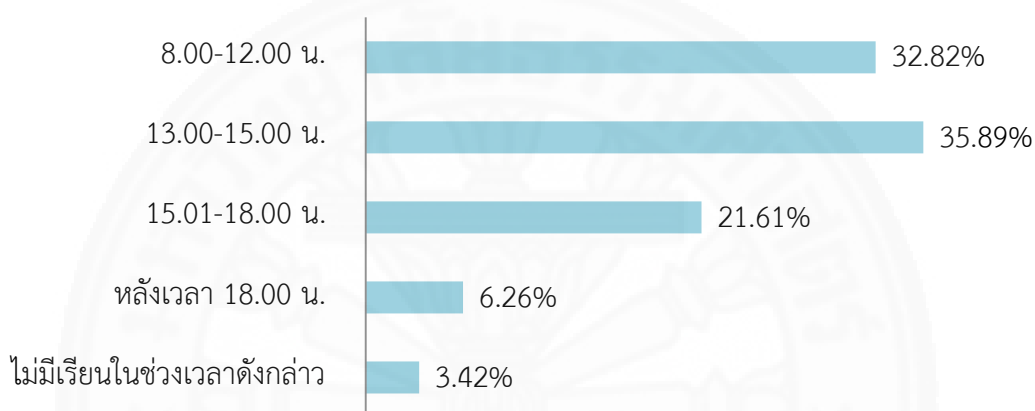


ภาพที่ 4.4 ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาในวันจันทร์-ศุกร์

จากภาพที่ 4.3 และ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เลือกซื้อคอร์สเรียนในรายวิชาภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 22.79 รองลงมาเป็น คณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 22.58 ฟิสิกส์ คิดเป็นร้อยละ 17.09 เคมี คิดเป็นร้อยละ 16.31 วิทยาศาสตร์ (เรียนรวมกันทั้ง ฟิสิกส์ เคมี ชีวะ) คิดเป็น

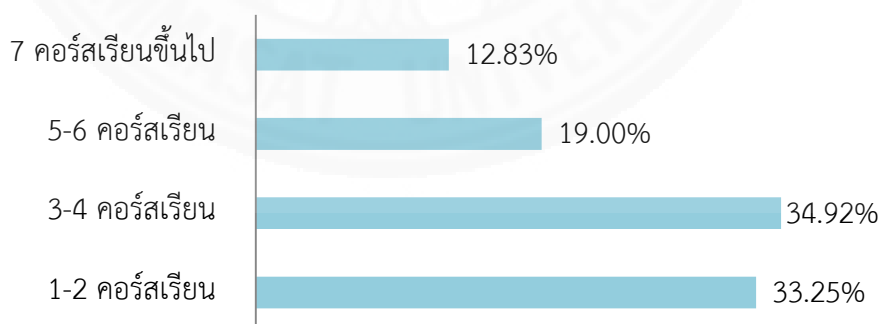
ร้อยละ 8.12 ชีววิทยา คิดเป็นร้อยละ 6.34 สังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 5.27 และวิชาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ และลักษณะการเลือกช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาในวันจันทร์-ศุกร์ พบว่าร้อยละ 29.32 เลือกเรียนในช่วงเวลา 15.01-18.00 น. รองลงมาคือ ช่วงหลังเวลา 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.37 ไม่มีเรียนในช่วงเวลาดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 16.48 ช่วงเวลา 13.00-15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.90 และ 8.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 10.94 ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาในวันเสาร์-อาทิตย์



ภาพที่ 4.5 ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาในวันเสาร์-อาทิตย์

จำนวนคอร์สเรียนโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปี

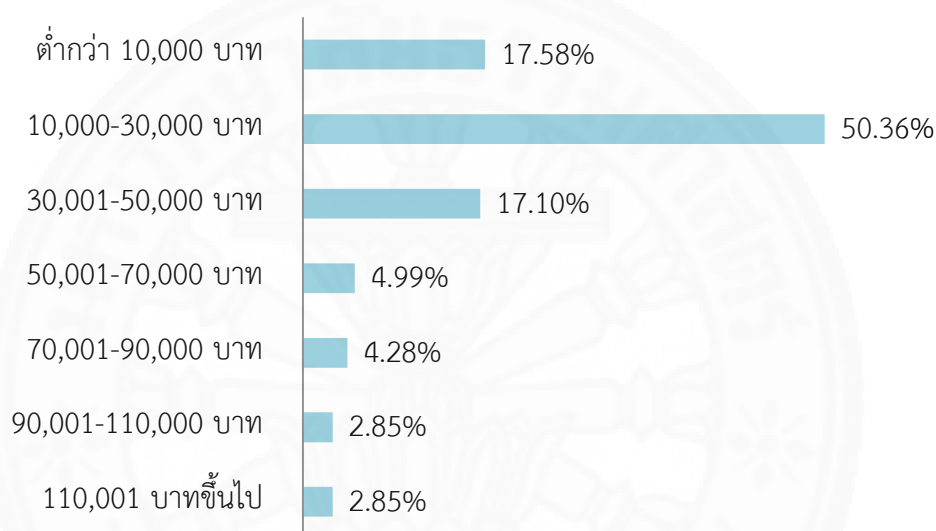


ภาพที่ 4.6 จำนวนคอร์สเรียนโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปี

จากภาพที่ 4.5 และ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เลือกช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยเลือกเรียนในช่วงเวลา 13.00-15.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.89 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 8.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.82 ช่วงเวลา 15.01-18.00 น. คิดเป็น

ร้อยละ 21.61 หลังเวลา 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 6.26 และ ไม่มีเรียนในช่วงเวลาดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 3.42 ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเรียนกวดวิชาโดยมีจำนวนคอร์สเรียนโดยเฉลี่ยต่อปี มากที่สุดคือ 3-4 คอร์สเรียน คิดเป็นร้อยละ 34.92 รองลงมาเรียน 1-2 คอร์สเรียนต่อปี คิดเป็น ร้อยละ 33.25 จำนวน 5-6 คอร์สเรียนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ 7 คอร์สเรียนขึ้นไปต่อปี คิดเป็นร้อยละ 12.83 ตามลำดับ

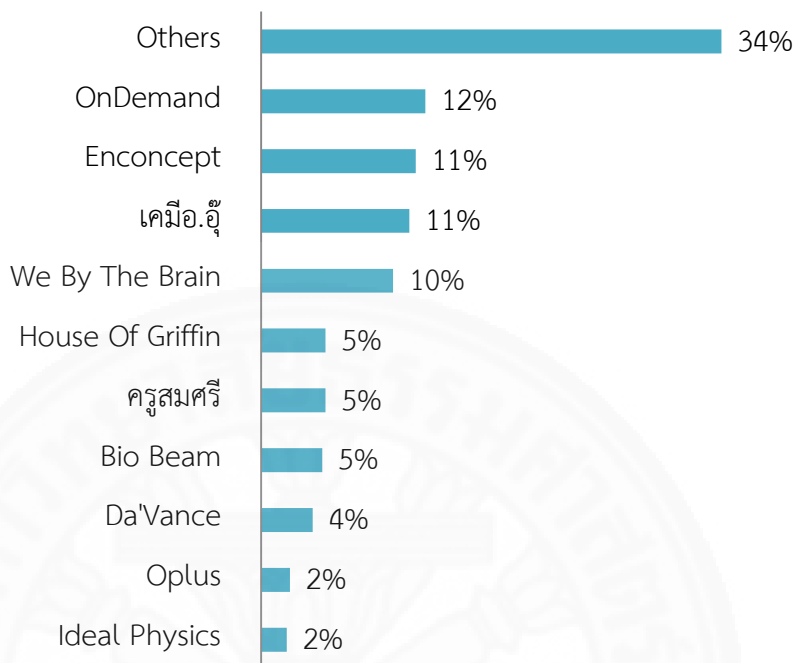
ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปี



ภาพที่ 4.7 ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปี

ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปี จากภาพ 4.7 แสดงให้เห็นว่า โดย ส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาประมาณ 10,000-30,000 บาทโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.36 รองลงมา พบว่า ร้อยละ 17.58 มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 10,000 บาทโดยเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 17.10 มีค่าใช้จ่าย 30,001-50,000 บาทโดยเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 4.99 มีค่าใช้จ่าย 50,001-70,000 บาทโดยเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 4.28 มีค่าใช้จ่าย 70,001-90,000 บาทโดยเฉลี่ยต่อปี และกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา 90,001-110,000 บาทโดยเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นร้อยละ 2.85 รวมถึงกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา 110,001 บาทขึ้นไปโดยเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นร้อยละ 2.85

สถาบันกวดวิชาที่เรียนอยู่ในปัจจุบันหรือชอบเรียน



ภาพที่ 4.8 สถาบันกวดวิชาที่เรียนอยู่ในปัจจุบันหรือชอบเรียน

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงชื่อสถาบันกวดวิชาที่เรียนอยู่ในปัจจุบันหรือชอบเรียน จากภาพ 4.8 แสดงให้เห็นว่า โดยส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาในปัจจุบันหรือชอบเรียนจากหลากหลายสถาบัน ดังแสดงให้เห็นจากภาพเป็นกลุ่มอื่นๆ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมา พบว่า ร้อยละ 12 กำลังเรียนอยู่หรือชอบเรียนในสถาบัน Ondemand ร้อยละ 11 กำลังเรียนอยู่หรือชอบเรียนในสถาบัน Enconcept ร้อยละ 11 กำลังเรียนอยู่หรือชอบเรียนในสถาบัน เคมีอ.อู๋ ร้อยละ 10 กำลังเรียนอยู่หรือชอบเรียนในสถาบัน We By The Brain

4.3 ค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 421 ชุด สามารถนำมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลค่าข้อมูลจากค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย ซึ่งประกอบด้วย 41 ปัจจัยย่อย เพื่อให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อคอร์ส

เรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2

ค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรรออิสระ

ตัวแปรรออิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)			
1.1 หลักสูตรตรงตามความต้องการของผู้เรียน	4.52	0.627	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของหลักสูตรมีความเข้มข้น	4.52	0.642	มากที่สุด
1.3 หลักสูตรมีความหลากหลาย	4.38	0.699	มากที่สุด
1.4 เอกสารประกอบการเรียนการสอนมีคุณภาพ	4.47	0.715	มากที่สุด
1.5 หลักสูตรตรงกับเนื้อหาที่ออกสอบ	4.34	0.842	มากที่สุด
1.6 หลักสูตรมีแบบฝึกหัดสำหรับฝึกฝนจำนวนมาก	4.38	0.798	มากที่สุด
1.7 หลักสูตรมีแนวข้อสอบเก่าให้ฝึกทำจำนวนมาก	4.29	0.882	มากที่สุด
1.8 หลักสูตรมีการสรุปเนื้อหาสั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ	4.43	0.783	มากที่สุด
2. ปัจจัยด้านราคา (Price)			
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.19	0.729	มาก
2.2 ราคาเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียน	4.21	0.808	มากที่สุด
2.3 ราคาถูกกว่าสถาบันอื่น	3.51	1.116	มาก
2.4 สามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้อย่างเหมาะสม	3.15	1.506	ปานกลาง
3. ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)			
3.1 สามารถเดินทางโดยระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน	4.5	0.855	มากที่สุด
3.2 สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น บ้าน หรือที่พัก โรงเรียน ศูนย์การค้า เข้าถึงได้ง่าย	4.38	0.893	มากที่สุด
3.3 สถาบันมีที่จอดรถเพียงพอ	3.53	1.376	มาก
3.4 สถาบันกวดวิชาที่มีจำนวนสาขาหลายสาขา	4.1	1.239	มาก

