

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

DECISION MAKING FOR STUDYING IN TUTORIAL INSTITUTIONS
OF HIGH SCHOOL STUDENT IN BANGKOK AREA



เลขหมู่.....134034
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี...3 พ.ย. 2557

b. 12654292
i.....

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**DECISION MAKING FOR STUDYING IN TUTORIAL INSTITUTIONS
OF HIGH SCHOOL STUDENT IN BANGKOK AREA.**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS MANAGEMENT
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2014

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2014

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับ
มัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
DECISION MAKING FOR STUDENT IN
TUTORIAL INSTITUTIONS OF HIGH SCHOOL
STUDENT IN BANGKOK AREA

ชื่อนักศึกษา

นายสิทธิโชค ตรงจิต

รหัสประจำตัว

55671204

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์	
รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์	
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ไชยมเพ็ชร	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 15 มีนาคม 2557 เวลา 11.30 – 12.00 น.

สถานที่สอบ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ ชั้น 4 ห้องประชุม AMC 2

วิทยาลัยรับรองแล้ว



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร)

คณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

วันที่ 22 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง

การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน
ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขต
กรุงเทพมหานคร

นักศึกษา

นายสิทธิโชค ตรงจิต

รหัสนักศึกษา

55671204

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

พ.ศ.

2557

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

รองศาสตราจารย์อมรศรี ต้นพิพัฒน์

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม

รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

บทคัดย่อ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยวิธีการให้การศึกษาถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้บุคคลมีคุณภาพชีวิตที่ดีในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสำเร็จการศึกษาจากสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสังคม ดังนั้นในปัจจุบันการกวดวิชาจึงนับว่ามีความสำคัญต่อนักเรียนทุกระดับมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่ต้องมีการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา การศึกษาดังนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการเรียนกวดวิชา และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าไคสแควร์

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แผนการเรียนที่กำลังศึกษา คือ สายวิทย์ - คณิต กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีระดับเกรดเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 - 4.00 อาชีพของผู้ปกครองเป็นพนักงานในบริษัทเอกชน ระดับรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน (รวมทั้งของบิดา-มารดา) อยู่ที่ประมาณ 30,001 - 40,000 บาท การศึกษาด้านพฤติกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ โดยเลือกหลักสูตรเน้นเนื้อหาและแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย มีเหตุผลในการเรียนกวดวิชา เพื่อเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยเป็นหลัก โดยมีเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกสถาบัน กวดวิชา และมีตนเองเป็นบุคคลผู้เริ่มเรียนกวดวิชา ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคือ ผู้สอนในสถาบันกวดวิชา และมีตนเองเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้าย มีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อครั้งมากกว่า 7,001 บาท มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนชั่วโมงเรียนประมาณ 5 - 8 ชั่วโมง/สัปดาห์ ช่วงเวลาในการเรียนอยู่ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ สำหรับช่องทางในการสมัครเรียน คือ สมัคร ณ สาขา หรือ ศูนย์ใกล้บ้าน ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ส่วนด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านราคามีความสำคัญระดับปานกลาง จากการศึกษาความสัมพันธ์และทดสอบสมมติฐานระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับระดับเกรดเฉลี่ย อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับ แผนการเรียน ระดับชั้น เกรดเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับ แผนการเรียน เกรดเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับ เพศ แผนการเรียน และเกรดเฉลี่ย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับ เพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับ แผนการเรียน อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับ แผนการเรียน และเกรดเฉลี่ย

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคัดเลือก และฝึกอบรมบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากบุคลากรคือปัจจัยที่สำคัญที่สุดในกระบวนการให้บริการ นอกจากนี้ในด้านช่องทางการสมัครเรียนกวดวิชา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง และจุดอ่อนของระบบการสมัครเรียนให้มีความครอบคลุมมากขึ้น รวมทั้งสามารถตอบสนองต่อการร้องขอและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	Decision Making for Studying in Tutorial Institution of High School in Bangkok Area.
Student	Mr. Sittichok Trongjit
Student ID.	55671204
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
A.D.	2014
Independent Study's Advisor	Associate Professor Amornsri Tanpipat
Independent Study's Co-Advisor	Associate Professor Sirijanya Kuawiriyapan

ABSTRACT

Human resource development through an educational approach has been regarded as considerably significant since education has been an important factor affecting people's quality of life and social life, particularly graduating from socially acceptable and reputed academies. Therefore, today's tutoring is counted as significant towards all levels of students, particularly high school level students who have to take entrance exams to further their studies at university level. The objective of this study is to study the behavior of tutorial studies and factors affecting the decision making process on tutorial institution selection of high school students in the Bangkok Metropolitan area. The data was collected by questionnaires from 400 sample groups and the data was analyzed by percentage, mean and Chi-Square.

According to the sample groups' general information, most of them were female, studying in a science/math study program at 10th grade high school, with a GPA between 3.50 - 4.00. Their parent's occupation was a private company employee, and the mean monthly family income (inclusive of both Mother and Father) was between 30,001 - 40,000 Baht. The findings of the behavioral study indicated that the sample group selected mathematics for tutoring by selecting the course based on content and university entrance exam guidelines, with tutoring the main reason for preparation in university entrance examinations. Their friends were the data source for decision making in the selection of tutoring institution and they themselves were the individuals who were the tutoring initiators. The individual who influenced the decision-making was the tutor in tutoring institution and they themselves were the final decision makers. The tutoring

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา แะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

fee was more than 7,001 Baht per unit of time for 5-8 hours per week of study hours and studying periods during Saturday and Sunday. The study application channel included the application at the branch or center near their home. The studies results on factors affecting the decision making on tutorial institution selection of the sample group, described that the sample group gave a very high level of significance to service provider's personnel; a high level of significance to the building and presentation of the physical image, the product, the distribution channel, the service process and marketing promotion; but only a moderate level of significance to the price factor. According to the study on the relationship and hypothesis testing between personal factors and factors influencing the decision making on tutoring institution selection, the findings indicated that product factor was related to GPA level, parental occupation, and mean monthly family income. The price factor was related to the study program, class level, GPA and parental occupation. The distribution channel was related to the study program, GPA, and parental occupation. The marketing promotion factor was related to gender, study program, and GPA. The service process was related to gender, study program and parental occupation. The service provider's personnel factor was related to study program, parental occupation and monthly family income and the physical image building and presentation was related to study program and GPA.

The suggestion of this study is that the entrepreneur should emphasize on personnel development, selection and training since personnel was the most important factor in the service process. In addition, the channels enroll in tutorial should be emphasized through fixes and weaknesses of the course should be more comprehensive, including the ability to respond to the request and problem solving.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา **IV** ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้นั้น จากการช่วยเหลือของคณะอาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์อมรศรี ดันพิพัฒน์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดี สม่่าเสมอตลอดมา ขอกราบ ขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ ที่ กรุณาให้คำแนะนำ ให้การชี้แนะ อบรม และให้ความรู้ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการ ทำการค้นคว้าครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่ง และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่มอบความรู้และ ประสบการณ์ให้กับข้าพเจ้า

นอกจากนี้ขอขอบคุณบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่คอยให้ความร่วมมือด้วยดีเสมอมา ตั้งแต่ เพื่อน ๆ ร่วมชั้นในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบังที่คอยให้ความช่วยเหลือ และให้การชี้แนะในประเด็นต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา อีกทั้ง ขอขอบคุณนักเรียนที่ศึกษาในสถาบันกวดวิชาต่าง ๆ ที่ให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วง

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้เป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา ตลอดจนผู้ มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือ ทั้งอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ด้วย ความรักและเมตตา รวมถึงทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ที่ให้ความอนุเคราะห์ ที่สนับสนุนทำให้ การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สิทธิโชค ตรงจิต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	I
ABSTRACT	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง	VIII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	1
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 สมมติฐานของการศึกษา	5
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการตลาด	12
2.3 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.4 วิธีดำเนินการวิจัย	18
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา.....	22
3.1 ความหมายของสถาบันกวดวิชา.....	22
3.2 ลักษณะสถาบันกวดวิชา.....	23
3.3 ประเภทของสถาบันกวดวิชา	27
3.4 จุดมุ่งหมายของการเรียนกวดวิชา.....	29
3.5 ลักษณะการกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย	32
3.6 การกวดวิชาผ่านเว็บไซต์.....	33
3.7 การสอนในสถาบันกวดวิชา.....	34

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.8 การสอนในสถาบันกวดวิชา.....	36
3.9 ปัจจัยที่มีผลต่อผลลัพธ์ของการกวดวิชา.....	39
3.10 แนวโน้มธุรกิจสถาบันกวดวิชา	41
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	44
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	44
4.2 พฤติกรรมในการเรียนกวดวิชา.....	47
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา.....	55
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	59
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	69
5.1 สรุป.....	69
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	70
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	71
บรรณานุกรม.....	72
ภาคผนวก.....	76
ภาคผนวก แบบสอบถาม	78
ประวัติผู้เขียน.....	84

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จังหวัดที่มีโรงเรียนกวดวิชามากที่สุด 10 อันดับแรกประจำปี พ.ศ. 2555	2
3.1 ความแตกต่างของจุดมุ่งหมายในการเรียนกวดวิชา	31
4.1 เพศ	44
4.2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแผนการเรียนที่กำลังศึกษา.....	45
4.3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา.....	46
4.4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนเกรดเฉลี่ยล่าสุด.....	46
4.5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง	47
4.6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	47
4.7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิชาที่เรียนกวดวิชาในปัจจุบัน	48
4.8 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกหลักสูตรในการเรียนกวดวิชา.....	49
4.9 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่เรียนกวดวิชา.....	50
4.10 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลของการเลือกสถาบันกวดวิชา.....	50
4.11 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลผู้เริ่มให้เรียนกวดวิชา.....	51
4.12 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา.....	52
4.13 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายให้เรียนกวดวิชา	52
4.14 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา.....	53
4.15 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนชั่วโมงเรียนกวดวิชา.....	53
4.16 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชา.....	54
4.17 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางในการสมัครเรียนกวดวิชา.....	54
4.18 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา.....	55
4.19 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	56
4.20 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา.....	56
4.21 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา.....	57
4.22 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา.....	57
4.23 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	58
4.24 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา.....	58
4.25 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	59

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา VIII อังอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่

ปี

ข้าพเจ้าขอเรียนแจ้งให้ทราบว่า ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ดำเนินการจัดทำเอกสารนี้ขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว และเพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ข้าพเจ้าขอเรียนแจ้งให้ทราบว่า ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ดำเนินการจัดทำเอกสารนี้ขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว และเพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ข้าพเจ้าขอเรียนแจ้งให้ทราบว่า ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ดำเนินการจัดทำเอกสารนี้ขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว และเพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ข้าพเจ้าขอเรียนแจ้งให้ทราบว่า ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ดำเนินการจัดทำเอกสารนี้ขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว และเพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ข้าพเจ้าขอเรียนแจ้งให้ทราบว่า ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ดำเนินการจัดทำเอกสารนี้ขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว และเพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ข้าพเจ้าขอเรียนแจ้งให้ทราบว่า ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ดำเนินการจัดทำเอกสารนี้ขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว และเพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ข้าพเจ้าขอเรียนแจ้งให้ทราบว่า ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ดำเนินการจัดทำเอกสารนี้ขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว และเพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ข้าพเจ้าขอเรียนแจ้งให้ทราบว่า ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ดำเนินการจัดทำเอกสารนี้ขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านผลิตภัณฑ์.....	62
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านราคา.....	63
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	64
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านการส่งเสริมการตลาด	65
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านกระบวนการให้บริการ	66
4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	67
4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านการสร้างและ นำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	68



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	8
3.1 ค่าเรียนพิเศษในสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ม.6.....	38



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากเป็นกระบวนการแห่งการสร้างเสริมองค์ความรู้ ทักษะ กระบวนการคิดวิเคราะห์ อันนำไปสู่การเพิ่มพูนสติปัญญา ความรู้ความสามารถ ในการริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศชาติบ้านเมือง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งส่งผลต่อการแข่งขันด้านความต้องการทางด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ มีความสามารถ จบการศึกษาจากสถาบันทางการศึกษาที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ จากความต้องการดังกล่าว ทำให้ทุกภาคส่วนต่างมุ่งมาที่ระบบและคุณภาพของการศึกษาขั้นพื้นฐานต่าง ๆ อย่างไรก็ตามในกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นย่อมมีต้นทุน ดังทฤษฎี Theory of Human Capital ที่กล่าวว่า มนุษย์จะมีการลงทุนเพื่อสร้างทรัพยากรในตัวเอง เพื่อต้องการผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนให้ได้มากที่สุด

ปัจจุบันสถาบันกวดวิชานับเป็นส่วนสำคัญที่ก้าวขึ้นมาจับบทบาทต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่จะสอบแข่งขันคัดเลือกเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษา หรือมหาวิทยาลัยที่มีการใช้คะแนนสอบเข้า อาทิเช่น การสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐาน (Ordinary National Educational Test : O-NET) ความถนัดทั่วไป (General Aptitude Test : GAT) ความถนัดทางวิชาชีพและวิชาการ (Professional and Academic Aptitude Test : PAT) โดยสถาบันกวดวิชาส่วนใหญ่ที่เป็นที่ต้องการและได้รับความนิยมจะเน้นในกลุ่มวิชา คณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ฟิสิกส์ และเคมี ภายใต้การขยายตัวและขอบเขตของสถาบันกวดวิชาที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในเฉพาะเขตกรุงเทพ และปริมณฑล จังหวัดขนาดใหญ่ หรือจังหวัดหัวเมืองของภูมิภาคสำคัญ ซึ่งจังหวัดที่มีจำนวนโรงเรียนหรือสถาบันกวดวิชามากที่สุดคือ กรุงเทพมหานคร มีจำนวนมากถึง 557 แห่ง รองลงมาคือจังหวัดสงขลา เนื่องด้วยเหตุผลที่กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจและการศึกษา (ตารางที่ 1.1)

จึงอาจกล่าวได้ว่าสถาบันกวดวิชาเสมือนกลายเป็นค่านิยมหลักของกลุ่มผู้ปกครอง และกลุ่มนักเรียนส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคาดหวังว่าสถาบันกวดวิชาจะสามารถส่งเสริมและสนับสนุนให้นักเรียนมีโอกาสและมีความสามารถในการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.1 จังหวัดที่มีโรงเรียนกวดวิชามากที่สุด 10 อันดับแรกประจำปี พ.ศ. 2555

จังหวัด	จำนวน (แห่ง)
กรุงเทพมหานคร	557
สงขลา	100
ชลบุรี	96
นนทบุรี	78
ขอนแก่น	68
เชียงใหม่	64
นครราชสีมา	56
ลพบุรี	55
ปทุมธานี	53
ภูเก็ต	46

ที่มา : สำนักคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. 2555

อุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัยเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการจัดลำดับสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำของ Ranking Web of World Universities โดย Cybermetrics Lab ที่จัดลำดับมหาวิทยาลัยที่มีความแข็งแกร่งทางด้านวิชาการของประเทศไทยประจำปี 2556 จำนวน 10 อันดับแรก ได้แก่ 1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2. มหาวิทยาลัยมหิดล 3. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 4. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 5. มหาวิทยาลัยขอนแก่น 6. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 7. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 8. มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี 9. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และ 10. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี (Dek-D. 2556ก) เป็นเหตุให้นักเรียนจำนวนมากให้ความสนใจในสถาบันกวดวิชา ด้วยความเชื่อที่ว่า หากไม่ศึกษาในสถาบันกวดวิชา เพื่อเพิ่มทักษะและความสามารถ จะทำให้โอกาสที่จะเข้ามหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศลดน้อยลง

ภายใต้ความกดดันทางการแข่งขันทางการศึกษาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบถึงพฤติกรรมในการเรียนกวดวิชา ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา เพื่อผู้สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการสถาบันกวดวิชานำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจสถาบันกวดวิชาให้มีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของนักเรียนและผู้ปกครอง

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย
 - 1.1 การศึกษาพฤติกรรมการเรียนกวดวิชา ได้ศึกษาโดยใช้ตัวแบบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ตามแนวความคิดของ Philip Kotler ประกอบด้วยคำถาม 6W 1H และได้คำตอบ 7Os
 - 1.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ได้ศึกษาโดยใช้ส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ประกอบด้วย 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ปัจจัยด้านราคา (Price) 3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) 6. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) และ 7. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)
2. ขอบเขตด้านประชากร เลือกศึกษาเฉพาะนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังเรียนกวดวิชา เนื่องจากเป็นนักเรียนที่ต้องแข่งขันเพื่อการสอบเข้ามหาวิทยาลัย หรือเพิ่มเติมทักษะในชั้นเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ โดยผู้ศึกษาเลือกศึกษาเฉพาะเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร เท่านั้น เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งศูนย์รวมทางการศึกษา และมีจำนวนสถาบันกวดวิชา มากที่สุดในประเทศไทย

1.5 นิยามศัพท์

สถาบันกวดวิชา หมายถึง โรงเรียนหรือสถาบันที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ กวดวิชา ตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ตั้งแต่ในระดับชั้นประถมศึกษา ไปจนถึงระดับ มัธยมศึกษา ผ่านสื่อการสอนในรูปแบบต่าง ๆ โดยเป็นการศึกษานอกเวลาเรียนปกติและมีการคิด ค่าใช้จ่ายในการสอนตามระยะเวลาและหลักสูตรที่กำหนด

ระบบ Admission หมายถึง ระบบกลางคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา (Central University Admission System : CUAS) หรือระบบแอดมิชชั่นกลาง ที่ใช้ทำการคัดเลือก บุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 แทนระบบเอ็นทรานซ์ โดยมีองค์ประกอบ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้สมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย ดังนี้ 1. ผลการเรียนเฉลี่ย สะสมตลอดหลักสูตรมัธยมปลาย (GPAX) 2. ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรมัธยมปลาย ตามกลุ่มสาระวิชาการเรียนรู้ (Grade Point Average : GPA) 3. ผลทางการทดสอบแห่งชาติขั้น พื้นฐาน (Ordinary National Educational Test : O-NET) 4. ผลทางการทดสอบความถนัดทั่วไป (General Aptitude Test : GAT) และ 5. ผลทางการทดสอบความถนัดทางวิชาชีพและวิชาการ (Professional and Academic Aptitude Test : PAT) (Wikipedia, 2555)

การสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐาน (Ordinary National Educational Test : O-NET) หมายถึง การสอบวัดความรู้ขั้นพื้นฐานระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมีสถาบันทดสอบ ทางการศึกษาแห่งชาติเป็นผู้ควบคุม โดยหลักสูตรเนื้อหาวิชาที่สอบเป็นวิชาพื้นฐานทั้งหมดได้ 5 กลุ่มสาระวิชาคือ 1. ภาษาไทย 2. สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม 3. ภาษาอังกฤษ 4. วิทยาศาสตร์ และ 5. คณิตศาสตร์ (Wikipedia, 2555)

ความถนัดทั่วไป (General Aptitude Test : GAT) หมายถึง การวัดศักยภาพในการเรียนใน มหาวิทยาลัย โดยมีการวัดศักยภาพจาก 2 ส่วน ได้แก่ ความสามารถในการอ่าน เขียน คิดวิเคราะห์ แก้ไขปัญหา และการความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ (Wikipedia, 2555)

ความถนัดทางวิชาชีพและวิชาการ (Professional and Academic Aptitude Test : PAT) หมายถึง ความรู้พื้นฐานที่จะเรียนต่อในวิชาชีพนั้น ๆ กับศักยภาพที่จะใช้เรียนในวิชาชีพนั้น ๆ ให้ ประสบความสำเร็จมี 7 ประเภทคือ 1. ความถนัดทางคณิตศาสตร์ 2. ความถนัดทางวิทยาศาสตร์ 3. ความถนัดทางวิศวกรรมศาสตร์ 4. ความถนัดทางสถาปัตยกรรมศาสตร์ 5. ความถนัดทางวิชาชีพ ครุ 6. ความถนัดทางศิลปกรรมศาสตร์ และ 7. ความถนัดทางภาษาต่างประเทศ (Wikipedia, 2555)

1.6 สมมุติฐานของการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกววิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเรียนกวดวิชาและเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา วรรณกรรม งานวิจัย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ปรีดา ศรีนฤวรรณ (2548) กล่าวว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการการตัดสินใจใช้ทรัพยากรด้านการเงิน เวลา บุคลากร และอื่น ๆ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งนักการตลาดต้องการศึกษาว่าสินค้าที่เสนอขายนั้นใครคือลูกค้า (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often) รวมทั้งศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Whom)” ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหา หรือวิจัยเกี่ยวกับการซื้อการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างง่าย โดยเริ่มจากการที่ผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากแรงกระตุ้น (Stimulus) จากสิ่งแวดล้อมภายนอก ทั้งจากแรงกระตุ้นที่เกิดจากส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่นักการตลาดเสนอให้รวมทั้งจากสิ่งแวดล้อมภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค และเมื่อรวมกับปัจจัยภายนอกของตัวผู้บริโภคเอง ซึ่งประกอบด้วยลักษณะของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ทำให้นำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด เป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่จะต้องศึกษาถึงสิ่งเร้าทั้งจากภายนอก และปัจจัยภายในตัวของผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อ

2.1.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมเพื่อค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ของนางสาวณัฐพร น้อยชูติง เพื่อเผยแพร่เป็นเอกสาร
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?) เป็นคำถามเพื่อทราบลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่เรียนกวดวิชา ซึ่งเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาและพฤติกรรมการซื้อ
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy ?) เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกี่ยวกับคุณสมบัติหรือประโยชน์ของการเรียนกวดวิชา
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy ?) วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภคว่าจะซื้อเพื่ออะไร เช่น ต้องการเทคนิคในการทำข้อสอบ เรียนตามเพื่อน
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying ?) บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy ?) โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงวันใดของเดือน ช่วงวันและเวลาใดของวัน
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy ?) ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น การสมัครเรียนกวดวิชาทางอินเทอร์เน็ต
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy ?) ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกหลังการซื้อ

