

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียน
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING THE DECISION MAKING TO SELECT
MATHEMATICS AS THE SUBJECT FOR THE SPECIALLY TUTORIAL
COURSE OF JUNIOR HIGH SCHOOL STUDENTS IN BANGKOK



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2559

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียน
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING THE DECISION MAKING TO SELECT
MATHEMATICS AS THE SUBJECT FOR THE SPECIALLY TUTORIAL
COURSE OF JUNIOR HIGH SCHOOL STUDENTS IN BANGKOK
METROPOLIS



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะกรรมการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FACTORS INFLUENCING THE DECISION MAKING TO SELECT
MATHEMATICS AS THE SUBJECT FOR THE SPECIALLY TUTORIAL
COURSE OF JUNIOR HIGH SCHOOL STUDENTS IN BANGKOK
METROPOLIS**



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

2016

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2016

FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่ายหรือเผยแพร่ได้โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของ
นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร
FACTORS INFLUENCING THE DECISION MAKING TO
SELECT MATHEMATICS AS THE SUBJECT FOR THE
SPECIALLY TUTORIAL COURSE OF JUNIOR HIGH
SCHOOL STUDENTS IN BANGKOK METROPOLIS

ชื่อนักศึกษา

นางสาวจิตสุดา กฤदानราภรณ์

รหัสประจำตัว

58611003

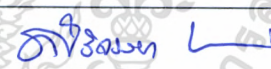


ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์	
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตัญญา ณ ป้อมเพ็ชร	
รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ1 มิถุนายน พ.ศ. 2559 เวลา14.00 – 15.30 น.

สถานที่สอบคณะกรรมการบริหารและจัดการ ชั้น 4 ห้อง FAM 401

คณะรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนวยการ โนรี)

คณบดีคณะกรรมการบริหารและจัดการ

วันที่ 14 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการสร้างและนำเสนอ ภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการ จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์พบว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้าน บุคลากรผู้ให้บริการทุกรายการ ส่วนเพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา และระดับคะแนนเฉลี่ย มี ความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพทุกรายการ อายุ ระดับชั้น การศึกษา และอาชีพของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกรายการ ทั้งนี้ปัจจัย ส่วนบุคคลทุกรายการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการทุกรายการ สำหรับเพศ ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถาน ที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่ายในจำนวนรายการมากที่สุด เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ระดับ คะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกรายการ นอกจากนี้เพศ ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านราคาทุกรายการ

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะคือ สถาบันกวศวิชาคณิตศาสตร์ควรให้ความสำคัญกับ ผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี และควรสร้างจุดเด่นเพื่อให้เกิดความ แตกต่างจากสถาบันกวศวิชาแห่งอื่น ๆ ตลอดจนควรคำนึงถึงสถานที่ตั้งให้สามารถเดินทางได้ สะดวกและปลอดภัย

Title	Factors Influencing the Decision Making to Select Mathematics as the Subject for the Specially Tutorial Course of Junior High school Students in Bangkok Metropolis
Student	Miss Jitsuda Kitdanarakron
Student ID.	58611003
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2016
Independent Study's Advisor	Associate Professor Sirijanya Kuawiriyapan

ABSTRACT

The development of education potentiality should be started from the junior high school or initial secondary education level because this level of education is aimed to enhance students to develop their quality of life, knowledge and skills to lay firmly their educational foundation. The educational competition at present is very high competitive due to the limited number of seats available for students in prestigious schools, colleges or universities. Students give priority on specially tutorial course in mathematics dramatically. As a result, the mathematic tutorial institutes business has tendency to grow continuously. This study had objectives to study on the behavior of learning mathematic in specially tutorial classes and the factors that influenced the decision to select mathematic tutorial course of junior high school students in Bangkok Metropolitan area. The data were collected from the sample group of 400 students by distribution of questionnaires and the obtained data were analyzed by percentage, mean and Chi-square statistics.