ตารางที่ 4.2

ค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลค่า
3.5 สถาบันกวตริชาตั้งอยู่ในที่หาเจอได้ง่าย	4.36	0.884	มากที่สุด
3.6 สถาบันกวตริชาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ	4.46	0.812	มากที่สุด
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
4.1 สถาบันกวตริชามีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ลดราคา แคมเปญส่งเสริมการขาย	3.99	1.122	มาก
4.2 สถาบันกวตริชามีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ใน รูปแบบสื่อต่างๆ ที่ดึงดูดความสนใจ เช่น ใบปลิว ป้ายโฆษณา	3.93	1.073	มาก
4.3 สถาบันกวตริชามีการโฆษณาให้ข้อมูล เกร็ดความรู้ด้านการเรียนต่างๆ ผ่านช่องทาง ออนไลน์ อย่างสม่ำเสมอ เช่น Facebook YouTube เป็นต้น	4.03	1.12	มาก
4.4 สถาบันกวตริชามีการประชาสัมพันธ์ตาม สถาบันการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัดคอร์สเรียนระยะสั้นในสถาบันการศึกษา	3.76	1.321	มาก
5. ปัจจัยด้านบุคลากร (People)			
5.1 ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ	4.79	0.463	มากที่สุด
5.2 ครูผู้สอนสามารถถ่ายทอดเนื้อหาให้เข้าใจได้ง่าย	4.69	0.549	มากที่สุด
5.3 ครูผู้สอนมีประสบการณ์สอนมายาวนาน	4.57	0.764	มากที่สุด
5.4 ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.72	0.635	มากที่สุด
5.5 ครูผู้สอนมีเทคนิคช่วยในการจดจำ	4.65	0.602	มากที่สุด
5.6 ครูผู้สอนสามารถสร้างแรงกระตุ้นแก่นักเรียนได้	4.50	0.761	มากที่สุด

ตารางที่ 4.2

ค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
5.7 เจ้าหน้าที่ของสถาบันมีมนุษยสัมพันธ์ในการบริการ	4.19	0.987	มาก
5.8 เจ้าหน้าที่ของสถาบันสามารถตอบคำถามและข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับคอร์สเรียน	4.19	1.012	มาก
5.9 เจ้าหน้าที่ของสถาบันให้บริการด้วยความสุภาพ	4.31	0.917	มากที่สุด
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)			
6.1 การจัดตารางเรียนมีความถูกต้องเหมาะสม	4.38	0.798	มากที่สุด
6.2 สถาบันกวดวิชามีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	4.37	0.753	มากที่สุด
6.3 สถาบันกวดวิชามีการเตรียมความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนเป็นอย่างดี	4.53	0.678	มากที่สุด
6.4 สถาบันกวดวิชาให้ข้อมูลด้านการเรียน แนะนำการศึกษาต่อที่ถูกต้อง	4.28	0.916	มากที่สุด
6.5 สถาบันกวดวิชามีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	3.99	1.035	มาก
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)			
7.1 สถาบันกวดวิชามีชื่อเสียงที่ดี	4.49	0.780	มากที่สุด
7.2 สถาบันกวดวิชามีความสะอาด	4.57	0.611	มากที่สุด
7.3 สถาบันกวดวิชา มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี	4.46	0.688	มากที่สุด
7.4 สถาบันกวดวิชา มีอุปกรณ์การเรียนที่ครบถ้วน เช่น กระดาน เครื่องฉาย โต๊ะเรียน	4.51	0.712	มากที่สุด
7.5 ป้ายข้อความแสดงห้องเรียน และจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน	4.36	0.853	มากที่สุด

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นของตัวแปรอิสระทั้งสิ้นจำนวน 41 ตัวแปร ดังข้อมูลในตารางที่ 4.2 สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยในด้านบุคลากร (People) โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับครูผู้สอนมีค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นที่สูงที่สุด 5 ลำดับแรก และทั้ง 5 ปัจจัย มีระดับคะแนนอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยมากที่สุด เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยคะแนนแล้วจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความคิดเห็นสูงสุด 5 ลำดับแรก เรียงจากมากไปน้อยในปัจจัยดังต่อไปนี้ ปัจจัยครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.79 ปัจจัยครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.72 ปัจจัยครูผู้สอนสามารถถ่ายทอดเนื้อหาให้เข้าใจได้ง่าย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.69 ปัจจัยครูผู้สอนมีเทคนิคช่วยในการจดจำ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.65 และปัจจัยครูผู้สอนมีประสบการณ์สอนมายาวนาน คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.57

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 7 ด้านจากตัวแปรอิสระด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สามารถสรุปผลของปัจจัยแต่ละด้านได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีตัวแปรอิสระที่กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับความคิดเห็น มากที่สุด คือ หลักสูตรตรงตามความต้องการของผู้เรียนและตัวแปรด้านเนื้อหาของหลักสูตรมีความเข้มข้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ซึ่งแปลค่าระดับความคิดเห็นเป็น มากที่สุด ตัวแปรที่มีคะแนนเฉลี่ยรองลงมาคือ เอกสารประกอบการเรียนการสอนมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ปัจจัยด้านราคา (Price) มีตัวแปรอิสระที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนรองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 มีระดับความคิดเห็น มาก และราคาถูกกว่าสถาบันอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 มีระดับความคิดเห็น มาก

ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) มีตัวแปรอิสระที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ สามารถเดินทางโดยระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.5 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนรองลงมาคือ สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด และ สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น บ้าน หรือที่พัก โรงเรียน ศูนย์การค้าเข้าถึงได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีตัวแปรอิสระที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ สถาบันกวดวิชามีการโฆษณาให้ข้อมูลเกร็ดความรู้ด้านการเรียนต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ เช่น Facebook YouTube

เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มาก ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนรองลงมาคือ สถาบันกวดวิชาที่มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ลดราคา แคมคอร์สเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มาก และสถาบันกวดวิชาที่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อต่างๆ ที่ดึงดูดความสนใจ เช่น โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มาก

ปัจจัยด้านบุคลากร (People) มีตัวแปรอิสระที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนรองลงมาคือ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด และครูผู้สอนสามารถถ่ายทอดเนื้อหาให้เข้าใจได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) มีตัวแปรอิสระที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ สถาบันกวดวิชาที่มีการเตรียมความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนรองลงมาคือ การจัดตารางเรียนมีความถูกต้องเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด และสถาบันกวดวิชาที่มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) มีตัวแปรอิสระที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ สถาบันกวดวิชาที่มีความสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนรองลงมาคือ สถาบันกวดวิชามีอุปกรณ์การเรียนที่ครบถ้วน เช่น กระดาน เครื่องฉาย โต๊ะเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด และสถาบันกวดวิชาที่มีชื่อเสียงที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น มากที่สุด

ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 จากสถาบันกวดวิชา

ตัวแปรตาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
การตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร	4.35	0.804	ซื้ออย่างแน่นอน

งานวิจัยนี้มีตัวแปรตามเป็น ระดับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลในตารางที่ 4.3 สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับการตัดสินใจมากที่สุด โดยดูจากค่าเฉลี่ยคะแนนที่มีค่าเท่ากับ 4.35 ซึ่งสรุปได้ว่าการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาอย่างแน่นอนในครั้งต่อไป

4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน เพศ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน คะแนนเฉลี่ยสะสม ระดับชั้นของนักเรียน อาชีพของบิดา และอาชีพของมารดา กับตัวแปรตามคือ การตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ว่ามีความสัมพันธ์กันในทางสถิติหรือไม่ โดยทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ Independent Sample T-Test กับตัวแปรอิสระด้านเพศ และใช้การวิเคราะห์ One-Way ANOVA กับตัวแปรอิสระด้านรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน คะแนนเฉลี่ยสะสม ระดับชั้นของนักเรียน อาชีพของบิดา และอาชีพของมารดา

4.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

กำหนดการตั้งสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4

ค่าสถิติการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามเพศ

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
ชาย	104	4.42	0.746	1.116	0.265
หญิง	317	4.32	0.821		

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 4.4 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.265 ซึ่งเกินจากระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 แปลความหมายได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 อาจแสดงถึง ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนักเรียนเพศชายและเพศหญิงล้วนมีการตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกเรียนกวดวิชาจากสถาบันจากเป้าหมายในการเรียนที่ไม่ได้แตกต่างกันทั้งสองเพศ โดยอาจมีสาเหตุมาจากปัจจัยที่กดดันให้เลือกเรียนกวดวิชา เช่น การแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่สูงขึ้น หรือปัจจัยอื่นๆ ที่จะส่งผลให้เด็กนักเรียนทั้งเพศชายและหญิงเกิดการตัดสินใจเรียนกวดวิชาขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงใจ จิตรน้อม (2554) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนที่เพศต่างกัน ไม่มีความแตกต่างด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาในด้านต่างๆ อาทิ จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ยตลอด 1 ปีการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอม บุคคลที่แนะนำ และผลจากการทดสอบยังเป็นไปในทางเดียวกันกับ ผลจากการวิจัยของ อาแซ ยะเยรี (2557) ที่ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของรัฐในเขตจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านเพศไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนที่เรียนกวดวิชา

4.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

กำหนดการตั้งสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้

H_0 : รายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
น้อยกว่า 30,000	29	4.31	0.761	0.141
30,000-60,000	156	4.35	0.863	0.069
60,001-100,000	93	4.48	0.669	0.069
100,001-130,000	46	4.22	0.841	0.124
130,001-190,000	41	4.22	0.791	0.124
ตั้งแต่ 190,001 ขึ้นไป	56	4.34	0.837	0.112

ตารางที่ 4.6

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.224	5	0.645	0.998	0.419
Within Groups	268.144	415	0.646		
Total	271.368	420			

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 4.6 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.419 ซึ่งเกินจากระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 แปลความหมายได้ว่า รายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 อาจแสดงถึง ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร รายได้ของครอบครัวต่อเดือนในทุกๆ ช่วง รายได้ส่วนมีการตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกเรียนในสถาบันกวดวิชาที่ไม่ได้แตกต่างกัน โดยอาจมีสาเหตุมาจาก ค่านิยมและความจำเป็นที่ผู้ปกครองทุกระดับรายได้จะต้องส่งบุตรหลานเรียนกวดวิชาเพื่อให้แน่ใจว่า ได้รับการศึกษาที่พอเพียงที่จะไปสอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง หรือแม้กระทั่งค่าใช้จ่ายจากการเรียนกวดวิชาอาจในแต่ละเทอมอาจจะไม่มากเมื่อเทียบกับความพึงพอใจที่ได้ให้บุตรหลานได้เรียนกวดวิชาและผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนกวดวิชาที่ผู้ปกครองได้ลงทุนไปคุ้มค่ากับสิ่งที่คาดหวัง ชัดแย้งกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัติ (2558) ที่พบว่า ปัจจัยรายได้เฉลี่ยของครอบครัวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา และงานวิจัยของ อาแซ ยะเยรี (2557) ที่ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของรัฐในเขตจังหวัดสงขลา พบว่าปัจจัยด้านรายได้รวมของบิดาและมารดาต่อเดือนส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนที่เรียนกวดวิชา

4.4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านคะแนนเฉลี่ย สะสมกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับ
การตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ใน
เขตกรุงเทพมหานคร

กำหนดการตั้งสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้

H_0 : คะแนนเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์ส
เรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คะแนนเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์ส
เรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของ
นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

คะแนนเฉลี่ยสะสม	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
น้อยกว่า 3.00	59	4.12	0.984	0.128
3.01-3.50	146	4.32	0.742	0.061
3.51-4.00	216	4.43	0.780	0.053

ตารางที่ 4.8

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของ
นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.514	2	2.257	3.535	0.030
Within Groups	266.854	418	0.638		
Total	271.368	420			

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 4.8 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.030 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 แปลความหมายได้ว่า คะแนนเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 อาจแสดงถึง ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมมีส่วนทำให้การตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกเรียนในสถาบันกวดวิชาแตกต่างกัน ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ซึ่งผลแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมแต่ละกลุ่มกับการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

Multiple Comparison				
คะแนนเฉลี่ยสะสม		Mean Difference	Std. Error	Sig.
น้อยกว่า 3.00	3.01-3.50	-0.203	0.123	0.258
	3.51-4.00	-0.307	0.117	0.033
3.01-3.50	น้อยกว่า 3.00	0.203	0.123	0.258
	3.51-4.00	-0.104	0.086	0.479
3.51-4.00	น้อยกว่า 3.00	0.307	0.117	0.033
	3.01-3.50	0.104	0.086	0.479