2.1.3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนอง (Buyer's response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ภาพที่ 2.1)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดต้องสนใจและจัดการกับสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการจูงใจให้ซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจด้านเหตุผลและด้านจิตวิทยาที่สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's หรือ 7P's

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : Kotler. 2003

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เทคโนโลยี (Technological) กฎหมายและการเมือง (Law and Political) และวัฒนธรรม (Cultural)

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐาน และพฤติกรรมทางวัฒนธรรม แบ่งออกได้เป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยและชั้นทางสังคม

2.1.2 ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและอิทธิพลพฤติกรรมต่อการซื้อ ลักษณะทางสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัวบทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

2.1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจส่วนบุคคลได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่อไปนี้ ได้แก่ รายได้ อาชีพ การศึกษา เพศ เป็นต้น

2.1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ประกอบด้วย การสนใจ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพ

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) อภิสัทธินิพนธ์ ฉัตรทนานนท์ และจิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (2549) กล่าวว่า “นอกจากความสำคัญในพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด นักการตลาดยังต้องทำความเข้าใจในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละส่วน หรือกลุ่มที่ได้กำหนดขึ้นมาด้วย เพื่อให้สามารถกำหนดสิ่งกระตุ้นที่เหมาะสมให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ” ซึ่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในแต่ละครั้งมีการเปรียบเทียบว่าเป็นเสมือนกล่องดำ (Black Box) ที่ยากต่อการเข้าใจ เพราะในบางครั้งแม้แต่ผู้บริโภคเองยังไม่สามารถให้คำตอบได้ว่าสาเหตุใด จึงตัดสินใจเช่นนั้น โดยนักการตลาดพบว่าในกระบวนการดังกล่าว ประกอบด้วย ขั้นตอนต่างๆ จำนวน 5 ขั้นตอนดังนี้

2.2.1 การรับรู้ปัญหา (Problem/Need Recognition) ในขั้นการรับรู้ปัญหา หมายถึง สถานะที่ผู้บริโภครู้และประจักษ์ชัดว่า ความปรารถนาของเขากับความจริงที่ดำรงอยู่ยังมีข้อแตกต่างกัน โดยระดับความเป็นจริงที่ดำรงอยู่นั้นยังต่ำกว่าระดับความปรารถนาอีก หรืออาจ

หมายถึง การที่ผู้บริโภคระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง เมื่อรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสถานะที่แท้จริงของตนและสถานะที่ปรารถนา ความต้องการถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความหิว ความกระหาย เพศสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่สูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับ ความต้องการยังเกิดจากการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอกด้วย กล่าวคือกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดความต้องการ ความต้องการบางอย่างถูกกระตุ้นและยังคงอยู่ได้เป็นเวลานาน โดยที่ไม่ทำให้ความต้องการถึงระดับที่จะทำให้ผู้นั้นเกิดการกระทำ เช่น ความต้องการในการเปลี่ยนรถยนต์คันใหม่ แต่รถยนต์คันเก่านั้นยังใช้ได้ดีอยู่ จึงไม่เกิดแรงขับที่สนองตอบต่อความต้องการนั้นได้ แต่ถ้าความต้องการในการเปลี่ยนรถยนต์คันใหม่ ทุกครั้งที่ใช้รถคันเก่ามีมักปัญหาในการใช้ มักเกิดแรงขับที่เพียงพอต่อการหาทางแก้ปัญหา นั่นคือความต้องการพัฒนาไปสู่ขั้นตอนต่อไปของกระบวนการตัดสินใจ

2.2.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังการยอมรับความต้องการของผู้บริโภค โดยเป็นการแสวงหาทางเลือก (Identification of Alternatives) หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ รวมถึงบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อในครั้งนั้น ๆ

อย่างไรก็ตามระดับการแสวงหาทางเลือก หรือความต้องการข้อมูลของผู้บริโภคแต่ละคน จะมีระดับความต้องการที่แตกต่างกัน โดยการใช้ความพยายามในการแสวงหาข้อมูลของผู้บริโภค จะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความเกี่ยวพัน (Involvement Level) ของผู้บริโภคแต่ละคนที่จะมีต่อผลิตภัณฑ์ที่กำลังจะตัดสินใจซื้อ และระดับความเกี่ยวพันจะมีระดับที่สูงหรือต่ำ ขึ้นอยู่กับลักษณะความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภคใน 4 ประการคือ 1. ข้อมูลที่ผู้บริโภคมีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ 2. ราคาของผลิตภัณฑ์ หากผู้บริโภคต้องใช้จ่ายเงินจำนวนมากเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ความพยายามในการแสวงหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์นั้นจะสูงตามไปด้วย 3. ความสำคัญต่อการยอมรับของสังคม 4. ความสำคัญทางกายภาพต่อผู้บริโภค

แหล่งสำหรับการค้นหาข้อมูลสำหรับผู้บริโภคประกอบด้วย 4 แหล่ง ดังนี้ 1. แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่แหล่งที่เป็นบุคคลอื่น ไม่ใช่ตัวผู้บริโภคเอง เช่น สมาชิกในครอบครัว ญาติมิตร เพื่อนบ้าน หรือคนแปลกหน้า 2. แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) ได้แก่แหล่งซึ่งนักการตลาดจัดให้มีขึ้น เช่น การโฆษณา พนักงานขาย ผู้แทนจำหน่าย 3. แหล่งสาธารณะ (Public Sources) ได้แก่แหล่งสารสนเทศไว้สำหรับประชาชนทั่วไป เช่น สื่อสารมวลชนต่าง ๆ องค์กรของรัฐบาล 4. แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) ได้แก่แหล่งที่อยู่ในตัวผู้บริโภคเองซึ่งเกิดจากการที่เคยใช้ เคยตรวจสอบ หรือเคยสัมผัสเกี่ยวข้องด้วยวิธีอื่น ๆ

2.2.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ภายหลังจากการแสวงหาทางเลือกหรือการแสวงหาข้อมูลที่ได้ในระดับที่ต้องการครบถ้วนแล้ว ผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกต่าง ๆ จากข้อมูลเหล่านั้น โดยการเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย และความเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ประโยชน์เฉพาะในวงจำกัด ไม่ควรนำเอกสารไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยเป็นอย่างสูง และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อื่น ๆ ทั้งความจำเป็นและต้องการใช้ ระดับราคา และทัศนคติส่วนตัวของผู้บริโภคที่มีต่อตราชื่อของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ในขั้นนี้จำเป็นต้องอาศัยเกณฑ์ในการประเมิน ซึ่งประกอบด้วยมาตรฐานและคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จากการซื้อและการบริโภคโดยมีการแสดงในรูปของคุณสมบัติที่พึงพอใจมากกว่าเกณฑ์ในการประเมินผลที่กำหนดขึ้นมา และได้รับอิทธิพลจากความแตกต่างของแต่ละบุคคลซึ่งพิจารณาจากปัจจัยด้านจิตวิทยา และอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรมซึ่งปรากฏในรูปของสิ่งจูงใจ (Motives) ค่านิยม (Value) รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) และอื่น ๆ ซึ่งในการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคอาจใช้ระยะเวลามาก เพื่อทำการประเมินผลโดยละเอียด และเป็นระบบสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความเกี่ยวพันสูง (High-Involvement Product) และอาจใช้เวลาในขั้นการประเมินทางเลือกน้อยลง สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความเกี่ยวพันต่ำ (Low-Involvement Product)

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อสามารถประเมินทางเลือก หรือสรุปเลือกตราชื่อของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้แล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อและระบุคุณลักษณะที่ต้องการเพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์ตราชื่อนั้น ๆ เช่น สถานที่จำหน่าย เงื่อนไขการชำระเงิน สิทธิ์ ความปลอดภัย และบริการหลังการขายจากผู้ขาย

2.2.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) เป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภคจะประเมินคุณค่า หรือประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ได้ตัดสินใจซื้อหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์มาแล้วและได้บริโภคแล้ว ทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ว่าผลิตภัณฑ์สามารถแก้ไขปัญหาได้จริงหรือไม่ สร้างความพอใจให้มากน้อยเพียงใด เกณฑ์ในการวัดความพอใจนั้นผู้บริโภคใช้ความคาดหวังที่ตั้งเอาไว้ก่อนการซื้อเป็นมาตรฐาน ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์มากกว่าที่คาดหวัง ผู้บริโภครู้สึกพอใจมาก ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์เท่ากับที่คาดหวัง ผู้บริโภครู้สึกพอใจ ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์น้อยกว่าที่คาดหวัง ผู้บริโภครู้สึกไม่พอใจซึ่งอาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- 3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- 3.3 การเลือกผู้จำหน่าย (Dealer Choice)
- 3.4 เวลาในการซื้อ (Purchase Choice)
- 3.5 จำนวนที่ซื้อ (Purchase Amount)

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูเห็นนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) วิยะดา ชัยเวช (2552) กล่าวว่า “บริการ หมายถึง กิจกรรม หรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่บุคคลหนึ่งสามารถเสนอให้อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งการบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่ทำให้เกิดความเป็นเจ้าของใด ๆ และอาจเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า” ดังนั้นแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) จึงเป็นแนวคิดเกี่ยวข้องกับการบริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์ หรือดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอันประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า (Value) และสนองความต้องการของลูกค้าทางด้านความพึงใจ โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core Benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกคาดหวัง (Expected Product) หรือเกิดความคาดหวัง (Augmented Product) รวมถึงนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตน ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล

2. ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนของสินค้าที่ลูกค้าต้องการสินค้า ต้องจ่ายกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ การกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้าว่าต้องการกำไร ต้องการขยายส่วนครองตลาด ต้องการต่อสู้กับคู่แข่ง หรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับการยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่งได้ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิด และการก่อพฤติกรรมซึ่งต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงิน

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่ทำให้สินค้า หรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่าง ๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงลูกค้าได้ โดยการจำแนกแจกจ่ายบริการไปยังลูกค้าเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านเวลาที่ใช้ในการส่งมอบบริการ รวมถึงการตัดสินใจทางด้านสถานที่ และจุดที่ให้บริการลูกค้าด้วย ซึ่งธุรกิจต้องตัดสินใจว่าควรจำหน่ายบริการโดยตรง หรือผ่านตัวกลางทางการตลาดในรูปแบบอื่น ๆ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนให้กระบวนการสื่อสารทางการตลาดเกิดความมั่นใจว่าตลาด และผู้บริโภคเข้าใจและให้คุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอ โดยมีเครื่องมือที่สำคัญ 4 ชนิด ดังนี้คือ

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการส่งเสริมการตลาดผ่านพนักงาน

ขาย โดยเป็นการเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ขายสินค้าและลูกค้าผู้คาดหวัง การขายโดยพนักงานขายการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-Way Communication) โดยเน้นความสามารถเฉพาะตัวของพนักงานขาย ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

4.2 การโฆษณา (Advertising) เป็นการใช้สื่อสารมวลชน (Mass Media) ประเภทต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อเสนอให้กับกลุ่มมวลชนได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งยังจูงใจ (Persuasion) ให้เกิดความต้องการในตัวสินค้าและบริการ เช่น การจูงใจโดยการบอกคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมาย (Real Reason) การจูงใจโดยใช้หลักการตอบสนองความต้องการด้านจิตวิทยากับกลุ่มเป้าหมาย (Supposed Reason)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ จูงใจด้วยการเสนอคุณค่าพิเศษแก่ผู้บริโภค คนกลาง หรือหน่วยการขาย เพื่อเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ในทันที นอกเหนือจากกิจกรรมที่ทำอยู่ประจำมีดังนี้ 1. การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) เช่น การแจกคูปอง (Coupons) การลดราคา (Price Off) การคืนเงิน (Rebates) 2. การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade or Dealer Promotion) เช่น ข้อตกลงการค้า (Trade Deals) การโฆษณาความร่วมมือกัน (Cooperative Advertising) ส่วนลด (Discount) 3. การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงาน (Sales Forces Promotion) เช่น การแข่งขันทางการขาย (Sales Contest) การกำหนดโควตาขาย (Sales Quota) การมอบอุปกรณ์ช่วยขาย (Selling Aids)

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นการวางแผนการใช้กิจกรรมที่เน้นวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทัศนคติ ภาพพจน์ที่ดี และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรและสาธารณชน โดยวิธีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์มีดังนี้ การใช้สิ่งพิมพ์ (Publication) การใช้เหตุการณ์พิเศษ (Event) การให้ข่าว (News) การกล่าวสุนทรพจน์ (Speeches) การให้บริการชุมชนและสังคม (Public and Social Services Activities) การใช้สื่อเฉพาะ (Identify Media)

5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึงขั้นตอนในการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า ซึ่งกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการลูกค้าที่ดีนั้นต้องมีความถูกต้องรวดเร็ว มีขั้นตอน ระเบียบ และมีวิธีการทำงานที่สัมพันธ์กันเป็นอย่างดี เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจในความรู้สึกของลูกค้า เช่น ในการตัดสินใจด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้า และบุคลากรขององค์กร หากกระบวนการให้บริการเกิดความผิดพลาดอาจทำให้การบริการของธุรกิจเกิดความล่าช้าลง และดูดีด้อยค่าลง

6. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดซึ่งหมายถึง ลูกค้า บุคลากรที่จำหน่าย และบุคคลผู้ให้บริการหลังการขาย ดังนั้นบุคลากรผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการคัดเลือก อบรม และมีสิ่งจูงใจ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจและความภูมิใจในการการปฏิบัติหน้าที่

7. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการโดยผ่านการสะท้อนจากหลักฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่หรือใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น หรือสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ของหน่วยงานผู้ให้บริการนั้น เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมด้านอาคาร สถานที่ การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนพื้นที่เป็นสัดส่วนอย่างมีระเบียบ รวมถึงอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริการ เพื่อก่อให้เกิดแรงดึงดูดใจให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์ คุณค่าของบริการที่ส่งมอบ หรือความประทับใจที่ลูกค้าได้รับ

2.3 วรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยะ วงศ์หริเชาว์ (2544) ความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อโรงเรียนกวดวิชาในเขตปทุมวัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา และความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายต่อโรงเรียนกวดวิชาในเขตปทุมวัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า ไคสแควร์ กำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และคะแนนสะสมอยู่ในช่วง 3.01-3.50 ความพึงพอใจของนักเรียนต่อโรงเรียนกวดวิชา ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านสถานที่ ด้านการจัดกรเรียนการสอน และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอนของสถาบันกวดวิชาอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ได้แก่ ชื่อเสียงโรงเรียนกวดวิชา รองลงมาคือมีเวลาเรียนที่เหมาะสม สำหรับสาเหตุที่นักเรียนเรียนกวดวิชา ได้แก่ ต้องการเพิ่มความเข้าใจในบทเรียน รองลงมาเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการเตรียมตัวสอบ ปัญหาของนักเรียนต่อโรงเรียนกวดวิชา ปัญหาด้านสภาพโรงเรียนกวดวิชา ด้านเอกสารประกอบการสอน ด้านช่วงเวลาในการกวดวิชา ด้านขั้นตอนการสมัครเรียน ด้านค่าใช้จ่าย และด้านผู้เรียนอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัญหาด้านผู้สอนและด้านการส่งเสริมการโฆษณาอยู่ในระดับน้อย

จิตรา สูงแข็ง (2550) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชารัชดาวิทยาในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชารัชดาวิทยาในกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยเก็บจากกลุ่มประชากรทั้งหมด 300 ราย และนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ผลค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ศึกษาในแผนกวิทยาศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 โดยสาเหตุหลักที่เลือกเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สแกนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรียนกวดวิชาเพื่อสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย สาเหตุรองลงมาคือเรียนเพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกสถาบันกวดวิชาจากปัจจัยในด้านสถาบัน อาจารย์ ผู้สอนน่าเชื่อถือ รองลงมาคือมีบริการแนะนำเรื่องการศึกษาต่อ โดยวิชาที่นิยมเรียนมากที่สุด คือ วิชาคณิตศาสตร์และภาษาอังกฤษ มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการเรียน 3,000-5,000 บาท สำหรับปัจจัยที่เลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชารัชดาวิทยา ส่วนใหญ่เลือกเพราะมีบริการแนะนำเรื่องการเรียนรู้ รองลงมาคือสถาบันและอาจารย์ผู้สอนมีความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการนำเสนอทางกายภาพ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นำเสนอจากโรงเรียนกวดวิชารัชดาวิทยา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น มีความครอบคลุมด้านหลักสูตรการสอน ความเหมาะสมของจำนวนชั่วโมงเรียน ด้านราคา เช่น รูปแบบการชำระค่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้ วิธีการในการชำระค่าลงทะเบียนเรียนหลากหลาย ด้านสถานที่บริการ เช่น ตั้งอยู่ในจุดที่หาพบได้ง่าย ตั้งอยู่ในแหล่งที่มีความสะดวกปลอดภัย ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การมีการรับรองผล สอบไม่ติดคืนเงิน การมีส่วนร่วมในกรณีที่มีนักเรียนเป็นกลุ่ม ด้านบุคลากร เช่น เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่สามารถให้คำปรึกษาได้ตรงกับความต้องการ ด้านกระบวนการ เช่น การแนะนำการเลือกคณะ การจัดอันดับคณะในการเรียนในแต่ละต่าง ๆ มีระบบการแจ้งข่าวสารการศึกษา ข่าวทุนการศึกษา และด้านการนำเสนอทางกายภาพ เช่น มีบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพกิจกรรม มุมอาหารว่างและเครื่องดื่ม โดยทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ถนิมภรณ์ อินทแก้ว (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาและศึกษาค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนตัวอย่าง 200 คน และใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของสถาบันกวดวิชา ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 16-18 ปี ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ 3.01-3.50 ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป และจากการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นักเรียนจะเลือกคณะด้วยตนเอง มีบิดา มารดาจะเป็นผู้แนะนำ โดยมีการเตรียมความพร้อมในการสอบเข้ามหาวิทยาลัยตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 และเมื่อเรียนจบปริญญาตรีมีความประสงค์ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ปัจจัยด้านสถาบันกวดวิชาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกวดวิชาของนักเรียนพบว่า

ในด้านสถานที่ของสถาบันกวดวิชาคือ การมีชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา ด้านบุคลากรคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์ในการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือมีการนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ถือว่าผิดกฎหมาย และต้องรับผิดชอบต่อเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การค้นหาค่าข้อมูล ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่าเพศและเกรดเฉลี่ยสะสม รวมถึงการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และปัจจัยแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือก อันได้แก่ แหล่งการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านบุคลากรผู้สอน สื่อการเรียนการสอน และปัจจัยความคาดหวังของผู้เรียน ทั้ง 4 ปัจจัยเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อรพินท์ น้อยพิชัย (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีข้อมูลส่วนบุคคลต่างกัน และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชาต่างกัน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สังกัดโรงเรียนรัฐบาล อยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีเกรดเฉลี่ย 3.01-4.00 อาชีพของผู้ปกครองเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองมีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา พบว่านักเรียนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด ตามด้วยด้านกระบวนการ ด้านสถานที่ ด้านกายภาพ ด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคาค่าเรียน และด้านบุคลากร ตามลำดับ สำหรับระดับความรู้ความเข้าใจในสถาบันกวดวิชา พบว่า นักเรียนส่วนมากมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่านักเรียนที่มีสังกัดโรงเรียน ระดับชั้นที่ และมียาได้ต่อเดือนของผู้ปกครองแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียนที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชาต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อัจฉริยา ไพโรพนาเวศ (2554) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย กรณีศึกษาอาคารวรรณสรณ์ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนกวดวิชา ณ อาคารวรรณสรณ์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 390 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาค่าร้อยละ ความถี่ และการ

ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า ไคสแควร์ กำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 เริ่มเรียนกวดวิชาตั้งแต่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษา สาเหตุที่เรียนกวดวิชาเพื่อเพิ่มความเข้าใจในบทเรียน รู้จัก โรงเรียนจากคำแนะนำของเพื่อน แต่มักตัดสินใจเรียนด้วยตนเอง โดยเรียนกวดวิชาเฉพาะที่อาคารวรรณสรณ์และเดินทางมาเรียนด้วยรถไฟฟ้า มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยวิชาละ 2,001-3,000 บาท เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์มากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายพบว่าปัจจัยด้าน การเรียนการสอนและบริการ ปัจจัยด้านราคา ค่าบริการ ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือก โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในระดับมาก และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในระดับปานกลาง ข้อเสนอแนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ต้องการให้โรงเรียนกวดวิชาในอาคารวรรณสรณ์ เขตพญาไท ปรับปรุงและพัฒนาคือ ต้องการให้เพิ่มจำนวนร้านอาหารภายในอาคารและต้องการให้ลดราคาอาหารลง ส่วนผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งได้แก่ เพศ และระดับชั้นที่กำลังศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

2.4 วิธีดำเนินการวิจัย

2.4.1 วิธีการศึกษาและแหล่งข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นการรวบรวมข้อมูลจาก 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังเรียนกวดวิชาในสถาบันกวดวิชาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. จัดเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการจัดเก็บข้อมูลเนื้อหาจากแหล่งต่าง ๆ อาทิ การค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ เอกสารงานวิจัยทั้งวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และรายงานการค้นคว้าอิสระที่ได้มีผู้ศึกษาไว้ ข้อมูลจากวารสาร บทความ รวมถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่มีเผยแพร่และเชื่อถือได้

2.4.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ระดับคะแนน	5
มาก	ระดับคะแนน	4
ปานกลาง	ระดับคะแนน	3
น้อย	ระดับคะแนน	2
น้อยที่สุด	ระดับคะแนน	1