From the study of general information of the sample group, it was found that most of the sample group were female, 15 years old, studying in Mathayomsuksa 3 or Grade 9 of governmental high schools, their grade range was in 3:00 to 3:49, their fathers sponsored funding for their special study. The sponsors' occupations were trading / private enterprise. Their behavior on learning mathematics as the tutorial subject, it was found that they preferred to select mathematics as specially emphasized subject by select this course to review its contents, lessons

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ III อังอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

and lay a firm foundation. Their objective in special studying was to increase their opportunities to be enrolled in the leading schools further. They had their friends as the information source for additionally mathematic studying and they approached to the special tutorial institute by themselves while their guardians were initiators of special studying and mostly influenced to the decision making in selection of the tutorial institute as well as to be the final decision maker. The sample group had to spend the tuition fee about 2,001- 4,000 Baht per course for the learning hours was less or equal to 2 hours per week. The special class normally is in the evening of Monday – Friday. The study of factors influencing the decision to select the mathematics as the special tutorial course, it was found that, in the overall perspective, the sample group gave the most important factor on the personnel who gave service. The factors that affected the decision making in the very much level, included the creation and presentation of physical image, products, service process, institute location / distribution channel, marketing promotion, and pricing or the cost, respectively. For the relation analysis, it was found that their GPA or grade point average and professions of their guardians were related to the personnel who provided service in all particulars while sex, age, level of education and grade point average were related to factors of creation and physical image presentation in all particulars. While the age, level of education and professions of their guardians were related to the product factor in all particulars. The personal factors in all particulars were related to the service process factor in all particulars. For sex, school category GPA, and guardians' occupations were related to the institute location / distribution channel in the list of the most particular. The sex, age, level of education. GPA and their guardians' occupations were related to the market promoting factor in all particulars. Besides, the sex, school category, GPA and their guardians' occupations were related to the price factor in all particulars.

This study had recommendations, namely, the mathematic tutorial institutes should give priority to the tutors or teachers who are very well competent and knowledgeable in the subject to be taught and the institutes should create an outstanding point to make a difference from other special tutorial institutes, as well as their location should be regarded so as to be accessible conveniently and safely for students to travel to.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างดี ด้วยความอนุเคราะห์ของคณะอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ของขอพบพระคุณ รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ ที่กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือและข้อคิดเห็นที่ดี รวมข้อบกพร่องต่าง ๆ แก่ข้าพเจ้าด้วยความเอาใจใส่อย่างดี สม่าเสมอตลอดมา ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร และ รองศาสตราจารย์อมรศรี ดันพิพัฒน์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ ให้การชี้แนะ และให้ความรู้ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำการค้นคว้าครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่ง และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนตลอดจนมอบความรู้ด้านวิชาการต่าง ๆ ให้แก่ข้าพเจ้า

นอกจากนี้ขอขอบคุณนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี เพื่อน ๆ นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกคน รวมทั้งเจ้าหน้าที่คณะกรรมการบริหารและจัดการทุกท่านที่มอบกำลังใจ และความช่วยเหลืออันดีเยี่ยมตลอดระยะเวลาการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้เป็นกำลังใจให้แก่ข้าพเจ้าเสมอมา ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือ ทั้งบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ด้วยความรักและเมตตา รวมถึงทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ที่ให้ความอนุเคราะห์ที่สนับสนุน ทำให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

จิตสุดา กฤตงานรากรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	I
ABSTRACT	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ	VI
สารบัญตาราง	VIII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์	3
1.6 สมมติฐานของการศึกษา	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2.2 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ	7
2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา	9
2.4 แนวโน้มธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา	12
2.5 วรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	16
3.1 วิธีการศึกษาและแหล่งข้อมูล	16
3.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล	16
3.3 ประชากรและขนาดตัวอย่าง	17
3.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	17
3.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	18
3.6 กรอบแนวความคิดของการศึกษา	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ VI อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	20
4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	20
4.2 พฤติกรรมการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	24
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	30
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	37
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	48
5.1 สรุป.....	48
5.2 ข้อเสนอแนะ	49
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	50
บรรณานุกรม	51
ภาคผนวก	53
ประวัติผู้เขียน	60