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.9 พบว่า นักเรียนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 มีการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษมากกว่านักเรียนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสมมน้อยกว่า 3.00 อย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่านักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงจะมีตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษมากกว่าเพื่อให้ได้เกรดเฉลี่ยที่ดี หรือนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงจะมีเป้าหมายในการเข้ามหาวิทยาลัยที่สูงกว่าจึงมีการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา มากกว่าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรสุดา คุณมั่ง (2557) ในหัวข้อวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการ กวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านผลการเรียนเฉลี่ยสะสม ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขต

กรุงเทพมหานคร และเป็นไปในทางเดียวกันกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัติ (2558) ที่พบว่า ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยสะสม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา

4.4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านระดับชั้นของนักเรียนกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านระดับชั้นของนักเรียนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

กำหนดการตั้งสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้

H_0 : ระดับชั้นของนักเรียนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นของนักเรียนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามระดับชั้นของนักเรียน

ระดับชั้นของนักเรียน	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
มัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 3	43	4.35	0.686	0.105
มัธยมศึกษาปีที่ 4	75	4.21	0.920	0.106
มัธยมศึกษาปีที่ 5	119	4.35	0.766	0.070
มัธยมศึกษาปีที่ 6	184	4.40	0.803	0.059

ตารางที่ 4.11

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามระดับชั้นของนักเรียน

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.800	3	0.600	0.928	0.427
Within Groups	269.569	417	0.646		
Total	271.368	420			

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 4.11 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.427 ซึ่งเกินจากระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 แปลความหมายได้ว่า ระดับชั้นของนักเรียนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 อาจแสดงถึง ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร นักเรียนแต่ละระดับชั้นมีการตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกเรียนในสถาบันกวดวิชาที่ไม่ได้แตกต่างกัน โดยอาจมีสาเหตุมาจาก แนวคิดของนักเรียนในแต่ละระดับชั้นในเรื่องการตัดสินใจเรียนกวดวิชา มีความคล้ายคลึงกัน คือ ไม่ว่าจะอยู่ในระดับชั้นใด หากจะเรียนกวดวิชาต่างก็มีเหตุผล หรือแรงจูงใจในการเรียนที่คล้ายๆ กันคือ หากจะเลือกเรียนก็เพื่อจุดประสงค์หลักคือ ทบทวนความรู้เพื่อเข้าสอบสถาบันการศึกษา และเพื่อเสริมความรู้นอกจากชั้นเรียนในโรงเรียน ชัดแย้งกับงานวิจัยของ ดวงใจ จิตรน้อม (2554) ที่พบความสัมพันธ์ของระดับชั้นและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของพฤติกรรมการตัดสินใจมีความแตกต่างกันหากนักเรียนที่เรียนกวดวิชาศึกษาอยู่ในระดับชั้นที่แตกต่างกัน ซึ่งพฤติกรรมการตัดสินใจนี้ครอบคลุมในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย และด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกัน และ งานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัติ (2558) ที่พบว่า ปัจจัยด้านระดับชั้นของนักเรียน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา

4.4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของบิดาและอาชีพของมารดากับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านอาชีพของบิดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

กำหนดการตั้งสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้

H_0 : อาชีพของบิดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพของบิดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านอาชีพของมารดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

กำหนดการตั้งสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้

H_0 : อาชีพของมารดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพของมารดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามอาชีพของบิดา

อาชีพของบิดา	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ	93	4.26	0.908	0.094
พนักงานบริษัทเอกชน	93	4.39	0.708	0.073
ประกอบอาชีพส่วนตัว	176	4.39	0.763	0.058
อาชีพอิสระ พ่อบ้าน และอื่นๆ	59	4.29	0.892	0.116

ตารางที่ 4.13

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามอาชีพของบิดา

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.447	3	0.482	0.745	0.526
Within Groups	269.922	417	0.647		
Total	271.368	420			

ตารางที่ 4.14

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามอาชีพของมารดา

อาชีพของมารดา	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ	84	4.30	0.818	0.089
พนักงานบริษัทเอกชน	70	4.34	0.740	0.088
ประกอบอาชีพส่วนตัว	131	4.38	0.799	0.070
แม่บ้าน	95	4.27	0.827	0.085
อาชีพอิสระ และอื่นๆ	41	4.35	0.867	0.135

ตารางที่ 4.15

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งตามอาชีพของมารดา

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	0.715	4	0.179	0.275	0.894
Within Groups	270.654	416	0.651		
Total	271.368	420			

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติของสมมติฐานที่ 5 ในตารางที่ 4.13 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.526 ซึ่งเกินจากระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 แปลความหมายได้ว่า อาชีพของบิดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และจากผลการวิเคราะห์ทางสถิติของสมมติฐานที่ 6 ในตารางที่ 4.15 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.894 ซึ่งเกินจากระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 แปลความหมายได้ว่า อาชีพของมารดาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ผลจากการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยด้านอาชีพของบิดาและอาชีพของมารดาจึงอาจแสดงถึง ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร นักเรียนที่มีอาชีพของบิดาและอาชีพของมารดาแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกเรียนในสถาบันกวดวิชาที่ไม่ได้แตกต่างกัน โดยอาจมีสาเหตุมาจาก ความต้องการในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนไม่มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพของบิดาและอาชีพของมารดา เนื่องจากนักเรียนส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเรียนด้วยตนเอง หากจะเลือกเรียนก็เพื่อจุดประสงค์หลักคือ ทบทวนความรู้เพื่อเข้าสอบสถาบันการศึกษา และเพื่อเสริมความรู้นอกจากชั้นเรียนในโรงเรียน สอดคล้องกับผลจากการวิจัยของ อาแซ ยะเยริ (2557) ที่ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของรัฐในเขตจังหวัดสงขลา พบว่าปัจจัยด้านอาชีพบิดาและปัจจัยด้านอาชีพของมารดาไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนที่เรียนกวดวิชา อย่างไรก็ตาม ผลจากงานวิจัยนี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของ พรสุดา คุณมั่ง (2557) ศึกษา แรงจูงใจในการกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อาชีพของผู้ปกครอง ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

และ งานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัติ (2558) พบว่า อาชีพของผู้ปกครอง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย

ในขั้นแรก ก่อนที่จะทำการตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ ปัจจัยนั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 41 ตัวแปร โดยทดสอบที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 และพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระอย่างมีนัยสำคัญซึ่งจะส่งผลในการ วิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณต่อไป ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการทางสถิติ คือ การตรวจสอบความเหมาะสม ของข้อมูลในการวิเคราะห์ปัจจัย KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมของการ นำตัวแปรอิสระไปสกัดปัจจัยและวิธีวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยใหม่โดยจะ ทำให้ตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 41 ตัวแปรนั้น มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นใน ลำดับถัดไป

4.5.1 การตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ปัจจัย

ในการตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ปัจจัยนั้น ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เพื่อทดสอบความเหมาะสมของตัวแปร โดย พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่ง หากค่า KMO อยู่ในช่วง 0.5 ถึง 1 จะหมายถึงข้อมูลมีความเหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์ปัจจัย หากค่า KMO ต่ำกว่า 0.5 จะหมายถึงข้อมูลไม่มีความเหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์ปัจจัย

นอกจากนี้การตรวจสอบ Bartlett's Test of Sphericity ที่ทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 41 ตัวแปร ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยการทดสอบได้กำหนดให้มีระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 และตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

H_1 : ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

ตารางที่ 4.16

ค่า KMO และ Bartlett's Test of Sphericity

KMO และ Bartlett's Test of Sphericity		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.910
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8630
	df	820
	Sig.	0.000

จากข้อมูลในตารางที่ 4.16 ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.910 แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 41 ตัวแปรอยู่ในเกณฑ์ดีมาก และจากการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า Chi-Square มีค่า 8630 ด้านค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 จากการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจึงอธิบายผลได้ว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ดังนั้น จากค่าสถิติจากตารางจึงสามารถกล่าวได้ว่ามีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ปัจจัยในลำดับถัดไป

4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย

หลังจากการทดสอบความเหมาะสมในการนำปัจจัยทั้งสิ้น 41 ตัวแปร มาวิเคราะห์ปัจจัยแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อทำการสกัดปัจจัยและจัดกลุ่มปัจจัยให้มีความเหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์ด้วยการใช้ สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ซึ่งวิธีที่ผู้วิจัยได้ใช้เพื่อสกัดปัจจัยในงานวิจัยนี้คือ วิธี Principal Component Analysis (PCA) ทำการกำหนดการหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax และเลือกเกณฑ์พิจารณาจำนวนของกลุ่มปัจจัยที่สกัดทั้งสิ้นโดยใช้ค่า Eigenvalue ที่มีค่ามากกว่า 1 และเลือกค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 41 ตัว ที่มีค่า factor loading มากกว่า 0.30

ผลจากการวิเคราะห์โดยใช้วิธีข้างต้นทำให้ได้กลุ่มปัจจัยใหม่ทั้งสิ้น 10 กลุ่มปัจจัย และอธิบายค่าความแปรปรวนได้ 65.641% (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ข) ผลที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัยใหม่จากการวิเคราะห์ปัจจัย เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม แสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17

การเปรียบเทียบปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<p>1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) หลักสูตรตรงตามความต้องการของผู้เรียน 2) เนื้อหาของหลักสูตรมีความเข้มข้น 3) หลักสูตรมีความหลากหลาย 4) เอกสารประกอบการเรียนการสอนมีคุณภาพ 5) หลักสูตรตรงกับเนื้อหาที่ออกสอบ 6) หลักสูตรมีแบบฝึกหัดสำหรับฝึกฝนจำนวนมาก 7) หลักสูตรมีแนวข้อสอบเก่าให้ฝึกทำจำนวนมาก 8) หลักสูตรมีการสรุปเนื้อหาสั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ 	<p>1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) หลักสูตรตรงตามความต้องการของผู้เรียน 2) เนื้อหาของหลักสูตรมีความเข้มข้น 3) หลักสูตรมีความหลากหลาย 4) เอกสารประกอบการเรียนการสอนมีคุณภาพ 5) หลักสูตรตรงกับเนื้อหาที่ออกสอบ 6) หลักสูตรมีแบบฝึกหัดสำหรับฝึกฝนจำนวนมาก 7) หลักสูตรมีแนวข้อสอบเก่าให้ฝึกทำจำนวนมาก 8) หลักสูตรมีการสรุปเนื้อหาสั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ
<p>2. ปัจจัยด้านราคา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ 2) ราคาเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียน 3) ราคาถูกกว่าสถาบันอื่น 4) สามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้อย่างเหมาะสม 	<p>2. ปัจจัยด้านราคา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ 2) ราคาเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียน 3) ราคาถูกกว่าสถาบันอื่น

ตารางที่ 4.17

การเปรียบเทียบปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
(ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<p>3. ปัจจัยด้านสถานที่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) สามารถเดินทางโดยระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน 2) สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น บ้าน หรือที่พัก โรงเรียน ศูนย์การค้า 3) สถาบันมีที่จอดรถเพียงพอ 4) สถาบันกวดวิชาที่มีจำนวนสาขาหลายสาขา 5) สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ในที่หาเจอได้ง่าย 6) สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ 	<p>3. ปัจจัยด้านตำแหน่งที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทาง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) สามารถเดินทางโดยระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน 2) สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น บ้าน หรือที่พัก โรงเรียน ศูนย์การค้า เข้าถึงได้ง่าย <p>4. ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) สถาบันกวดวิชาที่มีจำนวนสาขาหลายสาขา 2) สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ในที่หาเจอได้ง่าย 3) สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ
<p>4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) สถาบันกวดวิชาที่มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ลดราคา แคมคอร์สเรียน 2) สถาบันกวดวิชาที่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อต่างๆ ที่ดึงดูดความสนใจ เช่น ไลน์ ป้ายโฆษณา 3) สถาบันกวดวิชาที่มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกร็ดความรู้ด้านการเรียนต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างสม่ำเสมอ เช่น Facebook YouTube เป็นต้น 	<p>5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) สถาบันกวดวิชาที่มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ลดราคา แคมคอร์สเรียน 2) สถาบันกวดวิชาที่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อต่างๆ ที่ดึงดูดความสนใจ เช่น ไลน์ ป้ายโฆษณา 3) สถาบันกวดวิชาที่มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกร็ดความรู้ด้านการเรียนต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างสม่ำเสมอ เช่น Facebook YouTube เป็นต้น