2.4.3 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและกำลังเรียนกวดวิชา กับสถาบันกวดวิชา ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นการสุ่มตัวอย่างจึงเลือกการสุ่มแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยเลือกค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ดังนั้นจำนวนตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรของคอคเคริน Cochran (1967) และกำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับร้อยละ 95 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2555)

$$n = P[1 - P]Z^2 / d^2$$

- เมื่อ
- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 - P = สัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม
 - d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 0.05
 - Z = ระดับความเชื่อมั่น ณ 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

$$\text{แทนค่า } n = (0.05) (1-0.05) (1.96)^2 / 0.0025$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$= (0.05) (0.05) (3.8416) / 0.0025$$

$$= 0.9604 / 0.0025$$

$$= 384.16$$

ได้จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 385 คน

2.4.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากผู้วิจัยพบว่าแหล่งการกระจุกตัวของสถาบันกวดวิชานั้นมักมีการกระจุกตัวรวมกันตามแหล่งพื้นที่เฉพาะ และวิธีดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เหมาะสมกับลักษณะการปฏิบัติงานของผู้วิจัย โดยผู้วิจัยเลือกสถานที่ที่มีสถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ 4 แห่ง ได้แก่ 1.โครงการวิศุทธาณี ซอยลาดพร้าว 101 เขตบางกะปิ 2.อาคารเซ็นจูรี เขตราชเทวี 3.อาคารสยามกิตติ์ เขตปทุมวัน และ 4.อาคารซี.พี.ทาวเวอร์ 3 เขตพญาไท

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างพื้นที่ละ 100 คน

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการสอบถามเพื่อยืนยันกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายแล้วจึงแจกแบบสอบถาม

2.4.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) และการวิเคราะห์นั้นประกอบไปด้วย

1. วิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantity Analysis) โดยวิเคราะห์ผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการบรรยายสรุปถึงจำนวนลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในรูปแบบการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาเป็นการบรรยายสรุปในรูปแบบการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (7P's) จะใช้วิธีวัดระดับความสำคัญตามมาตรวัดของลิเคิร์ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Likert's Scale) คือ การให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ ได้แก่ 1. สำคัญมากที่สุด 2. สำคัญมาก 3. สำคัญปานกลาง 4. สำคัญน้อย และ 5. สำคัญน้อยที่สุด

โดยกำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งคำนวณจาก ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น (คะแนนต่ำสุด – คะแนนต่ำสุด/จำนวนชั้น) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้นสามารถนำค่าเฉลี่ย ของแต่ละอันตรภาคชั้น มาแปลความหมายได้ดังนี้

5.00 – 4.21	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
4.20 – 3.41	หมายถึง	สำคัญมาก
3.40 – 2.61	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
2.60 – 1.81	หมายถึง	สำคัญน้อย
1.80 – 1.00	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจคือ การเปรียบเทียบระดับนัยสำคัญที่ต้องการ ถ้าค่า Sig. ที่ได้จาก โปรแกรมสำเร็จรูปมากกว่าค่าอัลฟาที่กำหนดคือ 0.05 จะถือว่ายอมรับสมมติฐาน ซึ่งหมายถึงตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม แต่ถ้าค่าที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าอัลฟาที่กำหนดคือ 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐาน แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันกวตวิชา

3.1 ความหมายของสถาบันกวตวิชา

สถาบันกวตวิชา หรือโรงเรียนกวตวิชาจัดเป็นโรงเรียนเอกชนประเภทหนึ่ง โดยโรงเรียนเอกชน หมายถึง สถานศึกษาเอกชนที่จัดการศึกษาทั้งที่เป็น โรงเรียนในระบบหรือ โรงเรียนนอกระบบ ที่มีไว้เป็นสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน ตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จำแนกได้ ดังนี้ (สำนักคณะกรรมการการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. 2552)

1. โรงเรียนในระบบ หมายถึง โรงเรียนที่จัดการศึกษาโดยกำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและการประเมิน ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ ประเภทสามัญศึกษา ประเภทอาชีวศึกษา และประเภทนานาชาติ

2. โรงเรียนเอกชนนอกระบบ หมายถึง โรงเรียนที่จัดการศึกษาโดยมีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยโรงเรียนเอกชนนอกระบบ แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ ประเภทสอนศาสนา ประเภทศิลปะและกีฬา ประเภทวิชาชีพ ประเภทกวตวิชา และประเภทสร้างเสริมทักษะชีวิต

เนื่องจากในปัจจุบันสถาบันการศึกษาของภาครัฐ มีความสามารถในการรองรับจำนวนนักเรียนได้จำกัดเมื่อเทียบกับจำนวนนักเรียนที่สมัครสอบในแต่ละปี ทั้งในส่วนในระดับมัธยมศึกษา และระดับมหาวิทยาลัย โดยจุดมุ่งหมายในการเรียนกวตวิชาของนักเรียนแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน ทั้งประเภทที่เรียนเพื่อเสริมสร้างความรู้ ตามแพชชั่น เพื่อพบปะเข้าสังคมกับเพื่อนเป็นต้น ทำให้การแข่งขันในธุรกิจการให้บริการกวตวิชามีการแข่งขันกันเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นจากสภาพในปัจจุบันแบ่งได้เป็น 2 ประเภท (ประภาส สุพรรณดี. 2553) คือ

1. โรงเรียนกวตวิชาที่ไม่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ โรงเรียนกวตวิชาประเภทนี้เป็นธุรกิจโรงเรียนกวตวิชาที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้ที่จัดตั้งหรือผู้ประกอบการ มิได้ยื่นขออนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักเป็นธุรกิจโรงเรียนหรือสถาบันกวตวิชาในลักษณะแอบแฝงและใช้เงินทุนไม่มากนัก เช่น การเปิดสอนพิเศษตามบ้านเรือน การรับสอนพิเศษตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการบางรายที่เปิดเป็นธุรกิจประเภทกวตวิชาขนาดใหญ่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก

ในกรุงเทพมหานคร แต่ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่มักอยู่ระหว่างการขออนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ เอกสารหนึ่งฉบับยื่นส่ง และทั้งนี้โดยส่วนใหญ่มักอยู่ระหว่างการขออนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่าวคือ ทำการเปิดสอนไปก่อนแล้วจึงติดต่อดำเนินเรื่องขออนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ ในภายหลัง และจากการที่โรงเรียนหรือสถาบันยังไม่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ จึงทำให้สถานที่กวดวิชาประเภทนี้ไม่สามารถใช้ชื่อขึ้นต้นว่าโรงเรียนได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้มักเสี่ยง การใช้ชื่อว่าสถาบันแทน นอกจากนั้น โรงเรียนกวดวิชาประเภทนี้ ไม่สามารถออกใบรับรอง การสำเร็จหลักสูตรให้แก่นักเรียนได้

2. โรงเรียนหรือสถาบันกวดวิชาที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ โรงเรียน หรือสถาบันกวดวิชาประเภทนี้เป็นธุรกิจกวดวิชาที่จัดตั้งอย่างถูกต้องตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับของ กระทรวงศึกษาธิการ มักเป็นกิจการที่ต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูงกว่าโรงเรียนกวดวิชาประเภทที่ ไม่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องจัดการ เกี่ยวกับสถานที่ อุปกรณ์ บุคลากร ให้ถูกต้องตามที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด ซึ่งโรงเรียนที่ได้รับการ รับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ สามารถใช้ชื่อขึ้นต้นว่าโรงเรียนได้ และสามารถติดป้ายคำว่า โดยการควบคุมจากกระทรวงศึกษาธิการ ตลอดจนการออกหนังสือรับรองการสำเร็จหลักสูตร ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานของโรงเรียน ดังนั้นในภาวะการแข่งขันของ ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้โรงเรียนกวดวิชาต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับใบอนุญาตจาก กระทรวงศึกษาธิการค่อนข้างมาก ทั้งนี้เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานของโรงเรียนและเพื่อ การแข่งขันในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

3.2 ลักษณะสถาบันกวดวิชา

สถาบันกวดวิชาตามคำนิยามที่กระทรวงศึกษาธิการได้ให้ไว้ หมายถึง โรงเรียนที่จัดตั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอนเสริมบางวิชาตามหลักสูตรกรมสามัญ โดยมีวิธีการดำเนินการแตกต่าง จากโรงเรียนประเภทอื่นโดยกำหนดเวลาเรียนเป็นครั้งคราว เช่น เรียนเฉพาะวันหยุด หรือเฉพาะใน ภาคฤดูร้อน รับนักเรียนที่ต้องการทบทวนความรู้และบุคคลทั่วไปที่ขาดโอกาสทางการศึกษาที่ ต้องการเรียนเพิ่ม สถาบันกวดวิชาตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2545 หลักสูตรสถาบัน กวดวิชา ต้องมีการเตรียมอาคาร สถานที่ ตามกำหนดในระเบียบที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (กระทรวงศึกษาธิการ. 2545)

1. ลักษณะการจัดการเรียนการสอน

1.1 จัดการเรียนการสอนโดยใช้ครูเป็นผู้สอน

1.2 จัดการเรียนการสอนในลักษณะผสม โดยมีทั้งครูผู้สอนและสื่อ

1.3 จัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อ

2. สถานที่ตั้งโรงเรียนและอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 สถานที่และบริเวณที่ตั้ง โรงเรียนต้องมีลักษณะกว้างขวางและเหมาะสมเพียงพอแก่กิจการของโรงเรียน โดยต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 100 ตารางเมตร ไม่ขัดต่อสุขลักษณะหรืออนามัยของนักเรียน การคมนาคมสะดวก ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ไม่อยู่ใกล้โรงงานอุตสาหกรรมที่อาจเกิดภัยอันตรายใด ๆ หรืออยู่ใกล้สถานที่อื่นที่ไม่เหมาะสมแก่กิจการของโรงเรียน

2.2 ต้องมีกรรมสิทธิ์ในอาคารหรือกรณีเช่าต้องมีสัญญาเช่าอาคาร จากผู้มีสิทธิในการให้เช่า มีกำหนดระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยระบุวัตถุประสงค์การเช่า เพื่อใช้จัดตั้งโรงเรียน ยกเว้นกรณีการเช่าที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ที่ราชพัสดุ ศาสนสมบัติกลาง ที่ธรณีสงฆ์ หรือที่องค์การของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ

2.3 อาคารต้องเป็นเอกเทศหรืออาคารร่วมต้องแยกเป็นสัดส่วน ไม่ปะปนกับกิจการอื่น ๆ และเป็นอาคารที่มีความมั่นคงแข็งแรงเพียงพอที่จะใช้จัดการเรียนการสอน

2.4 ต้องเป็นอาคารที่ได้รับใบอนุญาตก่อสร้างหรือใบอนุญาตต่อเติมอาคารจากทางราชการให้ใช้เป็นอาคารเรียนเพื่อการศึกษา เว้นแต่ในกรณีที่ไม่สามารถหาเอกสารจากทางราชการได้ให้วิศวกรที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพวิศวกรรมเป็นผู้ตรวจสอบและรับรองมั่นคงแข็งแรงของอาคาร

3. ห้องเรียน

3.1 ห้องเรียนที่จัดการเรียนการสอน โดยใช้ครูเป็นผู้สอน ใช้เกณฑ์คำนวณความจุ 1 ตารางเมตรต่อนักเรียน 1 คน จำนวนนักเรียนไม่เกินห้องละ 45 คน

3.2 ห้องเรียนที่จัดการเรียนการสอนลักษณะผสม โดยมีทั้งครูผู้สอนและสื่อใช้เกณฑ์คำนวณความจุ 1 ตารางเมตรต่อนักเรียน 1 คน จำนวนนักเรียนไม่เกินห้องละ 90 คน

3.3 ห้องเรียนที่จัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อ ใช้เกณฑ์คำนวณความจุ 1 ตารางเมตรต่อนักเรียน 1 คน จำนวนนักเรียนไม่เกินห้องละ 90 คน

3.4 ห้องเรียนที่จัดห้องบรรยายขนาดใหญ่ที่สามารถมองเห็นครูผู้สอนมีนักเรียนเกินห้องละ 90 คน ใช้เกณฑ์คำนวณความจุ 1 ตารางเมตรต่อนักเรียน 1 คน และจะต้องเพิ่มสื่อและเจ้าหน้าที่ประจำห้องเรียนตามสัดส่วนนักเรียน

4. การจัดอาคารสถานที่และความปลอดภัย

4.1 ห้องเรียน ห้องประกอบต้องมีแสงสว่างพอเพียงและมีระบบถ่ายเทอากาศที่ถูกสุขลักษณะ

4.2 มีห้องธุรการ หรือห้องพัสดุแยกต่างหากจากห้องเรียน

4.3 จัดให้มีพื้นที่หรือห้องสำหรับพักผ่อนให้เพียงพอกับจำนวนนักเรียนที่มีอยู่

4.4 จัดให้มีน้ำดื่ม น้ำใช้ที่สะอาดถูกสุขลักษณะให้เพียงพอตามจำนวนนักเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 มีห้องส้วมแยกชาย-หญิง โดยถืออัตราส่วนจำนวนนักเรียน 35 คนต่อ 1 ที่สำหรับการเปิดสอนในแต่ละรอบเกิน 20 คนขึ้นไปให้เพิ่มอีก 1 ที่

4.6 ต้องจัดให้มีทางหนีไฟตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร หรือให้เป็นไปตามกฎกระทรวงฉบับที่ 47 (พ.ศ. 2540) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ในเรื่องการป้องกันอัคคีภัย

5. เจ้าหน้าที่ประจำห้องเรียนและการใช้สื่อ

5.1 ต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำห้องเรียนตลอดเวลา ที่มีการจัดการเรียนการสอนในอัตราส่วน 1 คนต่อนักเรียน 1 ห้อง

5.2 สื่อ โทรทัศน์หรือฉายภาพ ต้องมีขนาดใหญ่เพียงพอให้นักเรียนสามารถมองเห็นและเข้าใจเรื่องราวที่นำเสนอได้อย่างชัดเจน โดยจะต้องให้มีสื่ออย่างน้อย 1 เครื่องต่อนักเรียน 15 คน

6. คุณสมบัติของครู และเจ้าหน้าที่ประจำห้องเรียน

6.1 ครูต้องมีความรู้ตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการกำหนดความรู้และประสบการณ์ของผู้ขอใบอนุญาตให้เป็นครูใหญ่และความรู้ของผู้ขอรับใบอนุญาตให้เป็นครูโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2526

6.2 เจ้าหน้าที่ประจำห้องเรียนต้องมีความรู้ ไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องและมีทักษะในการใช้สื่อ

7. ค่าธรรมเนียมการเรียน

7.1 การเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน โดยให้เก็บได้ในอัตรา ดังนี้ การเรียนการสอน โดยใช้ครูผู้สอนให้เก็บในอัตราที่สูงกว่าการเรียนการสอน โดยใช้สื่อผสมครู ส่วนการเรียนการสอน โดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือจะต้องเก็บในอัตราต่ำสุด

7.2 กรณีที่นักเรียนได้ชำระค่าธรรมเนียมการเรียนแล้วมีเหตุจำเป็นที่ไม่สามารถเข้าเรียนตามหลักสูตรที่สมัครเรียน ให้ผู้รับใบอนุญาตคืนเงินค่าธรรมเนียมการเรียนให้แก่นักเรียนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในระเบียบของโรงเรียน ส่วนอัตรากារคืนเงินให้เป็นไปตามที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด

8. ให้ผู้รับใบอนุญาตติดประกาศให้เห็น ได้ชัดเจนในเรื่องต่อไปนี้ คือ

8.1 ใบอนุญาตให้ดำเนินกิจการโรงเรียน

8.2 ใบอนุญาตให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียน

8.3 เกณฑ์มาตรฐานการจัดตั้งโรงเรียน

8.4 ข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น เช่น รายชื่อครูอาจารย์และหลักสูตรการเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. โรงเรียนต้องจัดทำรายงานการดำเนินกิจการเสนอต่อผู้อนุญาตทุกปี และต้องมายื่นขอต่อใบอนุญาตทุก ๆ 3 ปี ตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด

10. การคืนค่าธรรมเนียมการเรียน

10.1 โรงเรียนต้องคืนค่าธรรมเนียมการเรียน 100% ในกรณีไม่สามารถจัดการเรียนการสอนตามความต้องการของนักเรียน หรือนักเรียนไม่สามารถเรียนตามที่สมัครไว้ เนื่องจากมีความจำเป็น โดยมีหลักฐานเป็นที่เชื่อถือได้มาแสดง

10.2 โรงเรียนต้องคืนเงินค่าธรรมเนียมการเรียน 90% ในกรณีนักเรียนแจ้งความจำเป็นเป็นลายลักษณ์อักษร ขอยกเลิกการเรียน โดยแจ้งล่วงหน้าก่อนเปิดทำการสอนในรายวิชานั้น ๆ ไม่น้อยกว่า 7 วัน

10.3 โรงเรียนต้องคืนเงินค่าธรรมเนียมการเรียน 80% ในกรณีนักเรียนได้มาเรียนในครั้งแรกแล้วไม่ประสงค์จะเรียนต่อ โดยแจ้งเหตุผลและความจำเป็นให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร หลังจากเรียนครั้งแรกไม่เกิน 3 วัน

10.4 โรงเรียนต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการเรียนคืนตามอัตราในข้อ 10.1, 10.2 และ 10.3 ให้กับนักเรียนทันทีที่ได้รับแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรจากนักเรียนว่าไม่ประสงค์จะเรียนต่อไปและขอรับเงินคืน

10.5 โรงเรียนต้องออกใบเสร็จรับเงินค่าธรรมเนียมที่ได้รับจากนักเรียนตามความเป็นจริง

11. มาตรการในการป้องกันอัคคีภัยในโรงเรียนกวดวิชา

11.1 จัดให้มีการติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถือ โดยให้มี 1 เครื่องต่อพื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร ทุกระยะไม่เกิน 45.00 เมตร แต่ไม่น้อยกว่าชั้นละ 1 เครื่อง การติดตั้งเครื่องดับเพลิงมือถือนี้ ต้องติดตั้งให้ส่วนบนสุดของตัวเครื่องสูงจากระดับพื้นอาคารไม่เกิน 1.50 เมตร ในที่มองเห็นสามารถอ่านคำแนะนำการใช้ได้และสามารถเข้าใช้สอยได้สะดวกและต้องอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดเวลา

11.2 จัดให้มีการติดตั้งระบบไฟส่องสว่างสำรอง เพื่อให้มีแสงสว่างสามารถมองเห็นช่องทางเดินได้ขณะเพลิงไหม้ และมีป้ายบอกชั้น และป้ายบอกทางหนีไฟที่ด้านใน และด้านนอกของประตูหนีไฟทุกชั้น ด้วยตัวอักษรที่สามารถมองเห็นและอ่านได้ชัดเจน โดยตัวอักษรต้องมีขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 10 เซนติเมตร

11.3 จัดให้มีการติดตั้งอุปกรณ์ส่งสัญญาณเตือนเพื่อให้หนีไฟ ที่สามารถส่งเสียง หรือสัญญาณให้คนที่อยู่อาคาร ได้ยินหรือทราบอย่างทั่วถึง

11.4 จัดให้มีป้ายเรืองแสง หรือเครื่องหมายไฟแสงสว่างด้วยไฟสำรองฉุกเฉินเพื่อบอกทางออกสู่บันไดหนีไฟ ติดตั้งเป็นระยะตามทางเดินและบริเวณหน้าประตูหรือทางออกสู่บันไดหนีไฟ ส่วนประตูออกจากบันไดหนีไฟสู่ภายนอกอาคารหรือชั้นที่มีทางหนีไฟได้ปลอดภัยต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์หรือการละเมิดลิขสิทธิ์ในชั้นเรียนผู้เขียนเป็นเพียงระเบียบสำหรับการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ติดตั้งป้ายที่มีแสงสว่างข้อความ “ทางออกหนีไฟ” หรือ “FIRE EXIT” หรือ เครื่องหมายที่มีแสงสว่างแสดงว่าเป็นทางออกหนีไฟให้ชัดเจน และบริเวณทางหนีไฟจะต้องไม่มีสิ่งกีดขวาง

11.5 จัดให้มีการจัดตั้งแบบแปลนแผนผังของอาคารแต่ละชั้น แสดงตำแหน่งห้องต่าง ๆ ทุกห้องตำแหน่งที่ติดตั้งอุปกรณ์ดับเพลิงต่าง ๆ ประตุนิไฟของชั้นนั้น ติดตั้งไว้ในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน และบริเวณที่พื้นชั้นล่างของอาคาร ต้องจัดให้มีแบบแปลนแผนผังของอาคารทุกชั้นเก็บรักษาไว้ เพื่อให้สามารถตรวจสอบได้โดยสะดวก

11.6 อาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 4 ชั้นขึ้นไป ให้ติดตั้งบันไดหนีไฟที่ไม่ใช้บันไดในแนวดิ่ง เพิ่มจากบันไดหลักให้เหมาะสมกับพื้นที่อาคารแต่ละชั้น เพื่อให้สามารถลำเลียงบุคคลทั้งหมดในอาคารออกนอกอาคารภายในเวลาอันรวดเร็วโดยไม่ถือเป็นการตัดแปลงอาคาร แต่ต้องยื่นแบบแปลนให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นตรวจพิจารณาให้ความเห็นชอบ และบันไดหนีไฟต้องมีลักษณะดังนี้

11.6.1 บันไดหนีไฟภายในอาคารต้องมีผนังโดยรอบที่ทำด้วยวัสดุที่ไม่ติดไฟ หรือบันไดหนีไฟภายนอกอาคาร บันไดชั้นล่างสุดทำอยู่ห่างจากพื้นดินไม่เกิน 3.50 เมตร บันไดแต่ละช่วงสูงไม่เกินความสูงระหว่างชั้นของอาคาร มีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร ลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตร และลูกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตร