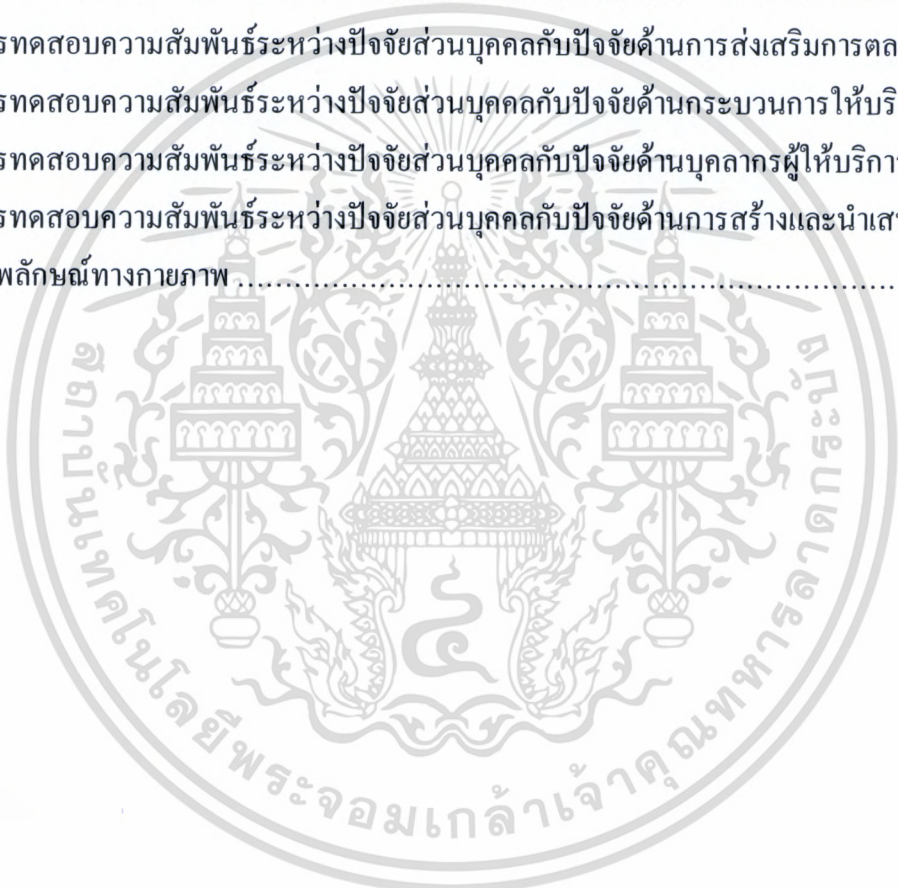
สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยคำถาม 7 คำถาม	6
4.1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	20
4.2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	21
4.3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา	21
4.4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทโรงเรียนที่กำลังศึกษา	22
4.5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนเฉลี่ย	22
4.6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษาเล่าเรียน	23
4.7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษา	23
4.8 วิชาที่เรียนกวดวิชานอกเหนือจากวิชาคณิตศาสตร์ในปัจจุบัน	24
4.9 การเลือกหลักสูตรในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	25
4.10 วัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	25
4.11 แหล่งข้อมูลของการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	26
4.12 ช่องทางในการสมัครเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	27
4.13 บุคคลผู้ริเริ่มให้เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	27
4.14 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	28
4.15 บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายให้เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	28
4.16 ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ต่อครั้ง	29
4.17 จำนวนครั้งที่เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	29
4.18 ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชา	30
4.19 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	31
4.20 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	32
4.21 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา คณิตศาสตร์	33
4.22 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	34
4.23 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	35
4.24 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	36
4.25 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน กวดวิชาคณิตศาสตร์	36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ VIII อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.26 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	37
4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	41
4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านราคา	42
4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่าย	43
4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	44
4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	45
4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	46
4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	47