ตารางที่ 4.17

การเปรียบเทียบปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
(ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
4) สถาบันกวตวิชามีการประชาสัมพันธ์ตามสถาบันการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัดคอร์สเรียนระยะสั้นในสถาบันการศึกษา	4) สถาบันกวตวิชามีการประชาสัมพันธ์ตามสถาบันการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัดคอร์สเรียนระยะสั้นในสถาบันการศึกษา
5. ปัจจัยด้านบุคลากร <ol style="list-style-type: none"> 1) ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ 2) ครูผู้สอนสามารถถ่ายทอดเนื้อหาให้เข้าใจได้ง่าย 3) ครูผู้สอนมีประสบการณ์สอนมายาวนาน 4) ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 5) ครูผู้สอนมีเทคนิคช่วยในการจดจำ 6) ครูผู้สอนสามารถสร้างแรงกระตุ้นแก่นักเรียนได้ 7) เจ้าหน้าที่ของสถาบันมีมนุษยสัมพันธ์ในการบริการ 8) เจ้าหน้าที่ของสถาบันสามารถตอบคำถามและข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับคอร์สเรียน 9) เจ้าหน้าที่ของสถาบันให้บริการด้วยความสุภาพ 	6. ปัจจัยด้านครูผู้สอน <ol style="list-style-type: none"> 1) ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ 2) ครูผู้สอนสามารถถ่ายทอดเนื้อหาให้เข้าใจได้ง่าย 3) ครูผู้สอนมีประสบการณ์สอนมายาวนาน 4) ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 5) ครูผู้สอนมีเทคนิคช่วยในการจดจำ 6) ครูผู้สอนสามารถสร้างแรงกระตุ้นแก่นักเรียนได้
	7. ปัจจัยด้านพนักงานของสถาบันกวตวิชา <ol style="list-style-type: none"> 1) เจ้าหน้าที่ของสถาบันมีมนุษยสัมพันธ์ในการบริการ 2) เจ้าหน้าที่ของสถาบันสามารถตอบคำถามและข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับคอร์สเรียน 3) เจ้าหน้าที่ของสถาบันให้บริการด้วยความสุภาพ
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ <ol style="list-style-type: none"> 1) การจัดตารางเรียนมีความถูกต้องเหมาะสม 2) สถาบันกวตวิชามีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ 3) สถาบันกวตวิชามีการเตรียมความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนเป็นอย่างดี 	8. ปัจจัยด้านกระบวนการ <ol style="list-style-type: none"> 1) การจัดตารางเรียนมีความถูกต้องเหมาะสม 2) สถาบันกวตวิชามีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ 3) สถาบันกวตวิชามีการเตรียมความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนเป็นอย่างดี

ตารางที่ 4.17

การเปรียบเทียบปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
(ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
4) สถาบันกวตวิชาให้ข้อมูลด้านการเรียน และแนวทางการศึกษาต่อที่ถูกต้อง 5) สถาบันกวตวิชามีช่องทางการชำระเงินที่ หลากหลาย	4) สถาบันกวตวิชาให้ข้อมูลด้านการเรียน และแนวทางการศึกษาต่อที่ถูกต้อง
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ 1) สถาบันกวตวิชามีชื่อเสียงที่ดี 2) สถาบันกวตวิชามีความสะอาด 3) สถาบันกวตวิชามีบรรยากาศและ สภาพแวดล้อมที่ดี 4) สถาบันกวตวิชามีอุปกรณ์การเรียนที่ ครบถ้วน เช่น กระดาน เครื่องฉาย โต้ะเรียน 5) ป้ายข้อความแสดงห้องเรียน และจุดบริการ ต่างๆ มีความชัดเจน	9. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ 1) สถาบันกวตวิชามีชื่อเสียงที่ดี 2) สถาบันกวตวิชามีความสะอาด 3) สถาบันกวตวิชามีบรรยากาศและ สภาพแวดล้อมที่ดี 4) สถาบันกวตวิชามีอุปกรณ์การเรียนที่ ครบถ้วน เช่น กระดาน เครื่องฉาย โต้ะเรียน 5) ป้ายข้อความแสดงห้องเรียน และจุดบริการ ต่างๆ มีความชัดเจน
	10. ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้าน สถานที่และการชำระเงิน 1) สามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้อย่างเหมาะสม 2) สถาบันมีที่จอดรถเพียงพอ 3) สถาบันกวตวิชามีช่องทางการชำระเงินที่ หลากหลาย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ข้างต้น เพื่อให้การวิเคราะห์สอดคล้องกับปัจจัยใหม่ ผู้วิจัยได้ปรับสมมติฐานในงานวิจัยนี้ให้เหมาะสมตามกลุ่มปัจจัยใหม่ดังนี้

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านตำแหน่งที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทางมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านครูผู้สอนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านพนักงานของสถาบันกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 16 ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงินมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นเพื่อใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ คอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขต กรุงเทพมหานคร

เมื่อจัดกลุ่มปัจจัยใหม่จากวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression) เพื่อใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกรูปแบบการถดถอยปกติ (Enter Regression) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จากการทดสอบดังกล่าวได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.18

ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.617	0.380	0.365	0.641

จากค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) ที่มีค่าเท่ากับ 0.380 ดังแสดงในตารางที่ 4.18 แสดงว่าจากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 10 ตัวแปร จะสามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 38 และที่เหลืออีกร้อยละ 62 เกิดจากอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

ตารางที่ 4.19

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของตัวแบบ (Anova)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	103.140	10	10.314	25.137	0.000
	Residual	168.228	410	0.410		
	Total	271.368	420			

สมมติฐานในการวิเคราะห์สมการถดถอยของตัวแบบจากตารางที่ 4.19 แสดงได้ดังนี้
 H_0 : ปัจจัยที่ได้จากวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 10 ปัจจัยไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ

H_1 : มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ได้จากวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ดังนั้นจึงแปลความได้ว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ได้จากวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.20

ผลการวิเคราะห์เชิงพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา
ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Contant)	4.347	0.031		139.236	0.000
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.206	0.031	0.256	6.594	0.000
ปัจจัยด้านราคา	0.148	0.031	0.184	4.741	0.000
ปัจจัยด้านตำแหน่งที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทาง	0.060	0.031	0.075	1.932	0.054
ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.109	0.031	0.136	3.500	0.001
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.034	0.031	0.043	1.097	0.273
ปัจจัยด้านครูผู้สอน	0.355	0.031	0.442	11.354	0.000
ปัจจัยด้านพนักงานของสถาบันกวดวิชา	0.059	0.031	0.073	1.881	0.061
ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.141	0.031	0.175	4.508	0.000
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	0.101	0.031	0.125	3.223	0.001
ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงิน	-0.070	0.031	-0.087	-2.248	0.025

เมื่อพิจารณาค่า Sig. ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากข้อมูลในตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญมีจำนวน 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้าน

ครูผู้สอน ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงิน

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยดังตารางที่ 4.20 สามารถตอบสมมติฐานของงานวิจัยที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น ดังนี้

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 7 และตีความได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ว่า ในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร นักเรียนจะใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้ในการร่วมพิจารณาเลือกซื้อคอร์สเรียนกวดวิชา ได้แก่ หลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของผู้เรียน ความเข้มข้นของหลักสูตร ความหลากหลายของหลักสูตร คุณภาพของเอกสารประกอบการเรียน นอกจากนี้ นักเรียนยังใช้ปัจจัยในเรื่องของหลักสูตรที่มีการสรุปเนื้อหาสั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ รวมถึงจะตัดสินใจจากรายละเอียดของเนื้อหาที่ได้เรียนว่าตรงกับเนื้อหาที่ออกสอบหรือไม่ ทั้งนี้แบบฝึกหัดสำหรับฝึกฝนเป็นจำนวนมากและแนวข้อสอบเก่าที่มีให้ฝึกฝนล้วนเป็นสิ่งที่นักเรียนให้ความสำคัญ

ผลจากการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรา ขำวิเศษ (2557) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา คือ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของนักเรียน เช่น เนื้อหาคอร์สมีระดับพื้นฐาน ระดับเจาะลึก เนื้อหาตรงกับแนวข้อสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของเจียรนัย ตาใส (2556) ที่ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง หลักสูตรที่มีความหลากหลาย คุณภาพของเอกสารประกอบการเรียนการสอน เป็นปัจจัยลำดับที่สองที่นักเรียนให้ความสำคัญ และงานวิจัยของศรุตดา คณาฤทธิ์ (2557) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตตอนเมืองพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนที่เรียนกวดวิชา คือ ความหลากหลายของหลักสูตร และชื่อเสียงของสถาบันกวดวิชา

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 8 และตีความได้ว่า ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ว่า ในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร นักเรียนจะใช้ปัจจัยด้านราคาต่อไปนี้ในการร่วมพิจารณาเลือกซื้อคอร์สเรียนกวดวิชา ได้แก่ ราคาของคอร์สเรียนมีความเหมาะสมจำนวนชั่วโมงเรียน และเหมาะสมกับคุณภาพของการเรียนการสอน รวมถึง ปัจจัยด้านราคาที่ถูกกว่าสถาบันอื่นจะเป็นสิ่งที่นักเรียนใช้ประกอบการตัดสินใจอีกด้วย

ผลจากการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของรตา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ โดยนักเรียนจะตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันที่มีค่าเล่าเรียนถูกกว่าสถาบันอื่นหากคุณภาพอยู่ในระดับไม่แตกต่างกัน และทำการเปรียบเทียบความเหมาะสมของค่าเล่าเรียนและระยะเวลาของคอร์สเรียนรวมถึงคุณภาพการสอนอีกด้วย และงานวิจัยของ เจียรนัย ตาใส (2556) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ยังพบว่า ปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญคือ ราคาหลักสูตรการเรียนที่ถูกกว่าที่อื่นๆ นอกจากนี้ผลจากการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงปีที่ 6 ในด้านราคา คือ มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าคู่แข่ง

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านตำแหน่งที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทางมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.054 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 9 และตีความได้ว่า ปัจจัยด้านตำแหน่งที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทางไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมี

นัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ว่า ปัจจัยด้านตำแหน่งที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทาง ดังต่อไปนี้ ซึ่งได้แก่ การเดินทางไปสถาบันกวดวิชาโดยระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน รวมถึง สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น บ้าน หรือที่พัก โรงเรียน ศูนย์การค้า เข้าถึงได้ง่าย ไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจากความสะดวกในการเดินทาง ที่มากขึ้นในปัจจุบัน และทำเลที่ตั้งของสถาบันกวดวิชาชื่อดังต่างอยู่ในทำเลที่ใกล้กับระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน และสถาบันกวดวิชาชื่อดังส่วนใหญ่มักเลือกสถานที่ตั้งที่ใกล้กับสถานที่สำคัญ เช่น บ้าน หรือที่พัก โรงเรียน ศูนย์การค้า ซึ่งส่งผลให้ปัจจัยดังที่กล่าวมา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขต กรุงเทพมหานคร

ผลจากการศึกษาดังกล่าวขัดแย้งกับงานวิจัยของเจียรนัย ตาใส (2556) ทำการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียน โดยมีปัจจัยของ สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาที่อยู่ใกล้สถานศึกษาและที่พักของตนเป็นปัจจัยลำดับแรกที่นักเรียนให้ความสำคัญ และปัจจัยลำดับที่สองและสามที่นักเรียนให้ความสำคัญคือ ความใกล้ของสถาบันกับ ศูนย์การค้า และ ความโดดเด่นของสัญลักษณ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งที่นักเรียนให้ความสำคัญ ต่อมาตามลำดับ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ สาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียน กวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงปีที่ 6 ในด้านสถานที่ คือ สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย นอกจากนี้ ผลจากการศึกษายังขัดแย้งกับงานวิจัยของ ศรุตาคณาฤทธิ์ (2557) ซึ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตตอนเมือง พบว่า นักเรียนที่เรียนกวดวิชาได้ให้ความสำคัญกับกวดวิชาที่อยู่ ใกล้บ้านหรือโรงเรียนกวดวิชาที่ใกล้โรงเรียนมากที่สุด รวมถึง ปัจจัยของที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชาที่ควร ใกล้กับศูนย์การค้าเป็นปัจจัยที่นักเรียนที่เรียนกวดวิชานอกเขตตอนเมืองได้ให้ความสำคัญ