11.6.2 ช่องประตูสู่บันไดหนีไฟเป็นบานทำด้วยวัสดุไม่ติดไฟ พร้อมติดตั้งอุปกรณ์ชนิดที่บังคับให้บานประตูปิดได้เอง เพื่อป้องกันควันและเปลวไฟ มิให้เข้าสู่บันไดหนีไฟและมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 80 เซนติเมตร สูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร สามารถเปิดได้สะดวกและไม่มีสิ่งกีดขวางทางหนีไฟ สามารถหนีไฟทางบันไดหนีไฟต่อเนื่องกันถึงระดับดิน หรือออกสู่ภายนอกอาคารที่ระดับไม่ต่ำกว่าชั้นสองได้โดยสะดวกและปลอดภัย

3.3 ประเภทของสถาบันกวดวิชา

การจำแนกประเภทสถาบันกวดวิชาจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปตามยุคสมัย ซึ่งเดิมทีสถาบันกวดวิชามีวัตถุประสงค์เพื่อกวดวิชาบางวิชาตามหลักสูตรวิชาสามัญของกระทรวงศึกษาธิการ ก่อนการเปลี่ยนเป็นลักษณะการศึกษาพิเศษ อาจจำแนกได้เป็น 6 ประเภท คือ (พอดู สุวรรณทัต. 2530 และก้านทิพย์ ชาตวงค์. 2539 อ้างถึงใน ไพฑูรย์ สินลารัตน์. 2545)

1. ประเภทเรียนลัด สถานศึกษาประเภทนี้ ผู้เรียนต้องการเรียนเพื่อไปสมัครสอบเทียบความรู้ เช่น สอบเทียบความรู้ เพื่อทำให้ผู้เรียนสามารถประหยัดเวลาประหยัดเงินได้มากเพราะใช้เวลาเรียนน้อยและเสียค่าใช้จ่ายน้อย อาทิ เด็กเล็ก เพื่อเตรียมเด็กให้เข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาล หรือนักเรียนระดับมัธยมศึกษา โดยศึกษาเฉพาะบางวิชาที่มีความสำคัญในการสอบเข้าเรียนต่อใน

เอกระดับสูง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและชำนาญยิ่งขึ้น เช่น วิชาคณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ เป็นต้น ขณะดำเนินการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ประเภทเฉพาะกาล เป็น โรงเรียนที่เปิดสอนเฉพาะเวลาหรือเฉพาะกิจ ส่วนใหญ่มักเปิดเรียนภาคฤดูร้อน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนที่ไม่มีโอกาสเรียนเพื่อเพิ่มเติมความรู้ ทั้งนี้เนื่องจากว่าโอกาสในการเลือกสถานที่เรียนของนักเรียนมีไม่เท่ากัน เมื่อเรียนในโรงเรียนที่มีมาตรฐานไม่ดีเกรงว่าอาจทำให้ไม่สามารถสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนต่อในสถาบันชั้นสูงขึ้นไปได้ ฉะนั้นผู้เรียนจึงหาที่เรียนเพิ่มเติม เพื่อสร้างโอกาสที่จะสอบแข่งขันต่อไป

3. ประเภททกวิชาตลอดปี มักเปิดสอนตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ แต่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกเรียนเสริมในวิชาที่ตนเรียนอ่อน หรือไม่เข้าใจดีพอ เพื่อเป็นพื้นฐานการเรียนในโรงเรียนสามัญ และเพื่อเป็นความรู้สะสมใช้ในการสอบแข่งขันต่อในสถาบันชั้นสูงอื่นเมื่อเรียนจบชั้นสูงสุดในโรงเรียนสามัญภาคปกติ

4. ประเภททกวิชาเพื่อเรียนซ่อมหรือเรียนเสริม เป็นการเรียนเพื่อเสริมหรือซ่อม สำหรับผู้เรียนที่เรียนอ่อนในแต่ละระดับชั้นส่วนใหญ่มักทำการเรียนการสอนในโรงเรียนสายสามัญ ผู้สอนมักเป็นครูในโรงเรียนนั้น ส่วนผู้เรียนมักเป็นนักเรียนในโรงเรียนนั้น โดยมักเรียนในช่วงตอนเย็น หลังเลิกเรียนปกติ การเรียนการสอนมีความแตกต่างกันตามระดับดังนี้

4.1 ระดับอนุบาล-ประถมศึกษา เป็นการสอนการบ้าน หรือเรียนล่วงหน้าก่อนบทเรียนปกติ

4.2 ระดับมัธยมศึกษา เป็นการสอนเฉพาะบางวิชาที่มีความสำคัญในการนำไปสอบเพื่อศึกษาต่อระดับสูง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและความชำนาญยิ่งขึ้น เช่น วิชาคณิตศาสตร์ วิชาภาษาอังกฤษ เป็นต้น

5. โรงเรียนทกวิชาเพื่อเรียนลัด เป็นการสอนเพื่อนำความรู้ที่ได้รับ ไปสอบเทียบระดับความรู้ โดยการลงทะเบียนเรียนเป็นนักศึกษาทางไกลแบบเรียนด้วยตนเองกับกรมการศึกษานอกโรงเรียน ผู้เรียนแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นบุคคลที่อยู่นอกระบบโรงเรียน เช่น กลุ่มคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม หรือผู้ที่มีงานทำแล้ว แต่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อปรับและเพิ่มวุฒิการศึกษา ผู้เรียนกลุ่มนี้ไม่มีเวลาที่จะทบทวนบทเรียนมากนัก จึงใช้เวลาว่างจากการทำงานในวันเสาร์-อาทิตย์ไปเรียนทกวิชา

กลุ่มที่ 2 เป็นบุคคลในระบบโรงเรียน แต่ต้องการเรียนจบเร็วขึ้นเพื่อนำวุฒิการศึกษาที่ได้ไปทดลองสอบเข้าศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น

6. ประเภททกวิชาเพื่อนำไปสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อระดับสูง เป็นการสอนที่เน้นเนื้อหาที่ใช้ในการสอบคัดเลือก ฝึกฝนการทำแบบทดสอบจากข้อสอบเก่า ฝึกเทคนิคการคิด ครูจะทำหน้าที่สอนสรุปเนื้อหา ยกตัวอย่างให้ดู วิเคราะห์ให้ฟัง ผู้เรียนต้องกลับไปฝึกทำเพื่อให้เกิดความเข้าใจเอง

3.4 จุดมุ่งหมายของการเรียนกวดวิชา

ขอบเขตในการเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกัน และมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและยุคสมัย เช่น การเรียนเพิ่มเติมจากการเรียนปกติในชั้นเรียน ซึ่งการเรียนเพิ่มเติมนี้มักเรียนจากครูในโรงเรียนเอง หรืออาจเป็นครูผู้สอนภายนอกหรือครูจากโรงเรียนกวดวิชาอื่น ๆ การเรียนเพื่อการสอบแข่งขันเข้าศึกษาในสถานศึกษาต่าง ๆ เป็นหลัก นอกจากนี้ยังครอบคลุมไปถึงการเรียนเพื่อเสริมความรู้ในชั้นเรียน การเรียนเพื่อเตรียมตัวล่วงหน้าในชั้นต่อไป และการเรียนเพื่อทำเกรดให้มากขึ้นอีกด้วย ดังนั้นขอบเขตของการกวดวิชาจึงเป็นไปตามลักษณะและจุดมุ่งหมายของการเรียนซึ่งได้มีผู้จำแนกไว้เป็นกลุ่มใหญ่ 8 กลุ่ม คือ (สุพัฒน์ สุขมลสันต์, 2530 อ้างถึงใน ไพฑูรย์ สีนลารัตน์, 2545)

1. การเรียนเร่ง หรือการเรียนเร่งรัด (Accelerated learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนที่ฉลาด เพื่อให้เรียนฉลาดยิ่งขึ้น เรียนรู้เนื้อหามากขึ้นและเรียนได้ในชั้นที่สูงขึ้น ซึ่งการเรียนประเภทนี้จุดมุ่งหมายหลักมักได้แก่ การเรียนเพื่อเรียนลัด เช่น เรียนเร่ง (รัด) เพื่อสอบเทียบ ม. 3 และม. 6 เป็นต้น

2. การเรียนพิเศษ (Special learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนนอกชั้นเรียน หรือนอกหลักสูตร เช่น นักเรียน ม. 5 เรียนพิเศษวิชาภาษาอังกฤษกับชาวต่างประเทศวันอาทิตย์ หรือเรียนพิเศษอิเล็กทรอนิกส์ในวันหยุด เป็นต้น ผู้สอนวิชาต่าง ๆ นี้มักนิยมเรียกว่า ครูพิเศษ หรือครูสอนพิเศษ เป็นต้น

3. การเรียนเฉพาะ (Specified learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียน โดยเฉพาะ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการหรือความสนใจเฉพาะบุคคลของผู้เรียน เช่น การเรียนเฉพาะวิชาดนตรีไทย การเรียนเฉพาะวิชาภาษาไทย และการเรียนเฉพาะวิชาคณิตศาสตร์ เป็นต้น

4. การเรียนเสริม (Extra learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนที่เรียนตามปกติแล้วเรียนได้เก่งกว่าผู้อื่น เพราะเหตุผลต่าง ๆ เช่น มีเวลาเรียนมากกว่า มีสติปัญญาดีกว่า หรือเพราะรู้เรื่องเหล่านั้นดีแล้ว เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนนั้นมีสิ่งอื่นได้เรียนรู้มากขึ้น ไม่ต้องเสียเวลาผู้อื่นหรือเพื่อให้ผู้เรียนนั้น “เรียนกวด” ผู้อื่นที่อยู่ในระดับสูงกว่าตนเองขณะนั้น เช่น นักเรียนชั้น ม. 4 “เรียนกวด” วิชาเพื่อสอบเทียบ ม. 6 และนักเรียนชั้น ม. 6 “เรียนกวดวิชา” เพื่อให้มีความรู้มาก ๆ ไว้ใช้ในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย

5. การเรียนติว (Tutorial learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูหรือเพื่อนร่วมชั้น (peers or classmates) หรือเพื่อนรุ่นพี่ (senior students) จัดให้แก่ผู้เรียนสำหรับเนื้อหาบางอย่างเป็นครั้งเป็นคราว มักนิยมจัดทำกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ หรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นการส่วนตัว เช่น นิสิตชั้นปีที่ 1 เรียนตัวกับนิสิตชั้นปีที่ 4 หรือ นักศึกษาปีที่ 2 ติววิชาต่าง ๆ กันเองก่อนสอบ เป็นต้น

6. การเรียนแก้ไข (Corrective learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชา หรือกิจกรรม หรือ ประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนเพื่อแก้ไขความรู้ความเข้าใจของผู้เรียนบางอย่าง ให้ถูกต้องในเมื่อ สิ่งที่ผู้เรียนรู้นั้นคลาดเคลื่อน หรือไม่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง เช่น นักเรียนเรียนแก้ไขวิชา ภาษาอังกฤษ เพราะว่าออกเสียงบางเสียงไม่ถูกต้องมานานแล้ว หรือเรียนแก้ไขวิชาคณิตศาสตร์ เพราะว่าแนววิธีคิดบางอย่างเกี่ยวกับการบวก ลบ คูณและหาร ของหลักสูตรใหม่และเก่าแตกต่างกัน เป็นต้น การเรียนรู้ประเภทนี้มักเป็นการเรียนสิ่งที่ผู้เรียนรู้อยู่แล้วแต่ยังไม่ถูกต้อง จึงต้องมาเรียนเพื่อ แก้ไขให้ถูกต้องขึ้น

7. การเรียนซ่อม (Remedial learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือ ประสบการณ์ที่ครูให้แก่ผู้เรียนที่เรียนตามปกติแล้วเรียนไม่ทันผู้อื่น เพราะเหตุผลต่าง ๆ เช่น มีความสามารถไม่เพียงพอ มีเวลาไม่เพียงพอ หรือเพราะขาดเรียน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนนั้น สามารถเรียนได้ทันคนอื่นหรือเรียนให้ผ่านวัตถุประสงค์นั้นดำใน โรงเรียนหรือสถานศึกษาที่ได้ กำหนดไว้ เช่น ให้ผ่านวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ทางโรงเรียนกำหนดไว้ เป็นต้น หรืออาจกล่าว สั้น ๆ ได้ว่า การเรียนซ่อมนั้น คือ การเรียน “กวาดวิชา” ให้สามารถมีความรู้ความสามารถ “ทัน” ผู้อื่นที่มีความรู้ความสามารถมากกว่าเปรียบเหมือนการ “วิ่งกวาด” หรือ “ไล่กวาด” ผู้อื่นที่อยู่ข้างหน้า ให้ทันนั่นเอง

8. การเรียนปรับสภาพ (Adapted learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือ ประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนที่มีพื้นความรู้ทางวิชาการ หรือความพร้อมไม่เพียงพอที่สามารถ ไปเรียนร่วมกับผู้อื่นได้ จึงต้องมีการเรียนเพิ่มเติมหรือปรับปรุงแก้ไขสิ่งเหล่านี้ก่อน เช่น นักเรียน อนุบาลต้องเรียนปรับสภาพความพร้อมทางร่างกายและจิตใจก่อน ในชั้นเตรียมประถมก่อนไปเรียน ในชั้นประถมปีที่ 1 นิสิตนักศึกษาที่รับจาก โครงการพิเศษต้องเรียนปรับสภาพภาษาอังกฤษก่อนเปิด เรียนภาคต้นก่อนที่จะไปเรียนร่วมกับนิสิตนักศึกษาทั่วไป

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการเรียนกวาดวิชา อาจหมายถึงการเรียนอย่างใดอย่างหนึ่งดังกล่าว ทั้งนี้ มีความแตกต่างกันออกไปในแง่ของสิ่งที่มุ่งกวาดวิชา วัตถุประสงค์ และลักษณะของผู้เรียน (ตารางที่ 3.1)

ในการเรียนทั้ง 8 แบบ ดังกล่าวนั้น หากผู้เรียนมีเป้าหมายเพียงเพื่อเพิ่มเติมความรู้เฉพาะ จุด และการมุ่งเรียนเพื่อให้ทันเพื่อนร่วมชั้นนั้นอาจไม่ใช่เป็นการกวาดวิชาเสียทีเดียว การกวาดวิชา นอกจากเป็นการเรียนเพื่อเรียนเสริม หรือการซ่อมใน โรงเรียนหรือชั้นเรียนปกติของนักเรียนเอง แล้ว จุดเน้นของการกวาดวิชานั้นยังอยู่ที่การศึกษาตามให้ทัน เพื่อเป้าหมายของการแข่งขันเป็นหลัก ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 ความแตกต่างของจุดมุ่งหมายในการเรียนกวดวิชา

แบบการเรียน	สิ่งที่มุ่ง “กวด” ให้ทัน	วัตถุประสงค์หลัก	ลักษณะผู้เรียน
1. การเรียนซ่อม	ความรู้ความสามารถของเพื่อนร่วมชั้น	เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องและข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่มีอยู่	เรียนอ่อนหรือขาดเรียน
2. การเรียนเสริม	ความรู้ความสามารถของตนเอง	เพื่อเรียนเนื้อหาที่มากกว่าหรือสูงกว่าที่เรียนในชั้น	เรียนเก่งกว่าเพื่อนร่วมชั้น
3. การเรียนปรับสภาพ	ความรู้และความพร้อมของเพื่อนร่วมชั้นในอนาคต	เพื่อให้มีความรู้และมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ	เรียนอ่อนอายุหรือวุฒิภาวะมีน้อยกว่าผู้อื่น
4. การเรียนแก้ไข	ความรู้ที่ถูกต้อง	เพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดของข้อความรู้ที่มีอยู่	ใครก็ตามที่เข้าใจผิดในข้อความรู้บางอย่าง
5. การเรียนเร่ง (รัด)	ความรู้หรือความสามารถของผู้ที่อยู่ในชั้นสูงกว่า	เพื่อเรียนเนื้อหาของชั้นที่อยู่สูงกว่าขึ้นไปให้ได้	เรียนเก่งหรือเรียนได้เร็ว
6. การเรียนเฉพาะ	ความก้าวหน้าของวิทยาการหรือความต้องการของตนเอง	เพื่อสนองความต้องการของตนเอง	มีความสนใจพิเศษกับสิ่งที่เรียน
7. การเรียนพิเศษ	ความรู้ความสามารถของเพื่อนร่วมชั้นหรือความต้องการของตนเอง	เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องที่มีหรือสนองความสนใจของตนเอง	ใครก็ตามที่มี ความสนใจในการเรียนพิเศษ
8. การ (เรียน) ดิว	ความรู้ตามหลักสูตร	เพื่อเรียนรู้เนื้อหาของหลักสูตรให้ได้ครบถ้วน	ใครก็ตามที่มีความสนใจในการ (เรียน) ดิว
รวม การเรียนกวดวิชา	อะไรก็ตามที่คิดว่าขาดหรือยังไม่พร้อม	เพื่อให้เรียนทันผู้อื่นหรือมากกว่าผู้อื่น	ใครก็ตามที่ผู้เรียนอ่อน ปานกลาง หรือ เก่ง

ที่มา : สุวัฒน์ สุขมลสันต์. 2530 อ้างถึงใน ไพฑูรย์ สีนลรัตน์. 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 ลักษณะการกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย

ในกลุ่มผู้เรียนกวดวิชาทั้งหมด กลุ่มผู้เรียนที่มีความเข้มข้น ขนาดค่อนข้างใหญ่และมีลักษณะเฉพาะ คือ กลุ่มผู้เรียนที่กวดวิชาเพื่อสอบคัดเลือกเข้าเรียนต่อมหาวิทยาลัย ซึ่งมีลักษณะการเรียนแตกต่างกันไป จำแนกได้เป็น 5 ลักษณะ คือ (ประยูร ศรีประสาธน์. 2530 อ้างถึงใน ไพฑูรย์ สีนลรัตน์. 2545)

1. การเรียนกวดวิชาโดยการจ้างครูมาสอนเองที่บ้าน ลักษณะนี้ส่วนใหญ่เป็นการเรียนเสริมวิชาที่ผู้เรียนยังอ่อนอยู่ หรือเป็นการเพิ่มพูนวิชาที่เป็นประโยชน์ต่อการสอบคัดเลือก อันได้แก่ วิชาเกี่ยวกับกลุ่มภาษา คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์เป็นหลัก ผู้ที่ทำหน้าที่สอนเหล่านี้ มีทั้งที่มาจากครูในโรงเรียน นิสิตนักศึกษา และบัณฑิตจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตลอดจนอาจารย์ในมหาวิทยาลัย

2. การเรียนในสถานศึกษากวดวิชาที่เปิดสอนตลอดปี สถานศึกษากวดวิชาลักษณะนี้มักจัดในสถานศึกษาบางแห่งที่มีชื่อเสียง โดยมีคณะอาจารย์ในสถาบันนั้นเป็นผู้สอน หรือในสถานกวดวิชาที่จัดตั้งขึ้นเป็นการเฉพาะ โดยรับสมัครผู้เรียนทั่วไป แนวการสอนมักเป็นการเตรียมตัวผู้เรียนในด้านการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับอุดมศึกษา รวมทั้งการเฉลยข้อสอบและการแก้อธิบายข้อสอบด้วย

3. การเรียนในสถานกวดวิชาที่เปิดสอนในช่วงก่อนสอบ เป็นการกวดวิชาในลักษณะของการติวเข้มที่เป็นการเฉลยข้อสอบและการแก้อธิบายข้อสอบเป็นสำคัญ การกวดวิชาในช่วงก่อนสอบ โดยเฉพาะก่อนสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย ผู้เรียนส่วนใหญ่มักเป็นพวกเด็กนักเรียนในต่างจังหวัดที่ไม่มีโอกาสเรียนกวดวิชาตลอดปีมักเข้ามาเรียนกวดวิชาในช่วงก่อนสอบ ส่วนเด็กนักเรียนในกรุงเทพมหานครมักไม่เรียนกวดวิชาช่วงนี้ เพราะได้เรียนกวดวิชาในสถาบันที่เปิดสอนตลอดปีมาแล้ว

4. การเรียนกวดวิชาในโรงเรียนของตน การเรียนกวดวิชาในโรงเรียนของตน โดยเฉพาะในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครหรือมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ในจังหวัดต่าง ๆ มักเปิดการสอนกวดวิชาเพื่อการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยให้แก่เด็กนักเรียนของตน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับนักเรียนในโรงเรียนอื่นด้วย การกวดวิชาในลักษณะนี้มักเริ่มตั้งแต่ภาคที่สองของปีการศึกษา

5. ลักษณะการสอบ pre-entrance เป็นการทดสอบความรู้ก่อนการสอบเข้ามหาวิทยาลัย ซึ่งอาจมีการจัดทำโดยคณะนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือสถาบันที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำการทดสอบความรู้ดังกล่าวและการสอบ pre-entrance นี้เป็นสิ่งหนึ่งที่ได้รับคามนิยมน้อยมากในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 การกวดวิชาผ่านเว็บไซต์

สืบเนื่องจากความเจริญทางเทคโนโลยีสารสนเทศจึงทำการเรียนกวดวิชา มีวิธีการในสืบหาข้อมูลที่สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น การเรียนกวดวิชาผ่านเว็บไซต์จึงนับเป็นช่องทางที่ช่วยให้ให้นักเรียนสามารถเพิ่มพูนความรู้ได้สะดวกยิ่งขึ้น จากการศึกษาของ รศ. ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ สามารถจำแนกได้ลักษณะการเรียนกวดวิชาผ่านเว็บไซต์ได้ 2 ประเภท (ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. 2545) ดังนี้