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ IX อ่างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นกระบวนการที่มุ่งพัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีความสามารถเต็มศักยภาพ มีการพัฒนาที่สมดุล ทั้งสติปัญญา จิตใจ ร่างกาย และสังคม เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาคนทั้งในแง่ความรู้ ความคิด ตลอดจนคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศชาติ ทำให้การศึกษา ถือเป็นปัจจัยที่ 5 ของชีวิต เป็นปัจจัยที่จะช่วยแก้ปัญหาในทุก ๆ ด้านของชีวิต และเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในโลกที่มีกระแสความเปลี่ยนแปลงทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อวิถีดำรงชีวิตต้องเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน เป็นผลให้การศึกษา มีบทบาทและความจำเป็นมากขึ้นด้วย

การศึกษาในปัจจุบันเน้นการเรียนการสอนที่ตัดสินด้วยระบบการสอบให้ได้คะแนนสูง จึงเกิดการแข่งขันเป็นจำนวนมาก เด็กไทยวุ่นวายอยู่กับการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย หรือเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย จนถึงระดับมหาวิทยาลัย อีกทั้งการเรียนการสอนในโรงเรียนยังถือว่าไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เป็นเหตุให้สถาบันกวดวิชา มีการขยายตัวไปในทุกระดับการศึกษา แม้แต่ระดับอนุบาลยังมีสถาบันกวดวิชาเกิดขึ้น ซึ่งสถาบันกวดวิชาส่วนใหญ่ที่เป็นที่ต้องการ และได้รับความนิยมจะเน้นในกลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษาอังกฤษ เป็นหลัก โดยปัจจุบันจำนวนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นที่ตัดสินใจเรียนกวดวิชาเริ่มมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต้องการสอบคัดเลือกเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และมหาวิทยาลัยต่อไป โดยในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นวิชาที่มีการเรียนกวดวิชามากที่สุดคือ วิชาคณิตศาสตร์ เนื่องจากเป็นวิชาหลักที่ใช้ในการสอบแข่งขันเข้าในระดับชั้นต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย จนถึงระดับมหาวิทยาลัย

ภาพรวม WEF ปี ค.ศ. 2014 – 2015 ประเทศไทย มีผลอันดับของตัวชี้วัดที่เกี่ยวกับการศึกษา 10 ตัวชี้วัด โดยมีตัวชี้วัดที่อันดับดีขึ้น 5 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย อัตราการเข้าเรียนในระดับประถมศึกษาสุทธิ อัตราการเข้าเรียนในระดับมัธยมศึกษา อัตราการเข้าเรียนในระดับอุดมศึกษา การเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตในสถานศึกษา และการจัดให้มีการวิจัยและบริการฝึกอบรมที่ใช้ประโยชน์ได้ ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยมีอันดับตกลงใน 5 ตัวชี้วัดที่เหลือ ได้แก่ คุณภาพการจัดการเอกสารเป็นเอกสารทาสวนเวลาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาก่อนหน้า ไม่นับญาติเห็นาไปเซบระเยชชานการค่า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาระดับประถมศึกษา คุณภาพของระบบการศึกษา คุณภาพของการจัดการศึกษา คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ คุณภาพของสถานศึกษาที่สอนการบริหารจัดการ และขอบเขตการ ฝึกอบรม ซึ่งได้จากการสำรวจความพึงพอใจจากภาคธุรกิจทั้งหมด โดยผลการจัดอันดับของ ประเทศไทยที่ตกลงมากที่สุด ได้แก่ ตัวชี้วัดด้านคุณภาพของสถานศึกษาที่สอนการบริหารจัดการ จากการสำรวจจะเห็นว่าคุณภาพของการจัดการศึกษาคณิตศาสตร์มีอันดับตกลง หากพิจารณา เฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เข้าร่วมโครงการ TIMSS 2011 จำนวน 10 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ จีน-ฮ่องกง จีน-ไทเป ญี่ปุ่น เกาหลี มาเลเซีย อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และประเทศไทย ประเทศที่ติดอันดับ 1 ใน 5 คือ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น จีน-ไทเป และจีน-ฮ่องกง สำหรับประเทศไทยได้เข้าร่วมการประเมินในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 เมื่อปี ค.ศ. 1995, 1999, 2007 และ 2011 พบว่าผลสัมฤทธิ์วิชาคณิตศาสตร์ในช่วงแรกของการเข้าร่วมโครงการปี ค.ศ. 1995 คะแนนเฉลี่ยวิชาคณิตศาสตร์สูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับนานาชาติ หลังจากนั้นคะแนนเฉลี่ยของวิชา คณิตศาสตร์ลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ซึ่งให้เห็นว่าเด็กไทยถนัดวิชาคณิตศาสตร์ลดลงอย่าง ต่อเนื่อง