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 10 และตีความได้ว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ

ซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ว่า ในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร นักเรียนจะใช้ปัจจัยด้านตำแหน่งที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทางดังต่อไปนี้ในการร่วมพิจารณาเลือกซื้อคอร์สเรียนกวดวิชา ได้แก่ สถาบันกวดวิชาที่มีหลายสาขา ตั้งอยู่ในที่หาเจอได้ง่าย และตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ

ผลจากการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงปีที่ 6 ในด้านสถานที่ คือ สามารถหาที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาได้ง่าย

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.273 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 11 และตีความได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดดังต่อไปนี้ ซึ่งได้แก่ การจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ลดราคา แคมเปญคอร์สเรียน การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อต่างๆ ที่ดึงดูดความสนใจ เช่น ใบบลิว ป้ายโฆษณา การโฆษณาให้ข้อมูล เกร็ดความรู้ด้านการเรียนต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างสม่ำเสมอ เช่น Facebook YouTube การประชาสัมพันธ์ตามสถาบันการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดคอร์สเรียนระยะสั้นในสถาบันการศึกษา ล้วนไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจาก การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากสถาบันกวดวิชาโดยส่วนมากเป็นสิ่งที่นักเรียนพบเห็นเป็นประจำอยู่แล้ว การส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นการทำให้เกิดการรับรู้ในตราสินค้านั้น (Brand awareness) แต่กลับไม่ได้เป็นปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการตัดสินใจว่าจะซื้อคอร์สเรียนกวดวิชาจากสถาบันนั้นหรือไม่ อันเนื่องมาจาก อาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่นักเรียนได้ใช้เพื่อพิจารณามากกว่าปัจจัยดังกล่าว อาทิ ความคิดเห็นจากเพื่อนหรือรุ่นพี่ที่เคยไปเรียน และชื่อเสียงของสถาบันกวดวิชา ที่เป็นปัจจัยที่นำมาใช้ตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนกวดวิชาจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่า

ผลจากการศึกษาดังกล่าวขัดแย้งกับงานวิจัยของเจียรนีย์ ตาใส่ (2556) ซึ่งทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การส่งเสริมการขายด้านสื่อโฆษณาที่หลากหลายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เช่น การทำเว็บไซต์ของสถาบัน มีเพจเฟซบุ๊ก และมีแผ่นพับ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลกับ สถาบันการศึกษา เช่น การแนะนำสถาบันกวดวิชาให้เป็นที่รู้จักตามโรงเรียนต่างๆ ล้วนเป็นปัจจัยที่ นักเรียนให้ความสำคัญ และขัดแย้งกับงานวิจัยของอรรควิทย์ ต้นติวาณิชย์พงศ์ (2550) ที่ศึกษาปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวด วิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยนักเรียนจะ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดผ่านทางเว็บไซต์ นอกจากนี้ นักเรียนยังให้ความสนใจกับการ ลดค่าเล่าเรียนให้กับสมาชิกของสถาบันอีกด้วย

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านครูผู้สอนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษ จากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 12 และตีความได้ว่า ปัจจัย ครูผู้สอนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับ มัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ว่า ปัจจัย ด้านครูผู้สอนดังต่อไปนี้ ซึ่งได้แก่ ความรู้ความสามารถ สามารถถ่ายทอดในการถ่ายทอดเนื้อหาให้ เข้าใจได้ง่าย สามารถสร้างแรงกระตุ้นแก่นักเรียนได้ รวมถึงประสบการณ์สอนที่ยาวนาน การมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี และการมีเทคนิคช่วยในการจดจำของครูผู้สอน ล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขต กรุงเทพมหานคร

ผลจากการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจียรนีย์ ตาใส่ (2556) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการสอนและประสบการณ์การทำงานของครูผู้สอนถือเป็น ปัจจัยแรกที่นักเรียนที่เรียนกวดวิชาให้ความสำคัญ รวมถึงความเป็นกันเองระหว่างครูผู้สอนและนักเรียน ที่เป็นปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นลำดับถัดมา ส่วนความรู้ความสามารถของครูผู้สอนเป็นปัจจัย ลำดับที่สามที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียน และงานวิจัยของ นิชาภา ภาปัทมาสน์ (2555) ที่ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านความเป็นกันเองของครูผู้สอนเป็น

หลัก และครูผู้สอนมีความเข้าใจนักเรียน มนุษย์สัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนระดับมัธยมปลายในระดับมากที่สุดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันกวดวิชา

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านพนักงานของสถาบันกวดวิชามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.061 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 9 และตีความได้ว่า ปัจจัยด้านพนักงานของสถาบันกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ว่า ปัจจัยด้านพนักงานของสถาบันกวดวิชาดังต่อไปนี้ ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ของสถาบันมีมนุษยสัมพันธ์ในการบริการ เจ้าหน้าที่ของสถาบันสามารถตอบคำถามและข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับคอร์สเรียน และเจ้าหน้าที่ของสถาบันให้บริการด้วยความสุภาพ ล้วนไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากนักเรียนอาจไม่ได้นำลักษณะการให้บริการของพนักงานของสถาบัน กวดวิชามาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา รวมถึงไม่ได้คาดหวังถึงการบริการจากพนักงานสถาบันกวดวิชามากนักเพราะการบริการของพนักงานในแต่ละสถาบันก็อาจมีความคล้ายคลึงกัน รวมถึงในการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา นักเรียนมักจะคำนึงถึงเรื่องการเรียนการสอนมากกว่า

ผลจากการศึกษาขัดแย้งกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรี ของ จิรา ขำวิเศษ (2557) พบว่า พนักงานของสถาบันที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางการศึกษาต่อ แก่นักเรียนและผู้ปกครองเป็นอย่างดีเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเรียนโรงเรียนกวดวิชา

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 14 และตีความได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการดังต่อไปนี้ ซึ่งได้แก่ การจัดตารางเรียนมีความถูกต้องเหมาะสม ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ การเตรียมความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนเป็นอย่างดี รวมถึง

การให้ข้อมูลด้านการเรียน แนะนำการศึกษาต่อที่ถูกต้องของสถาบัน ล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลจากการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ รตา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระบบการจัดการ เช่น การจัดการฐานข้อมูลสำหรับการจัดการเรียนการสอน รวมถึงข้อมูลของผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพก็เป็นปัจจัยที่ผู้เรียนให้ความสำคัญอีกด้วย และเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมในการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษนอกเหนือจากหลักสูตรการเรียนภาษาอังกฤษ และงานวิจัยของ ศรุตาคณาฤทธิ์ (2557) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตดอนเมือง พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการมีอิทธิพลต่อนักเรียนนอกเขตดอนเมืองที่เรียนกวดวิชาสูงกว่านักเรียนกลุ่มอื่น

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 15 และตีความได้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพดังต่อไปนี้ ซึ่งได้แก่ ชื่อเสียง บรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดีของสถาบันกวดวิชา สถาบันกวดวิชาที่มีอุปกรณ์การเรียนที่ครบถ้วน เช่น กระดาน เครื่องฉาย โต๊ะเรียน รวมถึง ความสะอาดของสถาบันกวดวิชา และป้ายข้อความแสดงห้องเรียน และจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน ล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลจากการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจียรนัย ตาใส (2556) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ สถาบันควรมีการอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีสื่อสารสนเทศ เช่น มีอินเทอร์เน็ตไว้บริการนักเรียน ความทันสมัยของสื่อที่ใช้ในการเรียนการสอนและอุปกรณ์การเรียนรวมถึงจำนวนของสื่อและอุปกรณ์ควรมีอย่างพอเพียง ลักษณะทางกายภาพ เช่น สภาพแวดล้อมของสถาบันควรมีความสวยงามและน่าเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รตา วราวิริยะพงศ์ (2557) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และลักษณะทางกายภาพที่ผู้เรียน

สามารถมองเห็นได้ เช่น อุปกรณ์การเรียนที่เหมาะสม บรรยากาศที่ดีในการเรียน มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาศาสน์กวดวิชาภาษาอังกฤษ

สมมติฐานที่ 16 ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงินที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ผลของตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ โดยมีค่าเท่ากับ -0.087 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 16 และตีความได้ว่า ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ว่า ปัจจัยด้านด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงินดังต่อไปนี้ ซึ่งได้แก่ สามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้อย่างเหมาะสม สถาบันกวดวิชาที่มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย รวมถึงสถาบันที่มีที่จอดรถเพียงพอ ล้วนส่งผลให้การตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนลดลง โดยอาจมีสาเหตุจาก นักเรียนรับรู้และเข้าใจว่า ราคาคอร์สเรียนของสถาบันมีราคาแพง สถาบันกวดวิชาถึงจำเป็นต้องมีทางเลือกในการชำระเงินเป็นการผ่อนชำระค่าเรียน ปัจจัยช่องทางการชำระเงินที่มากเกินไปอาจเป็นภาระในการตัดสินใจของนักเรียนถึงช่องทางการชำระเงินที่เหมาะสมของตนทำให้เกิดความล่าช้าในการตัดสินใจได้ นอกจากนี้นักเรียนอาจตีความว่าการมีสถานที่จอดรถเพียงพอ แสดงถึงความจำเป็นในการใช้รถเดินทางมาเรียนเพราะสถานที่เรียนอยู่ไกล และไม่สามารถเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดินได้อย่างสะดวก

ผลจากการศึกษาดังกล่าวขัดแย้งกับงานวิจัยของสาลินี คันธวะ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงปีที่ 6 คือ สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนเป็นงวด และงานวิจัยของ ศรุตตา คณาฤทธิ์ (2557) ซึ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตดอนเมือง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนที่เรียนกวดวิชา คือ สามารถผ่อนชำระเป็นงวดและความยืดหยุ่นของช่วงเวลา กำหนดชำระเงิน นอกจากนี้ผลจากการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรา ขำวิเศษ (2557) ที่ผลวิจัยกล่าวว่า การที่สถาบันมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น การจ่ายเงินสด การโอนผ่านธนาคาร หรือจ่ายผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรีอีกด้วย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ นำผลวิจัยที่ได้ไปศึกษา พัฒนา ปรับปรุงบริการทางการศึกษาทั้งในสถาบันการศึกษาและสถาบันกวดวิชา ให้เหมาะสมกับลักษณะพฤติกรรม การเลือกซื้อคอร์สเรียน และความต้องการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิเคราะห์จากปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลจากงานวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 75.3 และเพศชาย ร้อยละ 24.7 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 16-18 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 80.5 ผู้ตอบแบบสอบถามกว่า ร้อยละ 43.7 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และคะแนนเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 3.51 ถึง 4.00 ร้อยละ 51.3 ขณะที่ข้อมูลด้านอาชีพของทั้งบิดาและมารดา พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพส่วนตัว โดย อาชีพของบิดาคิดเป็นร้อยละ 41.8 และอาชีพของมารดาคิดเป็นร้อยละ 31.1 อีกทั้งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 37.1 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัว อยู่ที่ช่วงรายได้ 30,000 บาท ถึง 60,000 บาทต่อเดือน

5.1.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลจากงานวิจัยพบว่า ลักษณะพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมได้ดังนี้ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 76.72 เหตุผลหลักที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนกวดวิชาคือ เพื่อทบทวนความรู้เพื่อสอบเข้าสถาบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.77 โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อคอร์สเรียนในรายวิชาภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 22.79 นอกจากนี้ ลักษณะการเลือกช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาในวันจันทร์-ศุกร์ พบว่า ร้อยละ 29.32 เลือกเรียนในช่วงเวลา 15.01-18.00 น. ส่วนการเรียนกวดวิชาในวันเสาร์-อาทิตย์ เลือกเรียนในช่วงเวลา 13.00-15.00 น. มากที่สุด คิดเป็น