1. เว็บไซต์ที่มีเนื้อหา (content) เรื่องการกวดวิชาเป็นหลัก สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1 เว็บไซต์ของสถาบันหรือโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งอาจเป็นเว็บไซต์ของสถาบันที่เปิดสอนกวดวิชาเฉพาะบางวิชา เช่น ฟิสิกส์ เคมี ภาษาอังกฤษ และคณิตศาสตร์ เป็นต้น โดยบางเว็บไซต์อาจเป็นเว็บของสถาบันที่เปิดสอนกวดวิชาพร้อม ๆ กันหลายวิชา หรืออาจมีการกำหนดการสอนกวดวิชาเฉพาะวิชาศิลปะ เช่น ภาษาฝรั่งเศส หรือเฉพาะวิชาทางสายศิลปกรรม จิตรกรรม สถาปัตยกรรมและวิศวกรรม แต่ยังคงเป็นการสอนหลาย ๆ วิชาของแต่ละสายอยู่ สถาบันกวดวิชาทั้งสองลักษณะนี้มีการสอนกวดวิชาให้กับนักเรียนเกือบทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลขึ้นไป และมีการกวดวิชาเนื้อหาที่เรียนในระดับมหาวิทยาลัยด้วย เช่น วิชาการตลาด วิชาวิจัยธุรกิจ และวิชาเศรษฐศาสตร์ จนถึงกวดวิชาเพื่อสอบเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท แต่ส่วนใหญ่แล้วมักเป็นการกวดวิชาในระดับประถมปลาย มัธยมต้น และมีมัธยมปลาย ที่สอนทั้งเพื่อการเพิ่มเกรด หรือเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย นอกจากนั้นแล้วยังมีบางเว็บไซต์ที่สอนกวดวิชาสำหรับสอบเข้าศึกษาต่อวิชาชีพเฉพาะ เช่น สอบเข้าเตรียมทหาร นักบิน จำอากาศ ตำรวจ พนักงานเทศบาล หรือเพื่อสอบเข้าทำงานในองค์การบริหารส่วนตำบล และสอบเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีสายพาณิชยศาสตร์ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง เป็นต้น โดยเว็บไซต์ของสถาบันหรือโรงเรียนกวดวิชานี้แบ่งเป็น 2 ประเภทย่อย คือ

1.1.1 เว็บไซต์ที่ไม่มีการสอนกวดวิชาทางออนไลน์ โดยเว็บไซต์มีการทำเพียงหน้าที่ประชาสัมพันธ์สถาบัน ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อกลางระหว่างสถาบันกับกลุ่มเป้าหมายในการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ เช่น การสมัครเรียน การสอบถามปัญหาต่าง ๆ เป็นต้น ตลอดจนจนถึงการทำแบบฝึกหัดต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตหรือที่บางครั้งเรียกว่า เป็นการทำแบบฝึกหัดออนไลน์ หรือ ฟรีเอ็นทรานซ์ออนไลน์ (pre-entrance online) แต่ยังไม่มีการจัดการเรียนการสอนออนไลน์

1.1.2 เว็บไซต์ที่มีการสอนกวดวิชาออนไลน์ โดยมีทั้งที่เปิดสอนกวดวิชาที่สถาบัน และสอนผ่านออนไลน์ กับสถาบันที่จัดการสอนออนไลน์เพียงอย่างเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 เว็บไซต์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ไม่ได้จัดตั้งเป็นสถาบันหรือโรงเรียนกวดวิชาอย่างเป็นทางการ หรืออาจเป็นกลุ่มชมรม/ชุมนุมของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่จัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลในการเตรียมตัวสอบ และมีเนื้อหาวิชาการเพื่อทบทวนสำหรับการเตรียมตัวสอบในบางวิชา เช่น เว็บไซต์ของชมรมวิชาการของสถาบันการศึกษา เป็นต้น โดยยังไม่มีการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ในกลุ่มเว็บไซต์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนี้มีเว็บไซต์อยู่ 2 ลักษณะ ดังนี้

1.2.1 เว็บไซต์ที่มีการทำหน้าที่เป็นเพียงคนกลางจัดให้มีการพบกัน (matchmaker) ระหว่างผู้ที่ต้องการสอนกวดวิชา กับผู้ที่ต้องการเรียนกวดวิชา โดยผู้ที่ต้องการสอนกวดวิชาต้องส่งข้อมูลของตนให้กับผู้จัดการเว็บไซต์ (web master) โดยข้อมูลดังกล่าวถูกนำขึ้นมาไว้บนหน้าเว็บไซต์ให้ผู้ที่ต้องการเรียนกวดวิชาได้ศึกษาข้อมูล และตัดสินใจเลือกผู้สอนกวดวิชา จากนั้นจึงทำการติดต่อกับผู้สอนโดยตรง ทั้งนี้ผู้บริหารเว็บไซต์ไม่มีการเข้าไปตรวจสอบข้อมูล หรือประกันคุณภาพการสอนใดๆ ทั้งสิ้น เพียงแต่มีการแจ้งไว้ว่าผู้เรียนจำเป็นต้องใช้วิจารณญาณในการเลือกผู้สอนเอง

1.2.2 เว็บไซต์ที่มีลักษณะการทำงานโดยมีทีมคัดเลือกผู้สมัคร ด้วยวิธีการให้ผู้สมัครเป็นผู้สอนกวดวิชาทดลองสอน และตรวจสอบความรู้ เมื่อผ่านการคัดเลือกแล้วก็มีมีการฝึกอบรม โดยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการสอน เป็นต้น สำหรับการติดต่อกันผู้เรียนมักไม่ได้ติดต่อกับผู้สอนโดยตรง แต่มีทีมผู้บริหารนั้นเป็นตัวกลางในการติดต่อประสานงานให้กับทั้งผู้สอนและผู้เรียน

2. เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาอย่างอื่นแต่มีการเชื่อมต่อ (link) ไปยังเว็บประเภทแรก โดยอาจเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาเพียงบางแห่ง หรือรวบรวมข้อมูลที่อยู่ (URL) ของเว็บประเภทแรกเอาไว้ให้เชื่อมต่อเป็นจำนวนมาก

3.7 การสอนในสถาบันกวดวิชา

ในการเรียนกวดวิชาผู้เรียนมักเลือกกวดวิชาในรายวิชาที่แตกต่างกันออกไป แล้วแต่ระดับการศึกษาและความสามารถที่ผู้เรียนต้องพัฒนาให้สูงขึ้นจนถึงเกณฑ์ที่ต้องการ โดยมีวิชาพื้นฐานหลักที่ผู้เรียนมักเลือกเรียนกวดวิชา 5 กลุ่มวิชา ดังนี้

1. วิชาคณิตศาสตร์ ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นการศึกษาสาระความรู้พื้นฐาน โดยมีขอบข่ายเนื้อหา ดังนี้ จำนวนและการดำเนินการ เลขยกกำลังที่มีเลขชี้กำลังเป็นจำนวนตรรกยะ เซต ความสัมพันธ์และฟังก์ชัน เรขาคณิตวิเคราะห์ เมทริกซ์ ฟังก์ชันเอกซ์โพเนนเชียล และฟังก์ชันลอการิทึม ฟังก์ชันตรีโกณมิติ เวกเตอร์ในสามมิติ จำนวนเชิงซ้อน ทฤษฎีกราฟเบื้องต้น ความน่าจะเป็น แคลคูลัสเบื้องต้น ลำดับและอนุกรม กำหนดการเชิงเส้น และหลักสถิติ (กานดา ลือสุทธิวิบูลย์, 2548)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ ประกอบด้วย

2.1 วิชาฟิสิกส์ เป็นการศึกษาข้อมูล ความจริง เกี่ยวกับธรรมชาติ หรือปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ฟิสิกส์จึงเป็นวิทยาศาสตร์กายภาพ วิชาฟิสิกส์ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีการศึกษาเรื่องต่าง ๆ อาทิ เวกเตอร์ การเคลื่อนที่ กฎของนิวตันกับการประยุกต์ โมเมนตัม คักย์ไฟฟ้า สมบัติของคลื่นเสียง คลื่นกระแทก แรงดันน้ำ และหลักของแบร์นูลี เป็นต้น (Dek-D. 2555)

2.2 วิชาเคมี เป็นวิทยาศาสตร์สาขาหนึ่งที่ศึกษาเกี่ยวกับ โครงสร้างและองค์ประกอบของสสาร และกลไกของปฏิกิริยาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีการศึกษาเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ สสารและการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างอะตอม พันธะเคมี สารชีวโมเลกุล สมดุลสารละลายกรด - เบส ปฏิกิริยาไฟฟ้าเคมี และตารางธาตุ เป็นต้น (Dek-D. 2556)

2.3 วิชาชีววิทยา จัดเป็นเป็นวิทยาศาสตร์สาขาชีวภาพ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งมีชีวิต โดยในการศึกษามีองค์ประกอบในส่วนที่เป็นความรู้ และส่วนที่เป็นกระบวนการค้นหาความรู้ โดยมีเนื้อหาสาระดังนี้ เซลล์ พันธุศาสตร์ ระบบ โครงร่างของสิ่งมีชีวิต ฮอร์โมน อาณาจักรสัตว์ อาณาจักรพืช การสืบพันธุ์ และระบบนิเวศ เป็นต้น

3. วิชาภาษาไทย สาระสำคัญในการเรียนกวดวิชาภาษาไทย คือ เพื่อให้นักเรียนศึกษาเกี่ยวกับลักษณะสำคัญในการใช้ภาษาไทย ประยุกต์ใช้ความรู้ สามารถนำไปใช้ในการสอบในชั้นเรียน และสามารถนำไปใช้ในการสอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัย โดยมีเนื้อหาที่ศึกษา ดังนี้ หลักภาษา การใช้ภาษา วรรณศิลป์ หลักการอ่านจับใจความ ภาษากับการแสดงความคิด การสร้างคำ ข้อบกพร่องการใช้ภาษา และสำนวนไทย เป็นต้น

4. วิชาสังคมศึกษา เป็นการเรียนรู้ด้านสังคมศึกษา การจัดการทรัพยากร โดยวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนมักเรียนเพื่อสามารถนำไปใช้ในการสอบในชั้นเรียน และนำไปใช้ในการสอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัย มีการศึกษาเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ สัตว์โลก - สัตว์สังคม โครงสร้างสังคม - การจัดระเบียบทางสังคม ศาสนา การเมืองการปกครอง เศรษฐศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และประวัติศาสตร์

5. วิชาภาษาอังกฤษ การกวดวิชาภาษาอังกฤษในปัจจุบันเป็นที่นิยมมาก และมีการให้ความสำคัญกับภาษาอังกฤษมากขึ้น เนื่องจากการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา นักเรียนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานภาษาอังกฤษทั้งพูดและเขียน โดยสถาบันกวดวิชายังคงให้ความสำคัญในส่วนของหลักไวยากรณ์ คำแปล และการอ่านเพื่อความเข้าใจ รวมถึงแนวข้อสอบในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย โดยมีเนื้อหาการสอน ดังนี้ Parts of Speech, Grammar, Tenses, Verb, Reading, และ Conversation

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สืบเนื่องจากสภาพสังคมและภาวะเบียด ขอบังคับทางการศึกษาที่เปลี่ยนไปทำให้วิชา หรือรูปแบบของการกวดวิชามีความหลากหลายเพิ่มเติมมากขึ้นนอกเหนือจากวิชาสามัญ สามารถ จำแนกลักษณะกลุ่มรูปแบบการกวดวิชาได้อีกรูปแบบหนึ่ง คือ

1. กวดวิชาเพื่อสอบตรง การสอบตรง หรือระบบรับตรง (Direct System) ระบบนี้ทาง สถาบันอุดมศึกษานั้น ๆ เป็นผู้กำหนดภาวะเบียด กติกา โดยทางสถาบันนั้น ๆ มีจุดประสงค์เพื่อ ต้องการบุคคลที่มีความสามารถเฉพาะอย่างแท้จริง รวมถึงเปิด โอกาสกลุ่มบุคคลที่ต้องการศึกษาต่อ ในสถาบันอุดมศึกษานั้น ๆ ให้เข้าศึกษาต่อ ได้มากยิ่งขึ้น เป็นทางเลือกใหม่ของผู้ที่สนใจศึกษาต่อใน สถาบันนั้น ๆ (Wikipedia. 2555) สำหรับหลักสูตรวิชาเรียนประกอบด้วย 1. กลุ่มวิชาสามัญ โดย เป็นการเลือกเรียนเฉพาะบางวิชาที่มีการระบุไว้ของแต่ละคณะที่มีการเปิดสอบตรง ในแต่ละ มหาวิทยาลัย 2. กลุ่มวิชาความถนัดและความรู้ทั่วไป โดยเป็นการกวดวิชาตามสาขาวิชาเอก ในแต่ละคณะของแต่ละมหาวิทยาลัย อาทิเช่น ความถนัดทางวิศวกรรม วิชาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ กฎหมาย และการเขียนเรียงความ การเขียนย่อความทางกฎหมาย เป็นต้น

2. กวดวิชาเพื่อสอบ กสพท. “กลุ่มสถาบันแพทยศาสตร์แห่งประเทศไทย” เป็นการ กวดวิชา เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเข้าสอบตรงของคณะแพทยศาสตร์ในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยเนื้อหาในการสอบเป็นไปตามที่ กสพท. เป็นผู้กำหนด โดยมีหลักสูตรเนื้อหาในการกวดวิชา ทางด้านวิชาเฉพาะแพทย์ และวิชาสามัญ 5 วิชา ได้แก่ 1. วิชาวิทยาศาสตร์ (ฟิสิกส์ เคมี ชีววิทยา) 2. คณิตศาสตร์ 3. ภาษาอังกฤษ 4. ภาษาไทย และ 5. สังคม (Si.mahidol. 2556)

3. กวดวิชาความถนัดทั่วไป (GAT)/ ความถนัดทางวิชาชีพและวิชาการ (PAT) เป็น หลักสูตรการเรียนกวดวิชา เฉพาะที่มีการกำหนดในการใช้เพื่อสอบเข้าตามสาขาวิชาเอก ในแต่ละ คณะของแต่ละมหาวิทยาลัย โดยสถาบันกวดวิชาที่มีการเปิดสอนหลากหลายสาขาวิชาเรียน เช่น ความถนัดทางวิศวกรรม ความถนัดทางสถาปัตยกรรม องค์กรประกอบศิลป์ ความถนัดทางวิชาชีพครู ความถนัดด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น (Wikipedia. 2555)

3.8 ค่าใช้จ่ายในการกวดวิชา

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประมาณการมูลค่าตลาดธุรกิจกวดวิชาในปี พ.ศ. 2556 ไว้ที่ประมาณ 7,160 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ที่มีมูลค่าประมาณ 7,000 ล้านบาท และจะเติบโต ไปสู่ 8,189 ล้านบาทในปี 2558 หรือเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี โดยคาดว่าจะมีปัจจัยหนุนมาจาก จำนวนนักเรียน ที่เรียนกวดวิชาการเพิ่มขึ้นและราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกร ไทย. 2556) โดยในปัจจุบันโรงเรียนเกือบทุกแห่ง มีการให้เรียนพิเศษเพิ่มเติมประมาณ 1 ชั่วโมง หลังเลิกเรียนในเวลาราชการ ซึ่งสอนโดยคุณครูประจำชั้น ถึงแม้เรียกว่า “เรียนพิเศษ” แต่โรงเรียน ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลายแห่งมักมีการสอนหรือเฉลยการบ้านให้นักเรียนมากกว่าการสอนเนื้อหาเพิ่มเติมจากชั่วโมงเรียนปกติ สำหรับค่าเรียนพิเศษในช่วงเย็นของโรงเรียนนั้น ส่วนใหญ่เป็นชั้นระดับประถมศึกษา โดยมีค่าใช้จ่ายเริ่มต้นอยู่ที่ภาคการศึกษาละประมาณ 500 บาท และถ้ามีการจ้างครูมาสอนพิเศษ ค่าจ้างสอนเริ่มต้นที่ชั่วโมงละ 200 - 250 บาท โดยสามารถแยกรายละเอียดค่าใช้จ่ายตามระดับชั้นการศึกษาได้ ดังนี้ (Oknation. 2556)

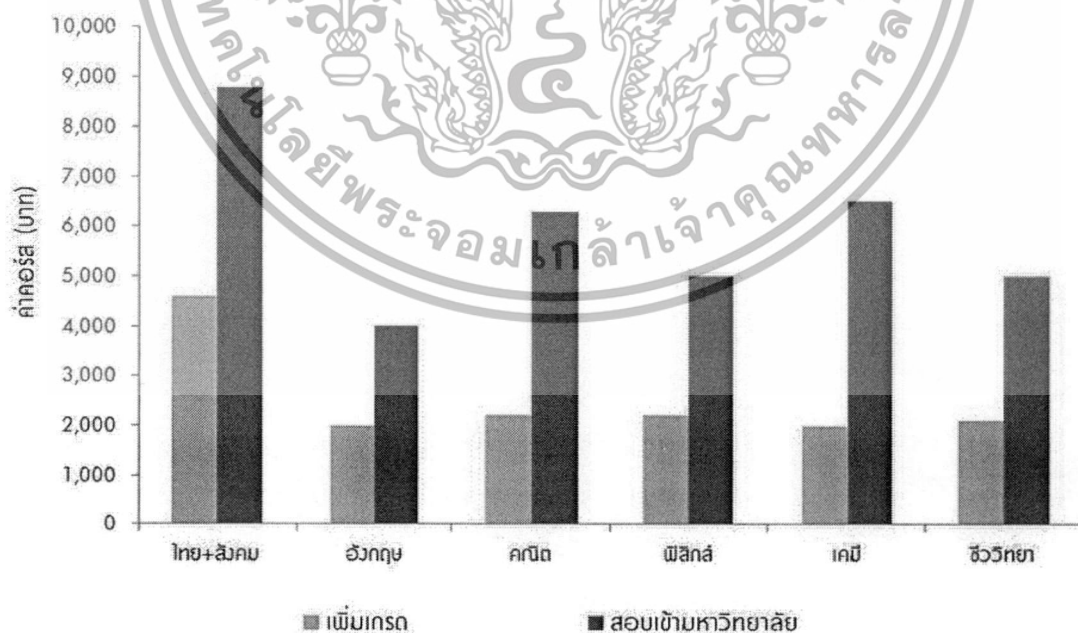
นักเรียนชั้นอนุบาล ค่าเรียนพิเศษของนักเรียนชั้นอนุบาล สำหรับ 1 ภาคการศึกษา มีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา คอร์สละ 2,000 บาทต่อวิชา ซึ่งใน 1 ปีมี 3 เทอม (รวมภาคฤดูร้อน) มีค่าใช้จ่ายประมาณ 6,000 บาท ซึ่งผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้เรียน 2 - 3 วิชา ดังนั้นจึงมีค่าใช้จ่ายต่อภาคการศึกษาประมาณ 4,000 - 6,000 บาท ถ้ารวม 3 เทอม ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาประมาณ 12,000 - 18,000 บาทต่อปี

ในระดับชั้นประถมศึกษา การเรียนกวดวิชาของนักเรียนมักให้ความสนใจในกลุ่มการเรียนวิชาด้านวิชาการทั้ง 5 วิชาหลัก คือ ภาษาไทย สังคมศึกษา วิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ และคณิตศาสตร์ สำหรับค่าใช้จ่ายกรณีที่มีการเรียนกวดวิชาครบทั้ง 5 วิชา มีค่าใช้จ่ายประมาณคอร์สละ 3,200 บาท แต่หากเป็นคอร์ส ทิวสอบเข้ามัธยมศึกษาปีที่ 1 มีค่าใช้จ่ายในการกวดวิชาอยู่ที่ประมาณคอร์สละ 3,600 บาท ดังนั้น หากนักเรียนชั้นประถมเรียนพิเศษแบบรวม 5 วิชาในสถาบันเดียว มีค่าใช้จ่ายในการเรียนพิเศษอย่างน้อย 3,700 บาท (ค่าเรียนพิเศษหลังเลิกเรียน 500 บาท รวมกับค่าเรียนกวดวิชา 5 วิชา 3,200 บาท) ในกรณีที่มีการจ้างครูมาสอนที่บ้านวันละ 2 ชั่วโมง ทำให้มีรายจ่ายสัปดาห์เพิ่มขึ้น สัปดาห์ละ 1,000 บาท หรือเดือนละประมาณ 4,000 บาท ทั้งนี้ยังไม่รวมค่าเรียนพิเศษอื่น ๆ ที่ไม่ใช่วิชาการอีก เช่น การเรียนดนตรี ว่ายน้ำ บัลเลต์ ศิลปะ เทควันโด โดยมีค่าใช้จ่ายเริ่มตั้งแต่คอร์สละ 1,000 - 4,000 บาท

สำหรับนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา มักให้ความสนใจในการเรียนพิเศษในวิชาด้านวิชาการมากขึ้นเพื่อเพิ่มเกรดที่โรงเรียนในการเรียนภาคปกติ ซึ่งการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนส่วนหนึ่งมาจากผู้ปกครองให้เรียน ส่วนหนึ่งของผู้ปกครองเรียนเอง และอีกส่วนหนึ่งคือเรียนตามเพื่อน สถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาส่วนใหญ่มักมีแยกสอนสถาบันละวิชา เดียวเท่านั้น เช่น เอ็นคอนเซปต์ สอนเฉพาะภาษาอังกฤษ เคมีอู๋ สอนเฉพาะวิชาเคมี แอพพลายฟิสิกส์ สอนเฉพาะฟิสิกส์ เป็นต้น มีเพียงบางสถาบันเท่านั้นที่สอนหลายวิชา เช่น เดอะติวเตอร์ เดอะเบรน เป็นต้น ในการคำนวณค่าใช้จ่ายในการเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาโดยรวม พบว่า ในนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในกรณีที่เรียนรวม 5 วิชาหลักในสถาบันเดียวกัน มีค่าใช้จ่ายในการเรียนคอร์สละ 3,700 บาท แต่ถ้าหากเรียนแยกรายวิชา ตามสถาบันมีค่าใช้จ่ายในการเรียนคอร์สละ 2,000 - 3,000 บาท