จากการแข่งขันทางการศึกษาที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ผู้ปกครองเพิ่มความสนใจในการ ศึกษาของบุตรหลานมากขึ้น ผู้ปกครองพยายามที่จะส่งเสริมและสนับสนุนทางการศึกษา เพื่อให้ มีความรู้ ทักษะ ทศนคติ ค่านิยม และมีสังคมกับกลุ่มเพื่อนที่เรียนหนังสือเก่ง ๆ ทำให้ต้องมีการ เตรียมความพร้อม โดยการพัฒนาศักยภาพของตัวนักเรียน เพื่อให้พร้อมต่อการแข่งขันด้วยการ ปูพื้นฐานทางการศึกษา ซึ่งควรเริ่มต้นตั้งแต่วัยชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น เนื่องจากเป็นระดับ การศึกษาที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนพัฒนาคุณภาพชีวิต มีความรู้ และทักษะทำให้เกิดรากฐานการศึกษาที่ มั่นคง รวมถึงการเพิ่มเติมความรู้ให้กับนักเรียน โดยเฉพาะวิชาคณิตศาสตร์ ซึ่งเป็นวิชาที่ต้องใช้การ สอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งเป็นวิชาที่ต้องอาศัยความเข้าใจเป็นพื้นฐาน มากกว่าการท่องจำ ส่งผลให้นักเรียนเลือกที่จะสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ด้วยการเข้าเรียนวิชา คณิตศาสตร์ในสถาบันกวดวิชา ซึ่งสถาบันกวดวิชามักจะสอนและเน้นเนื้อหาในบางเรื่องบางตอน ของทั้งหมดที่ได้ศึกษาอยู่ในโรงเรียนอยู่แล้ว การสอนจะเริ่มจากเนื้อหาที่ง่ายไปยังเนื้อหาที่ยากขึ้น ซึ่งจะทำให้นักเรียนไม่รู้สึกละเนื้อหรือกดดันจนเกิดความเครียดและเป็นการเพิ่มเติมความรู้ในสิ่งที่ นักเรียนยังไม่เข้าใจ เน้นความเข้าใจในเนื้อหาของรายวิชา มีเทคนิคการคิดคำนวณให้เกิดความ เข้าใจในเนื้อหาอย่างลึกซึ้ง ด้วยการนำเอาแบบฝึกหัดต่าง ๆ มาให้นักเรียนทดลองแก้ไขปัญหาทำให้นักเรียนสามารถนำเนื้อหาที่เรียนมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาของแบบฝึกหัดใน ทุก ๆ ด้านจนเกิดความชำนาญ และยังสอนเทคนิคในการทำข้อสอบทำให้เกิดความมั่นใจในการ สอบมากขึ้น

จากสถานการณ์ข้างต้น ทำให้สนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา คณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึง เอกสารที่เป็นเอกสารที่สว่นใจสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักผู้ใดเห็นเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ เพื่อผู้สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ และเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการเรียนการสอนในโรงเรียนเพื่อลดปริมาณการเรียนกวดวิชา เป็นต้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับเด็กนักเรียนที่ต้องการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ รวมทั้งเป็นแนวทางให้สถาบันกวดวิชาได้นำไปปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนให้ตรงกับความต้องการของนักเรียน

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาพฤติกรรมการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ใช้ตัวแบบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ตามแนวความคิดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ด้วยคำถาม 7 คำถาม (6Ws 1H) เพื่อค้นหา 7 คำตอบ (7Os) (ปรัชญา ปิยะรังสี, 2554) ส่วนการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