ร้อยละ 35.89 โดยที่จำนวนคอร์สเรียนโดยเฉลี่ยต่อปีมากที่สุดคือ 3-4 คอร์สเรียน คิดเป็นร้อยละ 34.92 และมีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาประมาณ 10,000-30,000 บาทโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.36

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างด้านสถาบันกวดวิชาที่เรียนอยู่ในปัจจุบันหรือชอบเรียนพบว่า ร้อยละ 34 เลือกสถาบันอื่นๆ และรองลงมาเลือกสถาบัน Ondemand ร้อยละ 12 Enconcept และเคมีโอ.อู๋ ร้อยละ 11 We By The Brain ร้อยละ 10

5.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ของตัวแปรอิสระทั้ง 41 ตัวแปร ด้วยวิธีหมุนแกนแบบ varimax พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยได้จัดกลุ่มปัจจัยใหม่ออกเป็น 10 ปัจจัย ซึ่งได้นำไปวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 7 ปัจจัย โดยเมื่อเรียงลำดับค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านครูผู้สอน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวกปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงิน ในขณะที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงานของสถาบันกวดวิชา และปัจจัยด้านที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทาง เป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

5.1.3.1 ปัจจัยด้านครูผู้สอน

ส่งผลการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด เพราะ ครูผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถรวมถึงมีประสบการณ์สอนที่ยาวนาน สามารถถ่ายทอดในการถ่ายทอดเนื้อหาให้นักเรียนเข้าใจได้ง่ายและสร้างแรงกระตุ้นแก่นักเรียนได้ และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเด็กนักเรียนมีเทคนิคช่วยในการจดจำของครูผู้สอน ล้วนเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้นักเรียนให้อยากเรียนและเลือกเรียนกับสถาบันกวดวิชา

5.1.3.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ส่งผลการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงถึง หลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของผู้เรียน ความเข้มข้นของหลักสูตร ความหลากหลายของหลักสูตร คุณภาพของเอกสารประกอบ

การเรียน หลักสูตรมีการสรุปเนื้อหาสั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ รวมถึงมีเนื้อหาที่ตรงกับที่ออกสอบ แบบฝึกหัดสำหรับฝึกฝนเป็นจำนวนมากและแนวข้อสอบเก่าที่มีให้ฝึกฝนล้วนเป็นสิ่งที่นักเรียนให้ความสำคัญเพราะตรงกับความต้องการที่จะเรียนไปเพื่อใช้สอบตามจุดประสงค์ของคอร์สเรียนนั้นๆ และการเรียนด้วยวิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่ช่วยให้ฝึกฝนในสิ่งที่จะต้องสอบ ด้วยวิธีการช่วยให้จดจำได้เร็วและง่ายขึ้น

5.1.3.3 ปัจจัยด้านราคา

ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบัน กวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงถึงราคาของคอร์สเรียนมีความเหมาะสมจำนวนชั่วโมงเรียน เหมาะสมกับคุณภาพของการเรียนการสอน และปัจจัยด้านราคาที่ถูกกว่าสถาบันอื่น ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่นักเรียนใช้เปรียบเทียบคอร์สเรียนระหว่างสถาบันกวดวิชาต่างๆ เพื่อเลือกพิจารณาว่าควรเรียนกับสถาบันใด

5.1.3.4 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงถึง การจัดการเรียนมีความถูกต้องเหมาะสม ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ การเตรียมความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนเป็นอย่างดี รวมถึงการให้ข้อมูลด้านการเรียน แนะนำการศึกษาต่อที่ถูกต้องของสถาบัน ล้วนเป็นปัจจัยที่นักเรียนใช้พิจารณาถึงการบริการที่จะได้รับหลังจากที่ซื้อ คอร์สเรียนไปแล้ว และสามารถทำให้เกิดความประทับใจต่อการบริการของสถาบันได้

5.1.3.5 ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก
ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงถึง หากสถาบันกวดวิชา มีหลายสาขา ตั้งอยู่ในที่หาเจอได้ง่าย และตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ อาจเป็นปัจจัยที่ทำให้นักเรียนสามารถเข้าถึงบริการของสถาบันกวดวิชาได้อย่างสะดวกสบายจากการมีหลายสาขาให้เลือกเรียน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายเมื่อไปเรียน

5.1.3.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงถึง ชื่อเสียง บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมที่ดีของสถาบันกวดวิชา การมีอุปกรณ์การเรียนที่ครบถ้วน เช่น กระดาน เครื่องฉาย โต้ะเรียน รวมถึง ความสะอาดของสถาบันกวดวิชา และป้ายข้อความแสดงห้องเรียน และจุดบริการ

ต่างๆ มีความชัดเจน เป็นสิ่งที่นักเรียนคำนึงถึงเมื่อเข้าไปเรียนแล้ว หากปัจจัยข้างต้นไม่พร้อมใช้งาน ห้องเรียนสกปรก บรรยากาศในการเรียนไม่ดี ก็จะทำให้นักเรียนไม่มีสมาธิในการเรียนและลดประสิทธิภาพในการเรียนรู้ลง

5.1.3.7 ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงิน

ส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงถึง การที่สถาบันกวดวิชาที่มีทางเลือกในการชำระเงินเป็นการผ่อนชำระค่าเรียน อาจทำให้นักเรียนรับรู้และเข้าใจว่า ราคาคอร์สเรียนของสถาบันมีราคาแพง จึงจำเป็นต้องมีการผ่อนชำระ ในด้านสถาบันกวดวิชาที่มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ส่วนหนึ่งอาจถูกมองว่าเป็นข้อดีที่ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกการชำระเงินมากขึ้น แต่หากมีช่องทางการชำระเงินที่มากเกินไปอาจเป็นภาระในการตัดสินใจของนักเรียนถึงช่องทางในการชำระเงินที่เหมาะสมของตนทำให้เกิดความล่าช้าในการตัดสินใจได้ รวมถึงหากสถาบันมีที่จอดรถเพียงพอ อาจบ่งบอกว่าสถานที่เรียนอยู่ไกล และไม่สามารถเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดินได้อย่างสะดวก จึงจำเป็นต้องมีที่จอดรถเพื่อให้สามารถเดินทางมายังสถาบันได้สะดวกยิ่งขึ้น

5.1.3.8 ด้านความแตกต่างของปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์

โดยใช้วิธี Independent-Samples T-Test และ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า คะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการที่คะแนนเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกันซึ่งอาจเกิดจากลักษณะแรงจูงใจและการให้ความสำคัญในการเลือกเรียนกวดวิชาของแต่ละช่วงคะแนนเฉลี่ยสะสมที่ไม่เหมือนกัน โดยพบว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนเฉลี่ยสะสมจะมากขึ้นตามระดับคะแนนเฉลี่ย แสดงถึง หากนักเรียนมีเกรดเฉลี่ยสูงขึ้นก็อาจต้องการเรียนกวดวิชามากขึ้น นอกจากนี้ผลการวิจัย พบความแตกต่างของระดับการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนจากสถาบันกวดวิชาระหว่างกลุ่มคะแนนเฉลี่ยสะสมน้อยกว่า 3.00 และกลุ่มนักเรียนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.51-4.00 อย่างมีนัยสำคัญ

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

ผลจากการศึกษาในงานวิจัยนี้ได้สรุปถึงพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลจากการงานวิจัยนี้อาจเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการเพื่อนำไปพัฒนาการบริการ และ กลยุทธ์ทางการตลาดกับธุรกิจด้านกวดวิชาของตนเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของ

กลุ่มเป้าหมาย โดยผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ประกอบการได้พิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครไว้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านครูผู้สอน ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกครูที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์สอนที่ยาวนาน มีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาให้นักเรียนเข้าใจได้ง่ายและสร้างแรงกระตุ้นแก่นักเรียนได้ โดยอาจมีการสร้างแรงจูงใจให้กับครูผู้สอนโดยใช้การจัดการด้านทรัพยากรคน (Human Resource Management) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น การสร้างระบบวัดผลงานครูที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดครูที่สอนเก่ง รวมถึงจุดแข็งของครูหากมีเทคนิคช่วยให้นักเรียนจดจำได้ดีโดยอาจใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์มาช่วยทำการตลาดร่วมด้วย

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่เป็นหัวใจหลักของการทำธุรกิจกวดวิชาคือ ควรมีทีมออกแบบ หลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของผู้เรียน พัฒนาเนื้อหาให้ตรงกับสิ่งที่จะออกสอบประเมินถึงความเข้มข้นของหลักสูตร ความหลากหลายของหลักสูตร ควรมีการพัฒนาคุณภาพของเอกสารประกอบการเรียนให้มีความทันสมัยและตรวจสอบถามถูกต้องรวมถึงอัปเดตความรู้ใหม่อยู่เสมอ นอกจากนี้สถาบันกวดวิชาอาจจัดทำสรุปเนื้อหาสั้นๆ ให้ง่ายต่อการจดจำ เพื่อให้นักเรียนสามารถใช้ทบทวนได้ ซึ่งหากทำสรุปเนื้อหาได้ดีแล้ว นักเรียนที่มาเรียนก็จะเกิดการบอกต่อและอาจเป็นสิ่งที่ช่วยให้นักเรียนที่ไม่เคยเรียนตัดสินใจเลือกเรียนได้ง่ายขึ้น

3. ปัจจัยด้านราคา ควรพิจารณาถึงระดับราคาของคอร์สเรียนว่ามีความเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียน เหมาะสมกับคุณภาพของการเรียนการสอน และควรตรวจสอบ เปรียบเทียบราคาคอร์สกับสถาบันอื่นที่เป็นคู่แข่งทางตรงอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้อีกทางหนึ่ง

4. ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกระบวนการในการให้บริการ โดยเฉพาะกรณีเมื่อมีนักเรียนเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เช่น ควรมีการจัดการที่ดี มีการวางระบบงานบริการ ทั้งการให้คำปรึกษาด้วยข้อมูลที่อัปเดตและถูกต้องกับนักเรียนในเรื่องตารางเรียนและเรื่องการวางแผนการเรียนต่อ ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เพื่อให้งานบริการสร้างความประทับใจให้กับนักเรียนและผู้ปกครองเมื่อเข้ารับบริการ ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่นักเรียนใช้พิจารณาถึงการบริการที่จะได้รับหลังจากที่ซื้อคอร์สเรียนไปแล้ว

5. ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวก การคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชา เช่น การเพิ่มจำนวนสาขา มีสถานที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่หาเจอได้ง่าย และการเลือกทำเลที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ อาจเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักเรียนเกิดการรับรู้ว่า หากเลือกเรียนกับ

สถาบันแล้วนักเรียนจะสามารถเข้าถึงบริการของสถาบันกวดวิชาได้อย่างสะดวกเนื่องจากมีหลายสาขา และมีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย

6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ สถาบันควรให้ความสำคัญกับการสร้างชื่อเสียงของสถาบันให้เกิดการบอกต่อคุณภาพของการเรียนการสอน และคำนึงถึงบรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในสถาบันกวดวิชาที่ดี รวมถึง สถาบันกวดวิชาควรตรวจสอบความครบถ้วนของอุปกรณ์การเรียน เช่น กระดาน เครื่องฉาย โต้ะเรียน ความสะอาดของสถาบันกวดวิชา และป้ายข้อความแสดงห้องเรียน และจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน เนื่องจากเป็นสิ่งที่นักเรียนพบเห็นเมื่อเข้าไปเรียนแล้ว หากปัจจัยข้างต้นไม่พร้อมใช้งาน ห้องเรียนสกปรก บรรยากาศในการเรียนไม่ดี ก็จะทำให้นักเรียนไม่มีสมาธิในการเรียนและลดประสิทธิภาพในการเรียนรู้ และเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสถาบัน

7. ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงิน ส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบัน กวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการจึงควรพิจารณาถึงความเหมาะสมในการเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินเป็นการผ่อนชำระค่าเรียน โดยต้องพิจารณาจากระดับราคาของคอร์สเรียน หากคอร์สเรียนไม่ได้มีราคาสูงมาก ประเมินแล้วราคาอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ การเสนอวิธีการผ่อนชำระจึงอาจใช้เป็นกรณีๆ ไป นอกจากนี้อาจปรับวิธีการนำเสนอถึงช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายเป็นการสอบถามนักเรียน หรือผู้ปกครองถึงช่องทางที่สะดวกในการชำระเงินแล้วจึงนำเสนอเพียงบางช่องทางเท่านั้น รวมถึงหากสถาบันมีที่จอดรถเพียงพอทำให้นักเรียนเกิดการรับรู้ที่ สถานการณ์ที่เรียนอยู่ไกล และไม่สามารถเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดินได้อย่างสะดวก จึงอาจนำเสนอรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเป็นลำดับแรกก่อนการเดินทางด้วยรถยนต์

8. ผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงกลยุทธ์ทางการตลาด และการออกแบบคอร์สเรียนเพิ่มเติมเฉพาะกลุ่ม โดยอาจวิเคราะห์ลักษณะความต้องการของนักเรียนแต่ละกลุ่มระดับคะแนนเฉลี่ย เช่น กลุ่มคะแนนเฉลี่ยสะสมน้อยกว่า 3.00 และกลุ่มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในช่วง 3.51-4.00 เนื่องจากแต่ละกลุ่มอาจมีความต้องการ ความสนใจในรูปแบบการเรียนที่แตกต่างกัน และอาจนำไปใช้เพื่อแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ทำให้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง และประหยัดงบประมาณในด้านการตลาดได้อีกทางหนึ่ง

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีการกระจายแบบสอบถามออนไลน์ทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ ทั้ง Facebook Line และ Twitter และเนื่องจากการเก็บแบบสอบถามใช้ระยะเวลาเพียง 26 วัน (ตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ.2559 ถึงวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559) และต้องทำการกรองข้อมูลโดยเลือก

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 เท่านั้น จึงทำให้ต้องใช้ระยะเวลานานในการกระจายแบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการอื่นร่วมด้วย เช่น การฝากลิ้งค์ออนไลน์ไว้กับสถาบันกวดวิชา โดยฝากลิ้งค์ออนไลน์ไว้กับสถาบันกวดวิชาต่างๆ ในบริเวณเขตพญาไท ซึ่งในบางแห่งต้องมีการขออนุญาตและใช้ระยะเวลานานในการดำเนินการ จึงสามารถฝากลิ้งค์ออนไลน์ไว้ได้เพียงบางแห่งเท่านั้น ดังนั้น ผลจากงานวิจัยอาจไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครได้ทั้งหมด ดังนั้น หากมีผู้ที่จะนำผลจากงานวิจัยนี้ไปประกอบการตัดสินใจต่างๆ ควรระมัดระวังหากจะนำผลวิเคราะห์จากข้อมูลเชิงสถิตินี้ไปอ้างอิง

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

1. เนื่องจากงานวิจัยนี้ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการกระจายแบบสอบถามเท่านั้น จึงอาจทำให้ยังขาดข้อมูลเชิงลึกบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างชัดเจนในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 จึงควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ผลจากการวิจัยสามารถอธิบายลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาต่างๆ และสถาบันกวดวิชา ให้เกิดการพัฒนาด้านการบริการของทางสถาบันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

2. จากการที่สถาบันกวดวิชาที่มีในกรุงเทพมหานครแต่ละสถาบันมีขนาดของสถาบันแตกต่างกัน ความสามารถในการรองรับจำนวนนักเรียนแตกต่างกัน อีกทั้งจำนวนสาขาของสถาบันยังไม่เท่ากันจึงอาจทำให้ปัจจัยที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์บางอย่างแตกต่างกัน เพื่อให้การวิเคราะห์มีความแม่นยำมากขึ้นจึงควรกำหนดกรอบการวิจัยเพิ่มเติมโดยระบุกลุ่มสถาบันที่สนใจโดยคำนึงถึงลักษณะธุรกิจและขนาดที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งจะทำให้ข้อมูลที่ได้เหมาะสมในการไปกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจต่อไป

3. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบอกต่อถึงการใช้บริการ เพื่อนำมาปรับใช้กับแผนกลยุทธ์ และแผนการตลาดได้ซึ่งจะส่งผลให้สถาบันสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าได้ในอนาคต

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- มนวิภา ผดุงสิทธิ์ และคณะ. (2555). *การวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

บทความวารสาร

- จิรา ขำวิเศษ. (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 8 (17), 55-71.
- พรสุดา คุณมั่ง. (2557). แรงจูงใจในการกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขต กรุงเทพมหานคร. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*, 4 (3), 337-353.

วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

- กิตติพงษ์ ประวัตติ. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา*. (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยทักษิณ, คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ.
- คัทลียา จิโนเขียว. (2556). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษในจังหวัดปทุมธานี*. (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.
- เจียรนัย ตาใส่. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.

- ดวงใจ จิตรน้อม. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาการตลาด.
- นิชาภา ภาปัทมาสน์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, สาขาวิชาการประกอบการ.
- รตา วราวิริยะพงศ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียน ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- สาลินี คันธวะ. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- ศรุตตา คณาฤทธิ์. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถาบันกวดวิชา กรณีศึกษา นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตตอนเมือง. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์.
- อรรควิทย์ ดันติวานิชย์พงศ์. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- อรุณ จุติผล. (2551). การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, สาขาวิทยาการจัดการ.
- อาแซ ยะเยริ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของรัฐในเขตจังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สาขารัฐประศาสนศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กลุ่มงานจัดการฐานข้อมูลกลุ่มพัฒนาระบบสารสนเทศศูนย์สารสนเทศ สป.ศธ. (2542). ลิขิตและหน้าที่ทางการศึกษา. สืบค้นจาก <http://www.moe.go.th/hp-vichai/ex-prb05-2.htm>

- ประชาชาติธุรกิจ. (27 มีนาคม 2558). *SCB EIC วิเคราะห์โอกาสการเติบโตของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาและผลจากการเก็บภาษี*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2559 จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1427428302
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). *โรงเรียนกวดวิชาปี'58 แข่งขันรุนแรงขึ้น...คาด จำนวนนักเรียนไม่ลดลง ส่งผลให้ตลาดยังคงเติบโต 6.8%*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2559 จาก <https://www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=33786>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2559). *สถิติข้อมูลงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559*. สืบค้นจาก <http://library2.parliament.go.th/ebook/content-ebspa/pbo-report3-2558.pdf>
- Marketeer. (2015). *ตลาดโรงเรียนกวดวิชาเติบโตเพราะการแข่งขัน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2559 จาก <http://marketeer.co.th/2015/03/school-2/>
- Thairepublica. (2557). *ประยุทธ์ อนุมัติงบปี'58 วงเงิน 2.57 ล้านล้าน ขาดดุล 2.5 แสนล้าน เจาะงบกลางรัฐบาลไหนใช้มากที่สุด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2557 จาก <http://thaipublica.org/2014/07/budget-year-2014/>

Books

- Booms, B., & Bitner, M. J. (1981). *Marketing Strategies and Organizational Structures for Service Firms*. In James H. Donnelly and William R. George (Eds.), *Marketing of Services* (47-51). Chicago: American Marketing Association.
- Kotler, P., & Keller, K. (2011). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- McCarthy, E. J. (1975). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Richard D. Irwin, Inc.
- Schiffman, L., Hansen H. & Kanuk L. (2007). *Consumer Behaviour: A European Outlook*. London: Pearson Education.
- Solomon, M. (1995). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall.
- Stallworth, P. (2008). *Consumer behavior and marketing strategic*. online. pp.9



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง ปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง (Independent Study) หลักสูตรปริญญาโททางบริหารธุรกิจ (MBA) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์ในการทำแบบสอบถามเพื่อเป็นการเก็บข้อมูลสำหรับอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง ปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงและครบถ้วนเพื่อที่จะทำให้ผลการวิจัยนี้สมบูรณ์ตามจุดมุ่งหมาย โดยในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับจากการทำแบบสอบถาม ทางผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับอย่างเคร่งครัดและไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนในกรณีใดๆ ทั้งสิ้น และการวิเคราะห์ข้อมูลจะทำในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4: ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างด้านหน้าข้อความ โดยเลือกคำตอบที่ตรงกับผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

1. ท่านเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 หรือไม่
 ใช่ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)
2. ท่านเคยตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานครด้วยตัวเองหรือไม่
 เคย ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)
3. โดยส่วนใหญ่ ใครเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของท่าน
 ตนเอง บิดา
 มารดา อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. เหตุผลที่ท่านเรียนกวดวิชา (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 เสริมความรู้นอกจากชั้นเรียนในโรงเรียน
 ทบทวนความรู้เพื่อสอบในโรงเรียน
 ทบทวนความรู้เพื่อสอบเข้าสถาบันการศึกษา
 ทบทวนความรู้เพื่อสอบแข่งขันต่างๆ
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. วิชาที่เรียนกวดวิชา (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 ฟิสิกส์ เคมี ชีววิทยา
 คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์
 ภาษาอังกฤษ อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาในวันจันทร์ – ศุกร์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 8.00- 12.00 13.00-15.00
 15.00- 18.00 18.00 น. เป็นต้นไป
 ไม่มีเรียนในช่วงวัน เวลาดังกล่าว
7. ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาในวันเสาร์ – อาทิตย์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 8.00-12.00 13.00-15.00
 15.00-18.00 18.00 น. เป็นต้นไป
 ไม่มีเรียนในช่วงวัน เวลาดังกล่าว

8. จำนวนคอร์สเรียนโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปี

1-2 คอร์สเรียน

3-4 คอร์สเรียน

5-6 คอร์สเรียน

7 คอร์สเรียนขึ้นไป

9. ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาโดยเฉลี่ยต่อ 1 ปี

ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อปี

10,000-30,000 บาทต่อปี

30,001-50,000 บาทต่อปี

50,001-70,000 บาทต่อปี

70,001-90,000 บาทต่อปี

90,001-110,000 บาทต่อปี

110,001 บาทต่อปีขึ้นไป

10. ในปัจจุบันท่านเรียน (หรือชอบเรียน) พิเศษจากสถาบันกวดวิชาใด (โปรดระบุเพียง 1 ที่เท่านั้น)

.....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาประเมินการใช้บริการที่สถาบันกวดวิชาที่ท่านกำลังเรียนอยู่ในปัจจุบัน (หรือสถาบันที่ท่านชอบเรียน) ที่ท่านเลือกตอบใน ส่วนที่ 1 ข้อ 10 ว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

หมายเหตุ: ระดับความคิดเห็น 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	ระดับความเห็น					ประเมินไม่ได้
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด	
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1.1 หลักสูตรตรงตามความต้องการของผู้เรียน						
1.2 เนื้อหาของหลักสูตรมีความเข้มข้น						
1.3 หลักสูตรมีความหลากหลาย						
1.4 เอกสารประกอบการเรียนการสอนมีคุณภาพ						
1.5 หลักสูตรตรงกับเนื้อหาที่ออกสอบ						

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	ระดับความเห็น					
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด	ประเมินไม่ได้
1.6 หลักสูตรมีแบบฝึกหัดสำหรับฝึกฝนจำนวนมาก						
1.7 หลักสูตรมีแนวข้อสอบเก่าให้ฝึกทำจำนวนมาก						
1.8 หลักสูตรมีการสรุปเนื้อหาสั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ						
2. ด้านราคา (Price)						
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ						
2.2 ราคาเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียน						
2. ด้านราคา (Price)						
2.3 ราคาถูกกว่าสถาบันอื่น						
2.4 สามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้อย่างเหมาะสม						
3. ด้านสถานที่ (Place)						
3.1 สามารถเดินทางโดยระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน						
3.2 สถาบันกวตวิชาตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น บ้าน หรือที่พัก โรงเรียน ศูนย์การค้า เข้าถึงได้ง่าย						
3.3 สถาบันมีที่จอดรถเพียงพอ						
3.4 สถาบันกวตวิชา มีจำนวนสาขาหลายสาขา						
3.5 สถาบันกวตวิชาตั้งอยู่ในที่หาเจอได้ง่าย						