ด้านนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายนั้น มีหลักสูตรในการเรียนที่แตกต่างกันจากนักเรียนในระดับชั้นอื่น ๆ โดยมีการแบ่งแยกกลุ่มสายการเรียนออกเป็นสายต่าง ๆ เช่น สายวิทย์ -

คณิต สายศิลป์ - ภาษา สายภาษา ดังนั้นความต้องการในการเรียนเพิ่มเติมของเด็กแต่ละคนจึงมีความแตกต่างกัน สำหรับเด็กที่เรียนสายวิทย์ จะต้องเรียน 5 วิชาหลัก คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ (ฟิสิกส์ เคมี และชีววิทยา) ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และสังคมศึกษา ส่วนเด็กกลุ่มสายภาษาให้ความสำคัญในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ และภาษาที่ 3 อื่น ๆ เพิ่มเติม จากการคำนวณค่าเรียนพิเศษสำหรับเด็กสายวิทย์ - คณิต พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเรียนพิเศษเพื่อเพิ่มเกรดมีค่าใช้จ่ายประมาณ คอร์สละ 2,000 - 2,500 บาท ซึ่งแต่ละคอร์สมักเป็นเรื่อง ๆ ตามบทเรียน ซึ่งทั้งนี้พบว่าการกวดวิชาบางคอร์สมักมีค่าใช้จ่ายในการเรียนพิเศษสูงเป็นเท่าตัว (ภาพที่ 3.1) โดยเฉพาะในคอร์สเตรียมสอบ O-NET และ GAT, PAT โดยมีค่าใช้จ่ายในการเรียนต่อวิชา ดังนี้ วิชาภาษาไทยและสังคมศึกษา คอร์สละประมาณ 4,400 บาท วิชาภาษาอังกฤษ 4,000 บาท วิชาคณิตศาสตร์ 6,300 บาท ฟิสิกส์ 5,000 บาท เคมี 6,500 บาท และชีววิทยา 5,000 บาท โดยสรุปนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมักมีค่าใช้จ่ายในการเรียนพิเศษประมาณภาคเรียนละ 15,000 บาทเป็นอย่างต่ำ (หากเรียนครบทุกวิชา) และสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มักมีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาเพิ่ม เพื่อติวสอบเข้ามหาวิทยาลัยอีกประมาณ 3,500 บาท (ในกรณีเรียนครบทุกวิชา) สำหรับนักเรียนที่จ้างครูมาสอนที่บ้าน เพื่อเพิ่มเกรดหรือเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ชั่วโมงละ 250 - 300 บาท ซึ่งระยะเวลาเรียนขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เรียน ทั้งนี้สำหรับนักเรียนที่ไม่ได้เรียนในสายวิทย์ - คณิต พบว่ามีค่าเรียนพิเศษไม่ต่างกันนัก เนื่องจากค่าเรียนภาษาต่างประเทศราคาสูงพอ ๆ กับวิชาวิทยาศาสตร์ทั้ง 3 วิชาด้วยกัน



ภาพที่ 3.1 ค่าเรียนพิเศษในสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ม.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.9 ปัจจัยที่มีผลต่อผลลัพธ์ของการกวดวิชา

การกวดวิชาส่งผลต่อผู้เรียนได้มากหรือน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และบริบทของทั้งตัวโรงเรียนกวดวิชา รูปแบบลักษณะของการกวดวิชา ผู้เรียน ผู้สอน และเนื้อหา การเรียนการสอน ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไข 7 ประการ (สุพัฒน์ สุขมกลสันต์, 2530 อ้างถึงใน ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2545) คือ

1. เป้าหมายของผู้เรียน ผู้เรียนต้องรู้จักตนเอง รู้ประมาณความสามารถของตน และตั้งเป้าหมายการเรียน โดยผู้เรียนควรรู้ว่าตนเองเรียนเพื่ออะไร มีเป้าหมายของการเรียนนั้นสูงเกินไปหรือไม่สำหรับตนและควรมีความพยายามอย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายนั้น

2. แบบของการเรียนกวดวิชา ผู้เรียนควรรู้ว่าการเรียนกวดวิชานั้นแท้ที่จริงเป็นการเรียนแบบใด และตนเข้าใจความแตกต่างของการเรียนแต่ละแบบหรือไม่ เพื่อให้ผู้เรียนทราบทิศทางของการเรียน ไม่เกิดผลเสียต่อการเรียนและเรียนอย่างมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน

3. การสอนของครู/อาจารย์กวดวิชา เนื่องจากการเรียนการสอนเป็นกระบวนการที่เกิดจากอันตรกิริยา (interaction) ระหว่างครู/อาจารย์ผู้สอนกับผู้เรียน และระหว่างผู้เรียนกับอุปกรณ์การเรียนการสอนรวมทั้งสื่อการสอนต่าง ๆ ดังนั้น ผลของการกวดวิชาจึงขึ้นกับการสอนกวดวิชาของครู/อาจารย์ที่สอนนั้นว่าเป็นอย่างไร ผู้สอนรู้ความแตกต่างของแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนสำหรับการกวดวิชาแต่ละแบบดีแล้วหรือไม่ กล่าวคือ การสอนแบบนี้แตกต่างจากการสอนประจำ ในห้องเรียน ผู้สอนต้องให้ความสำคัญของแต่ละบุคคลของผู้เรียนมากกว่าการสอนในห้องเรียน รวมทั้งความเอาใจใส่ความรักและความห่วงใยเป็นรายบุคคลด้วย เพราะบุคคลเหล่านี้เป็นผู้มีปัญหาทั้งทางวิชาการและจิตใจด้วย และเพราะลักษณะกลุ่มผู้เรียนมีความหลากหลายมากกว่าผู้เรียนในชั้นเรียนปกติ ถ้าผู้สอนใช้วิธีการสอนแบบเดิมที่ใช้ในห้องเรียนมาสอนกวดวิชา ผลที่เกิดกับผู้เรียนนั้นอาจเหมือนเดิม คือ รู้เท่าเดิมหรือไม่รู้เท่าเดิม และที่สำคัญกว่านั้นคือ ผู้สอนรู้จุดประสงค์ของการเรียนกวดวิชาแต่ละแบบหรือไม่ ถ้าผู้เรียนเรียนกวดวิชาด้วยจุดประสงค์ที่ต่างกัน ผลการสอนนั้นย่อมล้มเหลวได้ง่ายมากสำหรับทั้งผู้เรียนและผู้สอนทั้ง 2 ฝ่าย

4. ขนาดกลุ่มผู้เรียน การพิจารณาผลของการกวดวิชายังต้องคำนึงถึงว่า ขนาดของกลุ่มผู้เรียนกวดวิชานั้นมากน้อยเพียงใด เป็นการสอนแบบกลุ่มขนาดเล็กหรือแบบอุตสาหกรรมการสอน (mass education) เนื่องจากปัจจัยที่เป็นปัญหาสำหรับการเรียนการสอนปกติในหลักสูตรต่าง ๆ คือ กลุ่มผู้เรียนมีขนาดใหญ่เกินไป กล่าวคือ ในชั้นเรียนที่มีผู้เรียนมากกว่า 30 คนขึ้นไป ทำให้กลุ่มผู้เรียนมีความแตกต่างระหว่างบุคคลมาก การให้ความสนใจของครูมีไม่ทั่วถึงสำหรับการเรียนการสอนกวดวิชา ถ้ากลุ่มนักเรียนมีขนาดใหญ่เท่าใด โอกาสที่เรียนได้ประสบผลสำเร็จยังมีน้อยมากเท่านั้น แม้ว่าผู้สอนมีการสรรหานำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เช่น เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ

เอกสารเผยแพร่ ส.โทรทัศน์ วิดีโอ เครื่องขยายเสียง หรือแม้แต่เครื่องไม่โครคอมพิวเตอร์และการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องปฏิบัติการ เพราะนวัตกรรมทางการเรียนการสอนเหล่านี้ขาดความรัก ความอบอุ่น และ ความเห็นอกเห็นใจ ซึ่งเฉพาะครู/อาจารย์เท่านั้นที่มีสิ่งเหล่านี้

5. อุปกรณ์การเรียนและตำรา เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องพิจารณาว่าอุปกรณ์การสอนกวดวิชา รวมทั้งตำราเรียนมีความเหมาะสมสำหรับการเรียนกวดวิชาหรือไม่ หรือว่ายังใช้แค่กระดานดำ และ ตำราเดิมที่ครูประจำวิชาสอนในห้องเรียนปกติ แม้ว่าอุปกรณ์การสอนไม่มีความสำคัญเท่ากับครู/ อาจารย์ แต่มีความสำคัญสำหรับการเรียนการสอนกวดวิชา ในที่นี้รวมทั้งตำราเรียนในการกวดวิชา ด้วย ซึ่งผู้ทำการสอนกวดวิชาต้องจัดทำขึ้นใหม่ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการเรียนกวดวิชา แต่ละรูปแบบ ไม่ใช่มาใช้ตำราเรียนที่ผู้เรียนใช้ในการเรียนปกติ ตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นการสอนซ่อม ตำราเรียนต้องทำให้ง่ายกว่าและละเอียดกว่าตำราเรียนปกติ แต่ถ้าเป็นการสอนเสริม ตำราเรียนต้อง มีความยากง่ายไม่น้อยกว่าตำราเรียนปกติ และต้องมีรายละเอียดเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น หรือถ้าเป็นตำรา เรียนสอนเร่งรัด ต้องมีเนื้อหาของหลักสูตรที่สูงกว่า มีการจัดทำบันทึกช่วยจำมากขึ้นและมีหลัก สำคัญของเนื้อหาต่าง ๆ ด้วย เป็นต้น ถ้าหากเป็นการเรียนกวดวิชาแต่ครูผู้สอนยังใช้ตำราเดิมที่ ผู้เรียนใช้เป็นประจำในห้องเรียนมาสอน ผลที่ได้รับคงเกิดขึ้นได้น้อยมาก เพราะการเรียนนั้นเป็น การเรียนซ้ำมากกว่าการกวดวิชาในแต่ละแบบ

6. ความตั้งใจและความสนใจของผู้เรียนและผู้สอน มีนักเรียนและผู้เรียนจำนวนไม่น้อยที่ เรียนกวดวิชาเพราะความจำใจบางอย่าง เช่น อาจถูกผู้ปกครองบังคับให้เรียน หรือเรียนตามแฟชั่น ของเพื่อน ทำให้ความตั้งใจและความสนใจในการเรียนมีไม่มากหรือมีมากแต่ไม่นานพอ และมีครู/ อาจารย์บางท่านสอนกวดวิชาเพราะความจำใจบางอย่างเช่นกัน เช่น สภาพเศรษฐกิจบีบบังคับ หรือ ได้รับการร้องขอจากผู้เรียนหรือผู้ปกครอง เป็นต้น บางครั้งมีความตั้งใจและสนใจทำการสอนจริง แต่ว่าต้องสอนมากชั่วโมง จึงยอมทำให้ความตั้งใจและความสนใจจริงในการทำการสอน ลดหย่อนลง สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวนี้อาจมีผลต่อประสิทธิภาพในการเรียนการสอนกวดวิชาด้วยอย่างมาก

7. สภาพการแข่งขันทางโอกาส นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว ปริมาณและความเข้มข้น ของการกวดวิชายังมีความเกี่ยวข้องกับการแข่งขันของ โอกาสทางการศึกษาที่มุ่งหวัง หรือของ ตำแหน่งงานที่ต้องการบรรจุนั้นด้วยว่ามีมากน้อยเพียงใด สภาพการแข่งขันทาง โอกาสในปัจจุบันนี้ มีสูงมาก เช่น ตำแหน่งงานมีน้อย โรงเรียนดี ๆ มีน้อย มหาวิทยาลัยเปิดโดยเฉพาะของรัฐมีน้อย และ ทุนศึกษาต่อในต่างประเทศมีจำกัดมาก สิ่งเหล่านี้บีบบังคับให้คนต้องกวดวิชาเพื่อแข่งขันกัน ถึงแม้ว่ามีแข่งขันกันมากเท่าใด โอกาสที่สำเร็จได้นั้นยังคงมีน้อยเหมือนเดิม เพราะว่าโอกาสของ ความสำเร็จมีเท่าเดิม ดังนั้นหากการเรียนกวดวิชามีการแข่งขันกันทางโอกาสมาก ความสำเร็จ อันเป็นผลจากการเรียนกวดวิชาย่อมมีน้อย หากการแข่งขันมีน้อย โอกาสของความสำเร็จนั้น ย่อมจะมีมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.10 แนวโน้มธุรกิจสถาบันกวดวิชา

ข้อมูลจากสำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้าโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้รายงานเกี่ยวกับตลาดกวดวิชาว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาได้มีการรวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) ขยายสาขาไปต่างจังหวัด ปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับระบบ Admissions รวมถึงนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยประมาณการมูลค่าตลาดธุรกิจกวดวิชาในปี พ.ศ. 2556 ไว้ที่ 7,160 ล้านบาท และจะเติบโตไปสู่ 8,198 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 หรือเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี โดยมีปัจจัยหนุนมาจากค่าเรียนต่อหลักสูตรที่สูงขึ้นและจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชาเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม มีความท้าทายที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการประกอบธุรกิจกวดวิชา ได้แก่ ทางเลือกของนักเรียนในการเข้าเรียนในระดับมหาวิทยาลัยที่มากขึ้น อีกทั้งการเปิดหลักสูตรภาคพิเศษและหลักสูตรนานาชาติของมหาวิทยาลัยรัฐบาล การยกระดับคุณภาพของมหาวิทยาลัยเอกชน รวมถึงการจัดกิจกรรมการตลาดของผู้ผลิตสินค้าในรูปแบบการเปิดติววิชาต่าง ๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ในที่นี้ธุรกิจกวดวิชาครอบคลุมถึงการเรียนกวดวิชาทั้งในรูปแบบสถาบันกวดวิชา และติวเตอร์อิสระที่สอนแบบตัวต่อตัวหรือสอนเป็นกลุ่ม โดยคำนึงการเรียนเสริมความรู้ในบางรายวิชาของนักเรียนไทยทั้งในกลุ่มที่เรียนอ่อน และเรียนเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจกวดวิชาเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังเห็นได้จากการขยายสาขาของสถาบันกวดวิชาในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพมหานครและภูมิภาค ปัจจุบันสถาบันกวดวิชาเน้นรวมตัวเป็นคลัสเตอร์ ขยายสาขา ปรับหลักสูตร และใช้เทคโนโลยี

โดยนักเรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการเรียนกวดวิชา ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ซึ่งมีความต้องการเรียนกวดวิชาเสริมสร้างความรู้เพื่อใช้ในการสอบวัดผลการเรียนในโรงเรียนและสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย โดยฐานนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการที่ระบุว่า ปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกลุ่มโรงเรียนประเภทสามัญศึกษาทั้งของรัฐบาลและเอกชนรวม 1,412,570 คน แบ่งเป็นในกรุงเทพฯ 163,743 คน และในภูมิภาค 1,248,827 คน เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2550 ที่มีจำนวนรวม 1,166,942 คน และเมื่อพิจารณาข้อมูลการสอบแข่งขันเพื่อศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย พบว่า ในปี พ.ศ. 2555 มีผู้สมัครเข้าศึกษาในระบบ Admissions ถึง 122,169 คน ในขณะที่มหาวิทยาลัยหรือสถาบันของรัฐในสังกัดหรือกำกับของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา สามารถรองรับนักศึกษาใหม่ได้เพียง 64,000 คน หรือรองรับได้เพียงร้อยละ 53 ของผู้สมัคร Admissions ทั้งหมด

จากที่มหาวิทยาลัยหรือสถาบันของรัฐมีขีดจำกัดในการรองรับนักศึกษา นักเรียนจึงนิยมเรียนกวดวิชาเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการสอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัย เพราะมีการสรุปเนื้อหาการคำนวณว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างตรงประเด็น สอนเทคนิคการทำข้อสอบ ใช้เวลาเรียนไม่มาก รวมถึงยังมีเทคนิคการสอนที่เพลิดเพลิน ส่งผลให้ธุรกิจกวดวิชาเติบโตและมีมูลค่าตลาดสูง มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2555 มีโรงเรียนหรือสถาบันกวดวิชารวม 2,005 แห่ง แบ่งเป็นกรุงเทพมหานคร 460 แห่ง และภูมิภาค 1,545 แห่ง และมีจำนวนนักเรียน 453,881 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมทั้งหมด อย่างไรก็ตาม สถาบันกวดวิชาต่างมีกลยุทธ์ในการลงทุนที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงเรียน ชื่อเสียง และทำเลที่ตั้ง โดยสถาบันกวดวิชาที่มีชื่อเสียงมักใช้กลยุทธ์ ดังนี้

1. การรวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ โดยมีความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนกวดวิชาชื่อดังในวิชาต่าง ๆ ที่หลากหลายร่วมกันจัดการเรียนส่วนตัวแบบออนไลน์ รวมถึงมีการใช้สถานที่หรืออาคารร่วมกันเพื่อเป็นจุดศูนย์กลาง หรือ One-Stop Service ในการเดินทางมาเรียนกวดวิชาสำหรับนักเรียน โดยสถานที่โรงเรียนกวดวิชาชื่อดังส่วนใหญ่มักมีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองและห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีการคมนาคมที่สะดวก

2. การขยายสาขาไปต่างจังหวัดที่มีศักยภาพ แต่เดิมกลยุทธ์ของโรงเรียนกวดวิชาชื่อดังมักเลือกขยายสาขาไปในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดหลักในภาคต่าง ๆ นักเรียนจังหวัดรอบข้างจึงต้องเดินทางมาเรียน ในขณะที่นักเรียนบางคนมีข้อจำกัดด้านการเดินทางจึงไม่สามารถเข้าถึงการเรียนกวดวิชาได้ โรงเรียนกวดวิชาชื่อดังได้ขยายสาขาไปจังหวัดรองมากขึ้น เช่น เชียงราย นครสวรรค์ พิษณุโลก อุบลราชธานี ร้อยเอ็ด มหาสารคาม ราชบุรี ตรัง เป็นต้น

3. การปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับระบบ Admissions โดยโรงเรียนกวดวิชาชื่อดังได้เปลี่ยนมาปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับระบบดังกล่าวมากขึ้น ครอบคลุมทั้งวิชาสามัญทั่วไป การสอบความถนัดทั่วไป (GAT: General Aptitude Test) การสอบความถนัดทางวิชาชีพและวิชาการ (PAT: Professional and Academic Aptitude Test) รวมถึงวิชาเฉพาะ เช่น วิชาเฉพาะแพทย์ เป็นต้น

4. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอน เช่น การจัดทำ Application เกี่ยวกับการเรียนการสอนผ่านทางสมาร์ตโฟน การเรียนส่วนตัวแบบออนไลน์ซึ่งมีความยืดหยุ่นสูงโดยนักเรียนสามารถบริหารจัดการการเรียนด้วยตนเองผ่านคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน รวมถึงการใช้แท็บเล็ตประกอบการเรียนการสอน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการอำนวยความสะดวกสำหรับนักเรียนได้เป็นอย่างดี

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ได้ส่งผลให้สภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจกวดวิชาเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในตลาดธุรกิจกวดวิชา ได้ส่งผลให้มีผู้ประกอบการธุรกิจกวดวิชาบางรายเริ่มกระจายความเสี่ยงโดยการขยายไปในธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บริการแนะแนวการศึกษา แพรนไชส์ธุรกิจการศึกษา การผลิตสื่อและสิ่งพิมพ์ รวมถึงการขายสื่อการเรียนรูปแบบมัลติมีเดียให้โรงเรียนต่าง ๆ เป็นต้น (Thaipublica. 2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และได้นำเสนอผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเรียนกวดวิชาของ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ต่าง ๆ โดยมีผลการศึกษาดังนี้

4.1.1 เพศ

จากข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองมาเป็นเพศชาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศหญิงและชายให้ความสนใจในการเรียนกวดวิชาในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	225	56.3
ชาย	175	43.8
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 แผนการเรียนที่กำลังศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในแผนการเรียนสายวิทย์ - คณิต มีจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 เนื่องจากนักเรียนที่เรียนในสายวิทย์ - คณิตนั้นต้องเป็นนักเรียนที่มีคะแนนผลการเรียนดี มีความตั้งใจในการเรียนสูง และมีความต้องการเรียนกวดวิชาเพื่อใช้ในการสอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัย รองลงมาคือแผนการเรียนสายศิลป์ - คำนวณมีจำนวนใกล้เคียงกันกับแผนการเรียนสายศิลป์ภาษา คือ จำนวน 69 คน และ 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และร้อยละ 13.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแผนการเรียนที่กำลังศึกษา

แผนการเรียน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทย์ - คณิต	266	66.5
ศิลป์ - คำนวณ	69	17.3
ศิลป์ - ภาษา	52	13.0
ศิลป์ - สังคม	11	2.8
ศิลป์ - ธุรกิจ	2	0.5
รวม	400	100.0

4.1.3 ระดับชั้นที่กำลังศึกษา

กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีจำนวนมากที่สุด คือ 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 121 คน และ 114 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 และร้อยละ 28.5 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการเรียนกวดวิชามักเริ่มเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 เพื่อเตรียมตัวสำหรับการศึกษาต่อตั้งแต่เนิ่น ๆ ส่วนนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 เป็นช่วงคาบต่อของการเข้าสู่การเรียนในระดับอุดมศึกษา จึงให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือก และหาข้อมูลของสถาบันอุดมศึกษามากกว่าการเรียนกวดวิชา (ตารางที่ 4.3)