2. ขอบเขตด้านประชากร ได้เลือกศึกษาเฉพาะนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นที่เลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ต้องแข่งขันเพื่อสอบเข้าในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงเพื่อเพิ่มโอกาสในการสอบแข่งขันเข้าระดับมหาวิทยาลัยต่อไป

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้เลือกศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา และมีจำนวนของสถาบันกวดวิชามากที่สุดในประเทศ

4. ขอบเขตด้านเวลา ศึกษาระหว่าง เดือนพฤศจิกายน 2558 - เดือนพฤษภาคม 2559

1.5 นิยามศัพท์

สถาบันกวดวิชา หมายถึง โรงเรียนหรือสถาบันที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกวดวิชาตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ผ่านสื่อการสอนในรูปแบบต่าง ๆ โดยเป็นการศึกษานอกเวลาเรียนปกติ และมีการคิดค่าใช้จ่ายในการสอนตามระยะเวลาและหลักสูตรที่กำหนด (วนิดาธนากรกุล, 2553)

1.6 สมมติฐานของการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลคือ เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ระดับคะแนนเฉลี่ย ประเภทของโรงเรียนที่ศึกษา และอาชีพของผู้ปกครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูล โดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

Schiffman and Kanuk (1994) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำการค้นหาการซื้อ การใช้การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับ การได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Engel Kollat and Blackwell (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับ การจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้า

กล่าวโดยสรุปว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

2.1.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? , WHAT? , WHY? , WHO? , WHEN? , WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการคือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูเท่านั้น เมื่อนำไปเผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Outlets และ Operations ดังแสดงในตารางที่ 2.1 ซึ่งได้แสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยคำถาม 7 คำถาม

คำถาม (6Ws 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยา หรือ จิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการคุณสมบัติ หรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1) ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2) ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม 3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organization) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1) ผู้ริเริ่ม 2) ผู้มีอิทธิพล 3) ผู้ตัดสินใจซื้อ 4) ผู้ซื้อ 5) ผู้ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใด ของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษ หรือเทศกาล ต่างๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ (Outlets) เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1) การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) ตัดสินใจซื้อ 5) ความรู้สึกหลังการซื้อ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler. 1984) ได้มีการแบ่งระดับของแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาด ซึ่งระดับแรกคือ การตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) โดยการตลาดแบบนี้มีจุดมุ่งหมายหลักคือ การสร้างความตระหนักในตราสินค้า (Brand Recognition) แบบที่เคยมุ่งเน้นกัน โดยการตลาดที่อยู่ในระดับขั้นนี้จะมุ่งให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) อาจเป็นสินค้าที่คงทนหรือไม่คงทนก็ได้ เช่น โตะ แก้ว เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

1.2 ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการการควบคุมคุณภาพเป็นพิเศษ และต้องสร้างความเชื่อถือต่อกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ มักเป็นงานบริการ เช่น การเรียนกวดวิชา การใช้บริการโรงแรม เป็นต้น

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าน่าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน วิธีในการกำหนดราคามีรูปแบบ ดังนี้

- 2.1 วิธีการกำหนดราคาแบบบวกเพิ่ม
- 2.2 วิธีการกำหนดราคาแบบค้ำถึงคุณค่า
- 2.3 วิธีการกำหนดราคาโดยค้ำถึงคู่แข่ง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า และคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านสถานที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) มี 2 ประเภท คือ

- 3.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง หมายถึง การขายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมโดยไม่มีคนกลาง
- 3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม หมายถึง เส้นทางที่สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตโดยผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ต้องการแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ ประกอบด้วย

- 4.1 การโฆษณา (Advertising)
- 4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
- 4.3 การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling)
- 4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations)
- 4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมี

ความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence / Environment and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ประการข้างต้น เป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจบริการ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไป

2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา

2.3.1 ความหมายของการกวดวิชา

อภิชัย พันธเสน (2530) ให้ความหมายของการกวดวิชา (Coaching) ว่าเป็นการศึกษาที่มีเป้าหมายเพื่อจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งภายในเวลาที่จำกัด โดยปกติแล้วจะทำในเชิงพาณิชย์