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	ระดับความเห็น					
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	ประเมิน ไม่ได้
3.6 สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ						
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
4.1 สถาบันกวดวิชา มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ลดราคา แคมเปญ สเรียน						
4.2 สถาบันกวดวิชา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อต่างๆ ที่ดึงดูดความสนใจ เช่น ใบปลิว ป้ายโฆษณา						
4.3 สถาบันกวดวิชา มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกร็ดความรู้ด้านการเรียนต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างสม่ำเสมอ เช่น Facebook YouTube เป็นต้น						
4.4 สถาบันกวดวิชา มีการประชาสัมพันธ์ตามสถาบันการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัดคอร์สเรียนระยะสั้นในสถาบันการศึกษา						
5. ด้านบุคลากร (People)						
5.1 ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ						
5.2 ครูผู้สอนสามารถถ่ายทอดเนื้อหาให้เข้าใจได้ง่าย						
5.3 ครูผู้สอนมีประสบการณ์สอนมายาวนาน						
5.4 ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี						

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	ระดับความเห็น					
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	ประเมิน ไม่ได้
5.5 ครูผู้สอนมีเทคนิคช่วยในการจดจำ						
5.6 ครูผู้สอนสามารถสร้างแรงกระตุ้นแก่นักเรียนได้						
5.7 เจ้าหน้าที่ของสถาบันมีมนุษยสัมพันธ์ในการบริการ						
5.8 เจ้าหน้าที่ของสถาบันสามารถตอบคำถามและข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับคอร์สเรียน						
5.9 เจ้าหน้าที่ของสถาบันให้บริการด้วยความสุภาพ						
6. ด้านกระบวนการ (Process)						
6.1 มีการจัดตารางเรียนที่สะดวกต่อการเข้าเรียน						
6.2 สถาบันกวดวิชามีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ						
6.3 สถาบันกวดวิชามีการเตรียมความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนเป็นอย่างดี						
6.4 สถาบันกวดวิชาให้ข้อมูลด้านการเรียนแนวทางการศึกษาต่อที่ถูกต้อง						
6.5 สถาบันกวดวิชามีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย						
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)						
7.1 สถาบันกวดวิชามีชื่อเสียงที่ดี						
7.2 สถาบันกวดวิชามีความสะอาด						

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	ระดับความเห็น					
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด	ประเมินไม่ได้
7.3 สถาบันกวดวิชาที่มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี						
7.4 สถาบันกวดวิชาที่มีอุปกรณ์การเรียนที่ครบถ้วน เช่น กระดาน เครื่องฉายโต๊ะเรียน						
7.5 ป้ายข้อความแสดงห้องเรียน และจุดบริการต่างๆ มีความชัดเจน						

	ระดับการตัดสินใจ				
	5 ซื้อแน่นอน	4 อาจจะซื้อ	3 ไม่แน่ใจ	2 อาจจะไม่ซื้อ	1 ไม่ซื้อแน่นอน
8. หากให้ท่านตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษได้ใหม่ ท่านจะตัดสินใจเรียนสถาบันกวดวิชาที่กำลังประเมินนี้หรือไม่					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างด้านหน้าข้อความ โดยเลือกคำตอบที่ตรงกับผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

เพศ

- ชาย หญิง

อายุ

- ต่ำกว่า 13 ปี 13-15 ปี
 16-18 ปี สูงกว่า 18 ปี

ระดับการศึกษา (ณ ตอนที่เรียนท่านกวดวิชา)

- มัธยมศึกษาปีที่ 1 (grade 7) มัธยมศึกษาปีที่ 2 (grade 8)
 มัธยมศึกษาปีที่ 3 (grade 9) มัธยมศึกษาปีที่ 4 (grade 10)
 มัธยมศึกษาปีที่ 5 (grade 11) มัธยมศึกษาปีที่ 6 (grade 12)

อาชีพของบิดา

- ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบอาชีพส่วนตัว
 อาชีพอิสระ พ่อบ้าน
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

อาชีพของมารดา

- ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบอาชีพส่วนตัว
 อาชีพอิสระ แม่บ้าน
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

คะแนนเฉลี่ยสะสม จนถึงปัจจุบัน

- ต่ำกว่า 1.50 1.51-2.00
 2.01-2.50 2.51-3.00
 3.01-3.50 3.51-4.00
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

- ต่ำกว่า 30,000 บาท 30,000-60,000 บาท
 60,001-100,000 บาท 100,001-130,000 บาท
 130,001-160,000 บาท 160,001-190,000 บาท
 ตั้งแต่ 190,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถาบันกวตริชา

1. ท่านพบปัญหาด้านใดจากการเรียนในสถาบันกวตริชา และท่านคิดว่า ควรปรับปรุงอย่างไร

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

- ขอขอบพระคุณสำหรับการสละเวลาตอบแบบสอบถาม -



ภาคผนวก ข
รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ตารางที่ ข.1

จำนวนปัจจัยที่สกัดได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย และค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถนำมาอธิบายได้

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	12.232	29.834	29.834	12.232	29.834	29.834	3.715	9.060	9.060
2	3.106	7.575	37.409	3.106	7.575	37.409	3.514	8.570	17.630
3	2.136	5.211	42.620	2.136	5.211	42.620	3.418	8.336	25.966
4	1.925	4.695	47.315	1.925	4.695	47.315	2.880	7.024	32.990
5	1.577	3.846	51.161	1.577	3.846	51.161	2.646	6.453	39.443
6	1.502	3.664	54.825	1.502	3.664	54.825	2.497	6.090	45.533
7	1.256	3.064	57.889	1.256	3.064	57.889	2.439	5.950	51.483
8	1.130	2.757	60.646	1.130	2.757	60.646	2.436	5.941	57.424
9	1.040	2.536	63.182	1.040	2.536	63.182	1.728	4.214	61.637
10	1.008	2.459	65.641	1.008	2.459	65.641	1.642	4.004	65.641
11	.898	2.191	67.832						
12	.827	2.017	69.849						
13	.816	1.990	71.840						
14	.731	1.784	73.624						
15	.716	1.747	75.371						
16	.688	1.677	77.048						
17	.627	1.529	78.578						

ตารางที่ ข.1

จำนวนปัจจัยที่สกัดได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย และค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถนำมาอธิบายได้ (ต่อ)

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 %
18	.604	1.472	80.050						
19	.567	1.384	81.434						
20	.530	1.293	82.727						
21	.519	1.267	83.994						
22	.480	1.170	85.164						
23	.478	1.167	86.331						
24	.470	1.147	87.477						
25	.450	1.098	88.575						
26	.442	1.078	89.653						
27	.420	1.024	90.677						
28	.376	.918	91.596						
29	.359	.876	92.472						
30	.344	.838	93.310						
31	.324	.791	94.101						
32	.316	.770	94.872						
33	.281	.684	95.556						
34	.277	.677	96.233						
35	.261	.636	96.869						
36	.245	.599	97.468						
37	.233	.568	98.035						

ตารางที่ ข.1

จำนวนปัจจัยที่สกัดได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย และค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถนำมาอธิบายได้ (ต่อ)

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 %
38	.226	.550	98.586						
39	.207	.505	99.091						
40	.201	.490	99.581						
41	.172	.419	100.000						

ตารางที่ ข.2

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix)

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
หลักสูตรมีแนวข้อสอบเก่าให้ฝึกทำ จำนวนมาก	.795									
หลักสูตรมีแบบฝึกหัดสำหรับฝึกฝน จำนวนมาก	.790									
เนื้อหาของหลักสูตรมีความเข้มข้น	.595							.397		
หลักสูตรตรงตามความต้องการของ ผู้เรียน	.578							.349		
หลักสูตรตรงกับเนื้อหาที่ออกสอบ	.570									
หลักสูตรมีความหลากหลาย	.563									
หลักสูตรมีการสรุปเนื้อหาสั้นๆ ง่ายต่อ การจดจำ	.513									
เอกสารประกอบการเรียนการสอนมี คุณภาพ	.511					.348				
ครูผู้สอนมีประสบการณ์สอนมา ยาวนาน		.741								
ครูผู้สอนสามารถสร้างแรงกระตุ้นแก่นักเรียนได้		.673								
ครูผู้สอนมีเทคนิคช่วยในการจดจำ		.645				.411				
ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี		.618								
ครูผู้สอนสามารถถ่ายทอดเนื้อหาให้ เข้าใจได้ง่าย		.595								
ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ		.574						.400		

ตารางที่ ข.2

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix) (ต่อ)

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
สถาบันกวดวิชาที่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบสื่อต่างๆ ที่ ดึงดูดความสนใจ เช่น โปสเตอร์ ป้าย โฆษณา			.823							
สถาบันกวดวิชาที่มีการจัดโปรโมชั่นที่ น่าสนใจ เช่น ลดราคา แคมคอร์สเรียน			.799							
สถาบันกวดวิชาที่มีการโฆษณาให้ข้อมูล เกร็ดความรู้ด้านการเรียนต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างสม่ำเสมอ เช่น Facebook YouTube เป็นต้น			.779							
สถาบันกวดวิชาที่มีการประชาสัมพันธ์ ตามสถาบันการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัดคอร์สเรียนระยะสั้นใน สถาบันการศึกษา			.695							
สถาบันกวดวิชาที่มีบรรยากาศและ สภาพแวดล้อมที่ดี				.737						
สถาบันกวดวิชาที่มีอุปกรณ์การเรียนที่ ครบถ้วน เช่น กระดาน เครื่องฉาย โต๊ะ เรียน				.706						
สถาบันกวดวิชาที่มีความสะอาด				.695		.318				
ป้ายข้อความแสดงห้องเรียน และจุด บริการต่างๆ มีความชัดเจน				.629			.348			

ตารางที่ ข.2

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix) (ต่อ)

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
สถาบันกวดวิชาที่มีชื่อเสียงที่ดี			.357	.383						
เจ้าหน้าที่ของสถาบันมีมนุษยสัมพันธ์ในการบริการ					.799					
เจ้าหน้าที่ของสถาบันสามารถตอบคำถามและข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับคอร์สเรียน					.782					
เจ้าหน้าที่ของสถาบันให้บริการด้วยความสุภาพ					.774					
การจัดตารางเรียนมีความถูกต้องเหมาะสม						.648				
สถาบันกวดวิชามีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ						.601				
สถาบันกวดวิชามีการเตรียมความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนเป็นอย่างดี		.371				.548				
สถาบันกวดวิชาให้ข้อมูลด้านการเรียนแนะแนวการศึกษาต่อที่ถูกต้อง		.342				.373				
สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ในที่หาเจอได้ง่าย							.725			
สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ							.719			
สถาบันกวดวิชาที่มีจำนวนสาขาหลายสาขา			.361				.603			

ตารางที่ ข.2

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix) (ต่อ)

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ราคาเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียน								.690		
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ								.646		
ราคาถูกกว่าสถาบันอื่น								.613		.406
สถาบันกวตริษาตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น บ้าน หรือที่พัก โรงเรียน ศูนย์การค้า เข้าถึงได้ง่าย									.795	
สามารถเดินทางโดยระบบขนส่งมวลชน ที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ ดิน									.702	
สามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้อย่าง เหมาะสม										.764
สถาบันกวตริษามีช่องทางการชำระเงิน ที่หลากหลาย						.317	.334			.522
สถาบันมีที่จอดรถเพียงพอ			.309				.307		.356	.375

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวสุภารัตน์ วุฒิมงคลพานิช
วันเดือนปีเกิด	9 มกราคม 2533
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2555: วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล
ตำแหน่ง	ติวเตอร์ บริษัท เฮ้าส์ ออฟ กริฟฟิน จำกัด
ประสบการณ์ทำงาน	2555-ปัจจุบัน: ติวเตอร์ บริษัท เฮ้าส์ ออฟ กริฟฟิน จำกัด