4.1.4 ระดับคะแนนเกรดเฉลี่ยล่าสุด

กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยล่าสุดอยู่ที่ระดับ 3.50 - 4.00 และ 3.00 - 3.49 มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 175 คน และ 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และร้อยละ 43.5 ตามลำดับ จากข้อมูลสังเกตได้ว่านักเรียนส่วนใหญ่ที่เลือกเรียนกวดวิชาเป็นนักเรียนที่มีผลการเรียนดี คือ มีเกรดเฉลี่ยมากกว่า 3.00 เพราะนักเรียนที่มีผลเรียนดีนั้นต้องการสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการสอบแข่งขันกับนักเรียนต่างสถาบัน เพื่อใช้ในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา

ระดับชั้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 4	165	41.3
มัธยมศึกษาปีที่ 5	121	30.3
มัธยมศึกษาปีที่ 6	114	28.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนเกรดเฉลี่ยล่าสุด

เกรดเฉลี่ย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2.00	2	0.5
2.00 - 2.49	13	3.3
2.50 - 2.99	36	9.0
3.00 - 3.49	174	43.5
3.50 - 4.00	175	43.8
รวม	400	100.0

4.1.5 อาชีพของผู้ปกครอง

ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัวมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 142 คน และจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และร้อยละ 33.3 ตามลำดับ รองลงมา คือ อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 106 คน ร้อยละ 26.5 (ตารางที่ 4.5)

4.1.6 ระดับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน (รวมทั้งของบิดา-มารดา)

กลุ่มตัวอย่างมีระดับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน (รวมทั้งของบิดา-มารดา) อยู่ที่ระดับ 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมา มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ใกล้เคียงกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท คือจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง

อาชีพผู้ปกครอง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานในบริษัทเอกชน	142	35.5
ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว	133	33.3
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	106	26.5
เกษตรกร	8	2.0
รับจ้าง	7	1.7
อื่น ๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ สถาปนิก และอิสระ

ตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	8	2.0
20,001 - 30,000 บาท	31	7.8
30,001 - 40,000 บาท	108	27.0
40,001 - 50,000 บาท	99	24.8
50,001 - 60,000 บาท	62	15.5
มากกว่า 60,001 บาท	89	22.3
ไม่ทราบ	3	0.8
รวม	400	100.0

4.2 พฤติกรรมในการเรียนกวดวิชา

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมในการเรียนกวดวิชาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย วิชาที่เรียนกวดวิชาในปัจจุบัน หลักสูตรในการเรียนกวดวิชา เหตุผลที่เรียนกวดวิชาแหล่งข้อมูล บุคคลที่ให้เริ่มเรียนกวดวิชา บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ บุคคลผู้ตัดสินใจให้เรียนกวดวิชา ค่าใช้จ่ายในการเรียน จำนวนชั่วโมงเรียนกวดวิชา ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชา ช่องทางในการสมัครเรียนกวดวิชา มีผลการศึกษาดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.1 วิชาที่เรียนกวดวิชาในปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนกวดวิชาอยู่ในกลุ่มวิชาคณิตศาสตร์มีจำนวนมากที่สุด คือ 278 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.3 รองลงมา คือ วิชาเคมี จำนวน 226 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.8 วิชาฟิสิกส์และวิชาภาษาอังกฤษ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 204 คำตอบ และจำนวน 201 คิดเป็นร้อยละ 17.8 และร้อยละ 17.6 ตามลำดับ วิชาชีววิทยาจำนวน 164 คำตอบ ร้อยละ 14.3 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในแผนการเรียนสายวิทย์-คณิต จึงให้ความสำคัญในการกวดวิชาในกลุ่มวิชา คณิตศาสตร์ และวิชาสายวิทยาศาสตร์มากกว่าวิชาอื่น ๆ รวมทั้งกลุ่มวิชาดังกล่าวเป็นวิชาพื้นฐานที่ใช้เรียนในชั้นเรียนปกติ และเป็นวิชาที่มีการใช้ในการสอบ O-NET และเพื่อเตรียมสอบ Admission เข้ามหาวิทยาลัย (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิชาที่เรียนกวดวิชาในปัจจุบัน

N = 400		
วิชาที่เรียนกวดวิชาในปัจจุบัน	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
คณิตศาสตร์	278	24.3
เคมี	226	19.8
ฟิสิกส์	204	17.8
ภาษาอังกฤษ	201	17.6
ชีววิทยา	164	14.3
ภาษาไทย - สังคม	65	5.7
อื่น ๆ	6	0.5
รวม	1,144	100.0

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

อื่น ๆ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ร้องเพลง เต้น และศิลป์

4.2.2 การเลือกหลักสูตรในการเรียนกวดวิชา

กลุ่มตัวอย่างเลือกหลักสูตรเพื่อการเรียนกวดวิชาในหลักสูตรที่เน้นเนื้อหา และแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย จำนวนมากที่สุด คือ 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจึงมีการเตรียมตัวเรียนกวดวิชา เพื่อใช้ในการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย จึงมักเลือกหลักสูตรที่เน้นเนื้อหาที่ใช้สำหรับการสอบเข้ามหาวิทยาลัย รองลงมาเป็นหลักสูตรเรียนเนื้อหาล่วงหน้า และหลักสูตรทบทวนเนื้อหาบทเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และปูพื้นฐานให้แน่นมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 93 คน และ 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และร้อยละ 23.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกหลักสูตรในการเรียนกวดวิชา

หลักสูตรในการเรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เน้นเนื้อหาและแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย	101	25.3
เรียนเนื้อหาล่วงหน้า	93	23.3
ทบทวนเนื้อหาบทเรียนและปูพื้นฐานให้แน่น	92	23.0
เลือกเรียนเฉพาะหลักสูตรเฉพาะรายวิชา	66	16.5
แนวข้อสอบ GAT และ PAT	34	8.5
แนวข้อสอบ Quota และ Admission	14	3.5
รวม	400	100.0

4.2.3 เหตุผลที่เรียนกวดวิชา

กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการมาเรียนกวดวิชา คือ เพื่อเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย จำนวนมากที่สุด คือ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ เพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 เพื่อเรียนล่วงหน้าก่อนเรียนในชั้นเรียนปกติ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ล้วนเป็นนักเรียนที่มีผลการเรียนดี จึงมักมีการวางแผนการเรียน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาต่อในคณะหรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ด้วยการเรียนกวดวิชา รองลงมา คือ ไม่เข้าใจบทเรียนในห้องเรียน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ผู้ปกครองต้องการให้เรียนจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 เรียนตามเพื่อนจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และโรงเรียนสอนเนื้อหาบ่อย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 (ตารางที่ 4.9)

4.2.4 แหล่งข้อมูลของการเลือกสถาบันกวดวิชา

แหล่งข้อมูลของการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพื่อนแนะนำ และจากเว็บไซต์ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 251 คำตอบ และจำนวน 227 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 34.6 และร้อยละ 31.3 ตามลำดับ เนื่องจากเพื่อนนับเป็นกลุ่มทางสังคมที่มีบทบาทสำคัญแก่กลุ่มตัวอย่าง อีกทั้งการบอกเล่าแบบปากต่อปาก ถือเป็นแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือสามารถสร้างการรับรู้ข้อมูล และถ่ายทอดประสบการณ์ได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ และในปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นมีการใช้กันอย่างแพร่หลายทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ

ข้อมูลจาก ผู้ปกครอง จำนวน 129 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.8 แผ่นพับ/โฆษณาตามแผ่นป้าย จำนวน 69 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.5 ญาติ จำนวน 41 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.6 หนังสือพิมพ์ จำนวน 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.8 และอื่น ๆ จำนวน 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.4 (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่เรียนกวดวิชา

เหตุผลที่เรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย	140	35.0
เพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น	95	23.8
เพื่อเรียนล่วงหน้าก่อนเรียนในชั้นเรียนปกติ	79	19.8
ไม่เข้าใจบทเรียนในห้องเรียน	43	10.8
ผู้ปกครองต้องการให้เรียน	31	7.8
เรียนตามเพื่อน	9	2.3
โรงเรียนสอนเนื้อหาน้อย	3	0.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลของการเลือกสถาบันกวดวิชา

N = 400

แหล่งข้อมูลของการเลือกสถาบันกวดวิชา	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เพื่อนแนะนำ	251	34.6
เว็บไซต์	227	31.3
ผู้ปกครอง	129	17.8
แผ่นพับ/โฆษณาตามแผ่นป้าย	69	9.5
ญาติ	41	5.6
หนังสือพิมพ์	6	0.8
อื่น ๆ	3	0.4
รวม	726	100.0

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

อื่น ๆ ได้แก่ รุ่นพี่ และไม่มีผู้ให้คำแนะนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.5 บุคคลผู้ริเริ่มให้เรียนกวดวิชา

บุคคลผู้ริเริ่มให้เรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ตนเอง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ ผู้ปกครอง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีแรงกดดัน และมีความจำเป็นต้องสร้างความพร้อมด้วยการเรียนกวดวิชาเพื่อใช้ในสอบแข่งขันในชั้นเรียนปกติ การสอบเข้ามหาวิทยาลัย และเพื่อใช้เรียนในชั้นเรียนปกติ โดยมีผู้ปกครองเป็นผู้พิจารณาร่วมกับการพิจารณาผ่านทางผลการเรียนของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลผู้ริเริ่มให้เรียนกวดวิชา

บุคคลผู้ริเริ่มให้เรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	206	51.5
ผู้ปกครอง	127	31.8
เพื่อน	40	10.0
ญาติ / คนในครอบครัว	20	5.0
ครู / อาจารย์	7	1.8
รวม	400	100

4.2.6 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สอนในสถาบันกวดวิชา และผู้ปกครอง มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 204 คำตอบ และ 200 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 30.0 และร้อยละ 29.2 ตามลำดับ เนื่องจากสถาบันกวดวิชาเป็นการให้บริการ เพื่อเสริมสร้างความรู้ทางด้านวิชาการ เทคนิควิธีการศึกษาแก่กลุ่มตัวอย่าง สิ่งเหล่านี้ล้วนขึ้นอยู่กับบุคลากรผู้ทำการสอนเป็นสำคัญ ดังนั้นในการพิจารณาเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชา องค์ประกอบด้านบุคลากรผู้สอนในสถาบันกวดวิชาจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยมีผู้ปกครองเป็นผู้มีส่วนร่วมในการประเมินและศึกษาหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา (ตารางที่ 4.12)

4.2.7 บุคคลผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายให้เรียนกวดวิชา

จากผลการศึกษาพบว่า บุคคลผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายให้เรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง คือ ตนเอง มากที่สุดจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ ผู้ปกครอง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 จากการศึกษาพบว่า แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ริเริ่มต้องการเรียนกวดวิชา และเป็นผู้ตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาเองนั้น แต่ผู้ปกครองยังคงผู้ช่วยให้คำชี้แนะ และเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการช่วยประเมินข้อมูล และตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ร่วมกันกับกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 4.13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

N = 400

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ผู้สอนในสถาบันกวดวิชา	204	30.0
ผู้ปกครอง	200	29.2
เพื่อน	196	28.7
ญาติ / คนในครอบครัว	42	6.2
ครู / อาจารย์	35	5.1
ตนเอง	6	0.8
รวม	683	100.0

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.13 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายให้เรียนกวดวิชา

บุคคลผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	260	65.0
ผู้ปกครอง	110	27.5
เพื่อน	16	4.0
ญาติ / พี่น้อง	7	1.8
ครู / อาจารย์	7	1.8
รวม	400	100.0

4.2.8 ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ระดับ มากกว่า 7,001 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ 6,001 - 7,000 บาท และ 5,001 - 6,000 บาท มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 92 คน และ 81 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และร้อยละ 20.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

4.2.9 จำนวนชั่วโมงเรียนกวดวิชาต่อสัปดาห์

จำนวนชั่วโมงเรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ประมาณ 5 - 8 ชั่วโมง/สัปดาห์ มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา คือ 9 - 12 ชั่วโมง/สัปดาห์ และมากกว่า 12 ชั่วโมง/สัปดาห์ มีเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 118 คน และ 96 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และร้อยละ 24.0 และไม่เกิน 4 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.14 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา

ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	13	3.3
3,001 - 4,000 บาท	40	10.0
4,001 - 5,000 บาท	70	17.5
5,001 - 6,000 บาท	81	20.3
มากกว่า 7,001 บาท	104	26.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.15 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนชั่วโมงเรียนกวดวิชา

จำนวนชั่วโมงเรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 4 ชั่วโมง/สัปดาห์	42	10.5
5 - 8 ชั่วโมง/สัปดาห์	144	36.0
9 - 12 ชั่วโมง/สัปดาห์	118	29.5
มากกว่า 12 ชั่วโมง/สัปดาห์	96	24.0
รวม	400	100.0

4.2.10 ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชา

ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือช่วงตอนเย็นวันจันทร์-ศุกร์ และวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 73 คน และ 69 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และร้อยละ 17.3 เรียนทุกวัน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ช่วงตอนเย็นวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 33 คน ร้อยละ 9.5 และช่วงตอนเช้าวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 (ตารางที่ 4.16)

4.2.11 ช่องทางในการสมัครเรียนกวดวิชา

ช่องทางในการสมัครเรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ สมัคร ณ สาขา หรือ ศูนย์ใกล้บ้าน มีจำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 เนื่องจากการเดินเข้ามาสมัคร ณ สาขา หรือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์ใกล้บ้านสามารถสอบถามข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ได้ครอบคลุมกว่าการสมัครผ่านช่องทางอื่น ๆ แม้ว่าช่องทางอื่น ๆ จะมีความสะดวกและรวดเร็วกว่าแต่ไม่สามารถให้ข้อมูลหรือความกระจ่างแก่กลุ่มตัวอย่างได้ชัดเจนเท่าการเดินเข้ามาสมัคร ณ สาขา หรือ ศูนย์ใกล้บ้าน รองลงมาคือสมัครเรียนผ่านอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และเคาน์เตอร์ธนาคาร มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.16 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชา

ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงตอนเย็นวันจันทร์-ศุกร์	73	18.3
ช่วงตอนเช้าวันเสาร์-อาทิตย์	20	5.0
ช่วงตอนเย็นวันเสาร์-อาทิตย์	33	9.5
วันเสาร์หรือวันอาทิตย์	69	17.3
วันเสาร์และวันอาทิตย์	146	36.5
ทุกวัน	54	13.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.17 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางในการสมัครเรียนกวดวิชา

ช่องทางในการสมัครเรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมัคร ณ สาขา หรือ ศูนย์ใกล้บ้าน	255	63.8
สมัครเรียนผ่านอินเทอร์เน็ต	137	34.3
เคาน์เตอร์ธนาคาร	8	2.0
รวม	400	100.0

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณท์

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยทางด้านผลิตภัณท์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ หลักสูตรมีความทันสมัย หลักสูตรการเรียนมีมาตรฐานและตรงความต้องการ เอกสารและอุปกรณ์การเรียนมีคุณภาพและเพียงพอ ส่วนรายการที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร และความเหมาะสมของจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียน (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยด้านผลิตภัณท์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านผลิตภัณท์	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
หลักสูตรมีความทันสมัย	4.30	มากที่สุด
หลักสูตรการเรียนมีมาตรฐานและตรงความต้องการ	4.22	มากที่สุด
เอกสารและอุปกรณ์การเรียนมีคุณภาพและเพียงพอ	4.22	มากที่สุด
ความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร	3.93	มาก
ความเหมาะสมของจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียน	3.83	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.10	มาก

4.3.2 ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีความสำคัญระดับมาก คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ นอกนั้นมีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับที่สถาบันอื่น และสามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้ (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.96	มาก
มีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับที่สถาบันอื่น	3.27	ปานกลาง
สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้	2.91	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดทั้งหมุด ดังนี้ ตั้งอยู่ที่โกดังระบบขนส่งมวลชน ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวก ความปลอดภัยของอาคารและบริเวณโดยรอบ มีที่จอดรถเพียงพอ และมีความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ตั้งอยู่ที่โกดังระบบขนส่งมวลชน	4.20	มาก
ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวก	4.19	มาก
ความปลอดภัยของอาคารและบริเวณ โดยรอบ	4.07	มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.79	มาก
มีความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง	3.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	มาก

4.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีความสำคัญระดับมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ได้สิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ มีส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม ส่วนรายการที่มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ มีปัจจัยด้านการได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียนเพียงด้านเดียว (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.82	มาก
ได้สิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ	3.79	มาก
มีส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม	3.59	มาก
ได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน	2.91	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.5 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบัน กวดวิชาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากทั้งหมด ได้แก่ มีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน มีการจัดทดสอบพื้นฐาน ก่อนเรียน และมีการจัดทดสอบผลการเรียนสม่ำเสมอ (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
มีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน	3.81	มาก
มีการจัดทดสอบพื้นฐานก่อนเรียน	3.63	มาก
มีการจัดทดสอบผลการเรียนสม่ำเสมอ	3.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67	มาก

4.3.6 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบัน กวดวิชาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี และผู้สอน มีเทคนิคการสอนดี เข้าใจง่าย ส่วนรายการที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการ มีอัธยาศัยดี และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำในการแก้ไขปัญหาถูกต้อง ตรงประเด็น (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ผู้สอนมีเทคนิคการสอนดี เข้าใจง่าย	4.45	มากที่สุด
ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี	4.39	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีอัธยาศัยดี	4.08	มาก
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำในการแก้ไขปัญหา ถูกต้อง ตรงประเด็น	4.02	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.7 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวดวิชา และอุปกรณ์และสื่อในการสอนทันสมัย ส่วนรายการที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ สถิติของนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ของสถาบัน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก

สถาบันกวดวิชาการ		
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
อุปกรณ์และสื่อในการสอนทันสมัย	4.26	มากที่สุด
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวดวิชา	4.25	มากที่สุด
มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ	4.17	มาก
สถิติของนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ของสถาบัน	4.12	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20	มาก

4.3.8 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านบุคลากรผู้ให้บริการมากที่สุด ขณะที่ทางด้านราคากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับปานกลางเท่านั้น (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.23	มากที่สุด
ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	4.20	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.99	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.67	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52	มาก
ด้านราคา	3.38	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน ได้นำผลการศึกษาที่ได้มาทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่ง ได้แก่ เพศ แผนการเรียนที่กำลังศึกษา ระดับชั้นที่กำลังศึกษา คะแนนเกรดเฉลี่ยล่าสุด อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน (รวมทั้งของบิดา-มารดา) ว่ามีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ โดยทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

H_0 = ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

H_1 = ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ด้วยวิธีการการทดสอบทางสถิติ โดยการใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square tests) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถ้าหากมีความน่าจะเป็นของนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 จะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ได้ผลการศึกษาซึ่งสามารถสรุปออกมาเป็นตารางได้ดังต่อไปนี้

4.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เกรดเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมของจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียน และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับเอกสารและอุปกรณ์การเรียนมีคุณภาพและเพียงพอ ส่วนเพศ แผนการเรียน และระดับชั้น พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 4.26)

4.4.2 ด้านราคา

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา พบว่า แผนการเรียน มีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพแผนการเรียน ระดับชั้น และเกรดเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับการสามารถ

ผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับการมีราคาถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับที่สถาบันอื่น ส่วนเพศ และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับด้านราคา (ตารางที่ 4.26)

4.4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านแผนการเรียน มีความสัมพันธ์กับการตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ไปมาสะดวก และมีที่จอดรถเพียงพอ ส่วนเกรดเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับการมีที่จอดรถเพียงพอ การตั้งอยู่ใกล้ระบบขนส่งมวลชน และความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับความปลอดภัยของอาคารและบริเวณโดยรอบ และความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง ส่วนเพศ ระดับชั้น และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ตารางที่ 4.26)

4.4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับการได้สิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ ส่วนแผนการเรียน มีความสัมพันธ์กับการได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน สำหรับเกรดเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ส่วนระดับชั้น อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 4.26)

4.4.5 ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับการมีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน ส่วนแผนการเรียนมีความสัมพันธ์กับการมีการจัดทดสอบพื้นฐานก่อนเรียน และการมีการจัดทดสอบผลการเรียนสม่ำเสมอ สำหรับระดับชั้น เกรดเฉลี่ย และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับด้านกระบวนการให้บริการ (ตารางที่ 4.26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.6 ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านแผนการเรียน มีความสัมพันธ์กับการที่ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี ผู้สอนมีเทคนิคการสอนดี เข้าใจง่าย เจ้าหน้าที่ให้บริการมีอัธยาศัยดี ส่วนรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับด้านผู้สอนมีเทคนิคการสอนดี เข้าใจง่าย เจ้าหน้าที่ให้บริการมีอัธยาศัยดี และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการมีอัธยาศัยดี และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำในการแก้ไขปัญหาถูกต้องตรงประเด็น ส่วนเพศ ระดับชั้น และเกรดเฉลี่ย พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ตารางที่ 4.26)

4.4.7 ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านแผนการเรียนมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวศวิชา การมีอุปกรณ์และสื่อในการสอนทันสมัย และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ สำหรับเกรดเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวศวิชา ส่วนเพศ ระดับชั้น อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ข้อมูลทั่วไป											
	เพศ		แผนการเรียน		ระดับชั้น		เกรดเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง		รายได้	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
หลักสูตรการเรียนมีมาตรฐานและตรงความต้องการ	2.718	.606	19.384	.249	7.198	.844	10.635	.831	26.109	.053	16.226	.702
เอกสารและอุปกรณ์การเรียนมีคุณภาพและเพียงพอ	4.109	.391	16.865	.394	12.564	.402	11.015	.809	16.955	.389	41.534	.003*
หลักสูตรมีความทันสมัย	2.489	.647	17.398	.360	9.362	.672	13.701	.621	15.405	.495	22.443	.317
ความเหมาะสมของจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียน	.217	.995	10.810	.821	9.809	.633	37.743	.004*	26.606	.046*	12.955	.879
ความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร	4.554	.336	15.641	.478	9.441	.665	11.780	.759	21.292	.168	18.082	.589