สุวัฒน์ สุขมลสันต์ (2530) ให้ความหมายของการกวดวิชา (Coaching) ว่าเป็นการเรียนอะไรก็ตามที่คิดว่าตนขาดหรือยังไม่พร้อม เพื่อให้ตนเรียนทันผู้อื่น หรือมากกว่าผู้อื่น ซึ่งผู้เรียนอาจเรียนอ่อน ปานกลาง หรือเก่งก็ได้

นิคม ตั้งคะพิภพ และคณะ (2532) ให้ความหมายของการกวดวิชา (Coaching) ว่าเป็นกิจกรรมการเรียนนอกเวลาเรียนตามปกติ โดยเรียนกับครูคนเดียวหรือคณะอาจารย์ที่จัดเพื่อทบทวนบทเรียนหรือแก่งข้อสอบ

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การกวดวิชาเป็นการเรียนวิชาความรู้เพิ่มเติมจากสิ่งที่เรียนมาแล้วในโรงเรียน โดยครูผู้สอนอาจเป็นคนเดียวหรือคณะอาจารย์ก็ได้ โดยมีจุดมุ่งหมายในการเรียนอย่างใดอย่างหนึ่ง ได้แก่ เพื่อผลทางการเรียนที่ดีขึ้น เพื่อเรียนให้ทันผู้อื่น หรือมากกว่าผู้อื่น และเพื่อการสอบแข่งขันเข้าต่อในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น เป็นต้น

2.3.2 ลักษณะของโรงเรียนกวดวิชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระเบียบว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานโรงเรียนเอกชนประเภททววิชา ได้มีการปรับปรุง ระเบียบให้เหมาะสมและเอื้อประโยชน์แก่ผู้เรียน (กระทรวงศึกษาธิการ. 2544) ไว้ดังนี้

1. ลักษณะการจัดการเรียนการสอน
 - 1.1 จัดการเรียนการสอนโดยใช้ครูเป็นผู้สอน
 - 1.2 จัดการเรียนการสอนในลักษณะผสม โดยมีทั้งครูผู้สอนและสื่อการสอน
 - 1.3 จัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อการสอนเพียงอย่างเดียว
2. สถานที่ตั้งโรงเรียนและอาคาร
 - 2.1 สถานที่และบริเวณที่ตั้งโรงเรียน ต้องมีลักษณะกว้างขวางและเหมาะสม เพียงพอแก่กิจการของโรงเรียน โดยต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 100 ตารางเมตร ไม่ขัดต่อ สุลักษณ์อนามย์ของนักเรียน การคมนาคมสะดวกตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี
 - 2.2 ต้องมีกรรมสิทธิ์ในอาคาร หรือกรณีเช่าต้องมีสัญญาเช่าอาคารจากผู้มีสิทธิใน การให้เช่ามีกำหนดระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยระบุวัตถุประสงค์การเช่าเพื่อใช้จัดตั้งโรงเรียน
 - 2.3 อาคารต้องเป็นเอกเทศ หรืออาคารร่วมต้องแยกเป็นสัดส่วน ไม่ปะปนกับ กิจการ อื่น ๆ และเป็นอาคารที่มีความมั่นคงแข็งแรงเพียงพอที่จะใช้จัดการเรียนการสอน
 - 2.4 ต้องเป็นอาคารที่ได้รับใบอนุญาตก่อสร้าง หรือใบอนุญาตต่อเติมอาคารจาก ทางราชการให้ใช้เป็นอาคารเรียนเพื่อการศึกษา
3. ห้องเรียน มีรายละเอียดดังนี้
 - 3.1 ห้องเรียนที่จัดการเรียนการสอน โดยใช้ครูเป็นผู้สอน ใช้เกณฑ์คำนวณความจุ 1 ตารางเมตรต่อนักเรียน 1 คน จำนวนนักเรียนไม่เกินห้องละ 45 คน
 - 3.2 ห้องเรียนที่จัดการเรียนการสอนลักษณะผสม โดยมีทั้งครูผู้สอนและสื่อ ใช้ เกณฑ์คำนวณความจุ 1 ตารางเมตรต่อนักเรียน 1 คน จำนวนนักเรียนไม่เกินห้องละ 90 คน
 - 3.3 ห้องเรียนที่จัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อ ใช้เกณฑ์คำนวณความจุ 1 ตาราง เมตรต่อนักเรียน 1 คน จำนวนนักเรียนไม่เกินห้องละ 90 คน
 - 3.4 ห้องเรียนที่จัดห้องบรรยายขนาดใหญ่ที่สามารถมองเห็นครูผู้สอน นักเรียนมี จำนวนมากกว่า 90 คน ใช้เกณฑ์คำนวณความจุ 1 ตารางเมตรต่อนักเรียน 1 คน จะต้องเพิ่มสื่อและ เจ้าหน้าที่ประจำห้องเรียนตามสัดส่วนนักเรียน