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านราคา

ด้านราคา	ข้อมูลทั่วไป											
	เพศ		แผนการเรียน		ระดับชั้น		เกรดเฉลี่ย		อาชีพ ผู้ปกครอง		รายได้	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ	5.371	.351	37.448	.002*	9.739	.639	11.129	.801	23.439	.102	23.866	.248
สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้	4.040	.401	34.420	.005*	21.387	.045*	30.199	.015*	33.161	.007*	17.866	.596
มีราคาถูกลงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับที่สถาบันอื่น	5.299	.258	43.949	.000*	8.278	.763	22.431	.130	39.457	.001*	24.411	.225

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ข้อมูลทั่วไป											
	เพศ		แผนการเรียน		ระดับชั้น		เกรดเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง		รายได้	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวก	4.584	.333	29.856	.019*	11.342	.500	12.547	.706	16.402	.425	26.692	.144
มีที่จอดรถเพียงพอ	6.814	.146	33.728	.006*	9.944	.621	36.508	.002*	13.683	.622	27.214	.129
ตั้งอยู่ใกล้ระบบขนส่งมวลชน	2.764	.598	22.146	.139	4.249	.979	33.355	.007*	18.789	.280	19.22	.507
ความปลอดภัยของอาคารและบริเวณโดยรอบ	3.419	.490	22.290	.134	6.157	.908	21.747	.152	50.442	.000*	18.218	.573
มีความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง	8.116	.087	14.973	.527	12.089	.439	54.324	.000*	32.933	.008*	20.683	.416

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ข้อมูลทั่วไป											
	เพศ		แผนการเรียน		ระดับชั้น		เกรดเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง		รายได้	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	.229	.994	10.839	.819	11.356	.499	34.018	.005*	25.853	.056	13.220	.868
ได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน	2.906	.574	28.341	.029*	11.910	.306	21.461	.161	10.186	.857	18.716	.537
มีส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม	7.467	.058	16.238	.181	8.278	.506	17.564	.130	7.182	.845	15.939	.386
ได้สิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ	9.144	.027*	16.338	.176	14.089	.119	9.361	.672	8.181	.771	20.140	.164

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ข้อมูลทั่วไป											
	เพศ		แผนการเรียน		ระดับชั้น		เกรดเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง		รายได้	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
มีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน	13.394	.010*	15.596	.482	9.638	.648	8.292	.940	27.296	.038*	17.477	.622
มีการจัดทดสอบพื้นฐานก่อนเรียน	2.843	.584	37.466	.002*	9.957	.620	19.254	.256	25.406	.063	26.718	.143
มีการจัดทดสอบผลการเรียนสม่ำเสมอ	4.130	.531	39.923	.005*	13.043	.599	26.057	.164	27.859	.113	29.743	.234

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ข้อมูลทั่วไป											
	เพศ		แผนการเรียน		ระดับชั้น		เกรดเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง		รายได้	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี	9.302	.054	53.897	.000*	7.477	.825	16.973	.386	19.885	.225	21.734	.355
ผู้สอนมีเทคนิคการสอนดี เข้าใจง่าย	5.617	.230	91.021	.000*	15.736	.204	10.988	.810	14.212	.583	42.254	.003*
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีอธยาศัยดี	6.949	.139	32.717	.008*	12.881	.378	25.969	.054	37.142	.002*	34.215	.025*
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำในการแก้ไขปัญหาถูกต้อง ตรงประเด็น	0.534	.970	23.299	.106	6.555	.886	21.721	.152	29.689	.020*	22.244	.327

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	ข้อมูลทั่วไป											
	เพศ		แผนการเรียน		ระดับชั้น		เกรดเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง		รายได้	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
สถิติของนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ของสถาบัน	1.964	.742	23.090	.111	12.047	.442	13.421	.642	19.269	.255	11.885	.920
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวศวิชา	6.379	.173	29.512	.021*	19.183	.084	30.895	.014*	11.450	.781	13.588	.851
อุปกรณ์และสื่อในการสอนทันสมัย	3.043	.551	45.114	.000*	9.159	.689	6.169	.986	23.106	.111	10.996	.946
มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ	5.451	.244	31.151	.013*	6.943	.861	14.902	.532	18.598	.290	16.412	.691

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

จากการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเรียนกวดวิชา และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เรียนกวดวิชา จำนวน 400 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แผนการเรียนที่กำลังศึกษา คือ สายวิทย์ - คณิต กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีระดับเกรดเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 - 4.00 อาชีพของผู้ปกครองเป็นพนักงานในบริษัทเอกชน ระดับรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน (รวมทั้งของบิดา-มารดา) อยู่ที่ประมาณ 30,001 - 40,000 บาท

การศึกษาด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ โดยเลือกหลักสูตรเน้นเนื้อหาและแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย มีเหตุผลในการเรียนกวดวิชา เพื่อเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยเป็นหลัก โดยมีเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา และมีตนเองเป็นบุคคลผู้เริ่มเรียนกวดวิชา ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ ผู้สอนในสถาบันกวดวิชา และมีตนเองเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้าย มีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อครั้งมากกว่า 7,001 บาท มีจำนวนชั่วโมงเรียนประมาณ 5 - 8 ชั่วโมง/สัปดาห์ ช่วงเวลาในการเรียนอยู่ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ สำหรับช่องทางในการสมัครเรียนคือ สมัคร ณ สาขา หรือ ศูนย์ใกล้บ้าน

การศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 2 ลำดับ คือ 1. ผู้สอนมีเทคนิค การสอนดี เข้าใจง่าย และ 2. ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี รองลงมาในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ มีความสำคัญในระดับมากที่สุด 2 ลำดับ คือ 1. อุปกรณ์และสื่อในการสอนทันสมัย และ 2. ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวดวิชา ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในระดับมากที่สุด 3 ลำดับ คือ 1. หลักสูตรมีความทันสมัย 2. หลักสูตรการเรียนมีมาตรฐานและตรงความต้องการ และ 3. เอกสารและอุปกรณ์การเรียนมีคุณภาพและเพียงพอ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญในระดับมาก 2 ลำดับ คือ

1. ตั้งอยู่ที่ใกล้ระบบขนส่งมวลชน และ 2. ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวก ด้านกระบวนการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้บริการ มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ 1. การมีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน 2. มีการจัดทดสอบพื้นฐานก่อนเรียน และ 3. การจัดให้มีการทดสอบผลการเรียนสม่ำเสมอ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมาก 2 ลำดับ คือ 1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และ 2. ได้สิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ ตามลำดับ และมีความสำคัญในระดับปานกลางในด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากในด้านความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ต่าง ๆ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา สรุปได้ดังนี้ 1. ระดับเกรดเฉลี่ย อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2. แผนการเรียน ระดับชั้นเกรดเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านราคา 3. แผนการเรียน เกรดเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. เพศ แผนการเรียน และเกรดเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5. เพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ 6. แผนการเรียน อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และ 7. แผนการเรียน และเกรดเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสามารถนำข้อมูลมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสถาบันกวดวิชา เพื่อให้สามารถพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจให้มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด ดังนี้

1. ในด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากธุรกิจสถาบันกวดวิชาเป็นธุรกิจในลักษณะการให้บริการ ซึ่งบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดผนวกกับกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบุคลากรในลักษณะเช่นเดียวกัน อาทิ ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ ผู้สอนในสถาบันกวดวิชา ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ดังนั้น สถาบันกวดวิชาต้องสรรหา และฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ มีความเหมาะสมทั้งเทคนิค รูปแบบ วิธีการสอน ให้สอดคล้องกับวิชาและกลุ่มเป้าหมายของผู้เรียนกวดวิชา

2. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านช่องทางการสมัครเรียนกวดวิชา พบว่ากลุ่มตัวอย่างยังคงให้ความสำคัญในการสมัครเรียนกวดวิชา ณ สาขา หรือ ศูนย์ใกล้บ้าน มากกว่าการสมัครเรียนผ่านอินเทอร์เน็ต และเคาน์เตอร์ธนาคาร ซึ่งแม้ว่าช่องทางเหล่านี้จะมีความสะดวก และรวดเร็ว

รายละเอียดต่าง ๆ ได้ครอบคลุมกว่าการสมัครผ่านช่องทางอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสรรหาบุคลากร และอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ณ สาขา หรือส่วนงานที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อรองรับความต้องการในจุดนี้ อีกทั้งควรปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง และจุดอ่อนของระบบต่าง ๆ ทั้งในส่วนของ การสมัครเรียนผ่านอินเทอร์เน็ต และเคาน์เตอร์ธนาคาร ให้มีความครอบคลุมทั้งในด้านการ ให้บริการ เนื้อหาสาระของข้อมูลในการให้บริการ และสามารถตอบสนองต่อการร้องขอและแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าได้

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาและการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ควรหลีกเลี่ยงระยะเวลาการเก็บ แบบสอบถามในช่วงปิดภาคเรียนของนักเรียน หรือควรมีการวางแผนการดำเนินงานให้รอบคอบ รัดกุม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาในการดำเนินงานและการเก็บข้อมูล

2. การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในบริเวณกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงควรมีการขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาอื่น ๆ เพิ่มเติม ซึ่งแต่ละพื้นที่อาจให้ผลทางการศึกษา ทั้งทางด้านพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีความแตกต่างกันออกไป

3. การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นทำการศึกษานักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นหลัก หากมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของตลาดของสถาบันกวดวิชาทั้งระบบ อาจได้ผลการศึกษาที่เป็น ประโยชน์เพิ่มเติมมากขึ้น ทั้งนี้เพราะหากกลุ่มผู้ทำธุรกิจสถาบันกวดวิชาให้ความสนใจในการ นำผลการศึกษาไปต่อยอด นั้นอาจส่งผลให้เกิดกระบวนการพัฒนาระบบการศึกษา กวดวิชาให้มีความ เป็นมาตรฐานมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์ และได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กานดา ลือสุทธีวิบูลย์. 2548. **สรุปคณิตศาสตร์ ม.ปลาย**. [Online]. Available :

http://www.neutron.rmutphysics.com/news/index.php?option=com_content&task=view&id=638&Itemid=99999999&limit=1&limitstart=1

กระทรวงศึกษาธิการ. 2545. **ระเบียบว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานโรงเรียนเอกชน ประเภททวติวิชา**

พ.ศ. ๒๕๔๕. [Online]. Available : www.cnt.obec.go.th/ach/file/LL.doc

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กุลวดี สายศรีหุค. 2538. **เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค**. ภาควิชาภาษาและสังคม คณะเศรษฐศาสตร์

อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

จิตรา สูงแข็ง. 2550. “ความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อส่วนประสมทาง

การตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชารัชดาวิทยาในกรุงเทพมหานคร”. สารนิพนธ์

ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. [Online]. Available :

http://202.28.199.7/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=94922&query=Array&s_mode=Array&date_field=date_create&date_start=2550&date_end=2556&limit_lang=on&limited_lang_code=tha&order=&order_by=title&order_type=ASC&result_id=12&maxid=34

ถนิมภรณ์ อินทแก้ว. 2553. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียน

ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย”. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์,

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. [Online]. Available :

http://202.28.199.7/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=98234&query=Array&s_mode=Array&date_field=date_create&date_start=2550&date_end=2556&limit_lang=on&limited_lang_code=tha&order=&order_by=title&order_type=ASC&result_id=17&maxid=34

ปิยะ วงศ์หริเชาว์. 2544. “ความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อ โรงเรียน

กวดวิชาในเขตปทุมวัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร”. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ปรีดา ศรีนฤวรรณ. 2548. **หลักการตลาด**. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ปริญ ลักมิตานนท์. 2536. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : สำนักงานเงินและ

ทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกาศ สุพรรณดี. 2553. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร”. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา. [Online]. Available : <http://www.ex-mba.buu.ac.th/Research/Bkk/Ex-23-Bkk/51720747/index.html>

พลิตา ชกกุล. 2553. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาตามความเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. [Online]. Available : http://202.28.199.7/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=243031&query=Array&s_mode=Array&date_field=date_create&date_start=2550&date_end=2556&limit_lang=on&limited_lang_code=tha&order=&order_by=title&order_type=ASC&result_id=26&maxid=34

ไพฑูริย์ สีนลรัตน์. 2545. การกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย. สำนักคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักนายกรัฐมนตรี.

ภัทรพร วิวัฒน์สร. 2553. “การตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี”. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา. [Online]. Available : http://www.ex-mba.buu.ac.th/Research/Bangsaen/y-15-1Buu/51751550/03_abs.pdf

วิยะดา ชัยเวช. 2552. การตลาดบริการ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ศูนย์ทนายความทั่วไทย. 2555. พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. ๒๕๕๐. [Online]. Available : <http://www.thailandlawyercenter.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538974924&Ntype=19>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2556. ตลาดกวดวิชายังคงเติบโต. [Online]. Available : <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=31682>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พิมพ์ดี

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2555. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา

สำนักคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. 2555. ข้อมูลสารสนเทศสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
มัธยมศึกษา. [Online]. Available : <http://www.obec.go.th/>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. 2552. การกำหนดประเภทและลักษณะของ
โรงเรียนการจัดการเรียนการสอนและหลักสูตรของโรงเรียนนอกระบบ. [Online].

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ <http://www.otep.go.th/index.php/cpk/268-cpk005.html> นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. 2555. รายชื่อที่อยู่โรงเรียนทั่วประเทศ จำแนกตามจังหวัด. [Online]. Available :

<http://www.opec.go.th/index.php?name=service&file=readservice&id=40>

สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. 2556. ประเภทโรงเรียนเอกชน.

[Online]. Available : <https://sites.google.com/site/prachasampan56/prapheth-khxng-rongreiyn-xekchn>

อัจฉริยา ไพরণาเวศน์. 2554. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย”. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. [Online]. Available : <http://www.amc.kmitl.ac.th/>

อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และ จิระเสกข์ ตริเมธสุทร. 2549 . หลักการตลาดเพื่อธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เสริมมิตร

อรพินท์ น้อยพิชัย. 2553. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร”. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร. [Online]. Available : http://202.28.199.7/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=303823&query=Array&s_mode=Array&date_field=date_create&date_start=2550&date_end=2556&limit_lang=on&limited_lang_code=tha&order=&order_by=title&order_type=ASC&result_id=29&maxid=34

Dek-D. 2555. ฟิสิกส์ ม.ปลาย. [Online]. Available :

<http://writer.dekd.com/enoomod/story/view.php?id=430384>

Dek-D. 2556ก. Ranking Web of World Universities. [Online]. Available : <http://www.dekd.com/board/view/2687784/>

Dek-D. 2556ข. สรุปเนื้อหาเคมี ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. [Online]. Available :

<http://writer.dek-d.com/anything-blbla/story/view.php?id=746188>

Oknation. 2556. เมื่อคุณภาพการศึกษาใช้ “คะแนนชี้วัด” กับการกวดวิชา“ติ๊กถูก”. [Online].

Available : <http://www.oknation.net/blog/redribbons07/2013/09/10/entry-1>

Kotler, P. 2003. **Marketing Management**, Eleven Ed., Pearson Education.

Kotler, P. and Kevin K.L. 2012. **Marketing Management**. 14th Edition. England. :

Courier/kendallville in United States of America

Si.mahidol. 2556. ข่าว กพสท. [Online]. Available : <http://www9.si.mahidol.ac.th/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thaipublica. 2556. เมื่อคุณภาพการศึกษาใช้ “คะแนนชี้วัด” ผู้ปกครองห่มปีศาจกว่าหมื่นล้านให้เด็กกววิชา“ติ๊กถูก”. [Online]. Available : <http://thaipublica.org/2013/09/quality-of-thai-education/>

Wikipedia. 2555. การรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. [Online]. Available : <http://th.wikipedia.org/>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง “การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อให้การค้นคว้าอิสระนี้บรรลุสัมฤทธิ์ผล ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกตอน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า มา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ท่านพิจารณาเลือกหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. แผนการเรียนที่กำลังศึกษาอยู่

- 1) วิทยาศาสตร์ - คณิต 2) ศิลป์ - คำนวณ
 3) ศิลป์ - ภาษา 4) ศิลป์ - ธุรกิจ
 5) ศิลป์ - สังคม

3. กำลังศึกษาระดับชั้น

- 1) มัธยมศึกษาปีที่ 4 2) มัธยมศึกษาปีที่ 5
 3) มัธยมศึกษาปีที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ระดับคะแนนเกรดเฉลี่ยล่าสุด

- 1) ต่ำกว่า 2.00 2) 2.00 - 2.49
 3) 2.50 - 2.99 4) 3.00 - 3.49
 5) 3.50 - 4.00

5. อาชีพผู้ปกครอง

- 1) เกษตรกร 2) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานในบริษัทเอกชน 4) ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว
 5) รับจ้าง 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ระดับรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน (รวมทั้งของบิดา-มารดา)

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 2) 20,001 - 30,000 บาท
 3) 30,001 - 40,000 บาท 4) 40,001 - 50,000 บาท
 5) 50,001 - 60,000 บาท 6) มากกว่า 60,001 บาท

ส่วนที่ 2 : ผลุติกรรมการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1. วิชาที่ท่านเรียนกวดวิชาในปัจจุบัน (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1) คณิตศาสตร์
 2) ฟิสิกส์
 3) เคมี
 4) ชีววิทยา
 5) ภาษาไทย - สังคม
 6) ภาษาอังกฤษ
 7) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ในปัจจุบันท่านเลือกเรียนกวดวิชาในหลักสูตรแบบใด

- 1) เลือกเรียนเฉพาะหลักสูตรเฉพาะรายวิชา
 2) เรียนเนื้อหาล่วงหน้า
 3) แนวข้อสอบ GAT และ PAT
 4) แนวข้อสอบ Quota และ Admission
 5) ทบทวนเนื้อหาบทเรียนและปูพื้นฐานให้แน่น
 6) เน้นเนื้อหาและแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเรียนกวดวิชา (เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ)

- 1) ไม่เข้าใจบทเรียนในห้องเรียน 2) เพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น
 3) เพื่อเรียนล่วงหน้าก่อนเรียนในชั้นเรียนปกติ 4) ผู้ปกครองต้องการให้เรียน
 5) เพื่อเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย 6) เรียนตามเพื่อน
 7) โรงเรียนสอนเนื้อหาน้อย

4. ในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ท่านได้มีการหาข้อมูลจากสื่อแหล่งใด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1) เพื่อนแนะนำ 2) ผู้ปกครอง
 3) เว็บไซต์ 4) ญาติ
 5) แผ่นพับ/โฆษณาตามแผ่นป้าย 6) หนังสือพิมพ์
 7) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. บุคคลใดเป็นผู้ให้ท่านริเริ่มให้เรียนกวดวิชา

- 1) ตนเอง 2) ผู้ปกครอง
 3) ครู / อาจารย์ 4) ญาติ / คนในครอบครัว
 5) เพื่อน 6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. บุคคลใดต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1) ผู้สอนในสถาบันกวดวิชา 2) ผู้ปกครอง
 3) ครู / อาจารย์ 4) ญาติ / คนในครอบครัว
 5) เพื่อน 6) ตนเอง

7. บุคคลใดเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการเลือกสถาบันกวดวิชา

- 1) ตนเอง 2) ผู้ปกครอง
 3) ครู / อาจารย์ 4) ญาติ / คนในครอบครัว
 5) เพื่อน 6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา/เทอม โดยประมาณ

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท 2) 3,001 - 4,000 บาท
 3) 4,001 - 5,000 บาท 4) 5,001 - 6,000 บาท
 5) 6,001 - 7,000 บาท 6) มากกว่า 7,001 บาท

9. จำนวนชั่วโมงที่เรียนกวดวิชา/สัปดาห์

- 1) ไม่เกิน 4 ชั่วโมง/สัปดาห์
 2) 5 - 8 ชั่วโมง/สัปดาห์
 3) 9 - 12 ชั่วโมง/สัปดาห์
 4) มากกว่า 12 ชั่วโมง/สัปดาห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของสถาบันกวดวิชา การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
ด้านราคา					
1. ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ					
2. สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้					
3. มีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับที่สถาบันอื่น					
4. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ไปมาสะดวก					
2. มีที่จอดรถเพียงพอ					
3. ตั้งอยู่ใกล้ระบบขนส่งมวลชน					
4. ความปลอดภัยของอาคารและบริเวณโดยรอบ					
5. มีความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง					
6. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ					
2. ได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน					
3. มีส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม					
4. ได้สิทธิพิเศษด้านต่างๆ เช่น ลดราคาในครั้งต่อไป					
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. มีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน					
2. มีการจัดทดสอบพื้นฐานก่อนเรียน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
3. มีการจัดทดสอบผลการเรียน สม่ำเสมอ					
4. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ					
1. ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่ สอนเป็นอย่างดี					
2. ผู้สอนมีเทคนิคการสอนดี เข้าใจง่าย					
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการมีอัธยาศัยดี					
4. เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำในการ แก้ไขปัญหาถูกต้อง ตรงประเด็น					
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทาง กายภาพ					
1. สถิติของนักเรียนที่สอบเข้า มหาวิทยาลัยได้ ของสถาบันกวตวิชา					
2. ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบัน กวตวิชา					
3. อุปกรณ์และสื่อในการสอนทันสมัย					
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ					
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวสิทธิโชค ตรงจิต
วันเดือนปีเกิด	27 เมษายน 2533
สถานที่เกิด	จังหวัดสงขลา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	15/19 ถนนราษฎร์พลี ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2554 สาขาบริหารธุรกิจการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2555 บริษัท สยามเฟมิลีมาร์เก็ต จำกัด ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ (Business Development Staff) พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน ประกอบกิจการส่วนตัวในจังหวัดเพชรบุรี ชื่อ กอบ โชค (Kob Chok) เป็นกิจการด้านธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้