2.3.3 ประเภทของโรงเรียนทววิชา

โรงเรียนทววิชาเป็นโรงเรียนเอกชนที่จัดตั้งตามพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ พ.ศ.2497 มาตรา 20(5) เป็นโรงเรียนที่ได้รับความนิยมมาตลอด แม้ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจและสังคมจะ เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาแต่ไม่สามารถลดความนิยมลงได้ ยิ่งความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและ เอกสารเป็นเอกสารทสวงนวิสาหรับการเชิงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญตาเห็นาไปเซบระเฮชันดานการค่า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น การแข่งขันทางการเรียนย่อมเพิ่มขึ้นเช่นกัน โรงเรียนกวดวิชาเป็นโรงเรียนที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกวดวิชาบางวิชาตามหลักสูตรวิชาสามัญของกระทรวงศึกษาธิการ ได้แก่ วิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และสังคมศึกษา เป็นโรงเรียนที่มีลักษณะการศึกษาพิเศษ มีวิธีดำเนินการแตกต่างจากโรงเรียนประเภทอื่น ๆ โดยอาจจะกำหนดเวลาเรียนเป็นครั้งคราว เช่น เรียนเฉพาะวันหยุด หรือเฉพาะภาคฤดูร้อน หรือเปิดทำการสอนตลอดทั้งปี โดยเรียนในเวลาเย็น อาจใช้อาคารสถานที่ของโรงเรียนสามัญศึกษา ซึ่งสามารถจำแนกประเภทของการเรียนได้เป็น 6 ประเภท (พอดู สุวรรณทัต. 2530)

1. ประเภทเรียนลัด โดยสถานศึกษาประเภทนี้ ผู้เรียนต้องการเรียนเพื่อไปสมัครสอบเทียบความรู้ เช่น เด็กเล็ก เพื่อเตรียมเด็กให้เข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาล หรือนักเรียนระดับมัธยมศึกษา โดยจะศึกษาเฉพาะบางวิชาที่มีความสำคัญในการสอบเข้าเรียนต่อในระดับสูง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและชำนาญยิ่งขึ้น เช่น วิชาคณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ เป็นต้น

2. ประเภทเฉพาะกาล โดยสถานศึกษาประเภทนี้ส่วนมากเปิดเรียนภาคฤดูร้อน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนที่ไม่มีโอกาสได้เรียนเพื่อเพิ่มเติมความรู้ เนื่องจากโอกาสในการเลือกเรียนในสถานที่เรียนของนักเรียนมีไม่เท่ากัน ผู้เรียนจึงจำเป็นต้องหาเรียนเพิ่มเติมเพื่อสร้างโอกาสที่จะสอบแข่งขันต่อไป

3. ประเภทกวดวิชาตลอดปี โดยสถานศึกษาประเภทนี้มักเปิดสอนตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนเสริมเพิ่มเติมในวิชาที่ตนเรียนอ่อนหรือไม่เข้าใจดีพอ เพื่อเป็นพื้นฐานการเรียนในโรงเรียนสามัญต่อไป

4. ประเภทกวดวิชาเพื่อเรียนซ่อม หรือเรียนเสริม โดยการเรียนประเภทนี้สำหรับผู้ที่เรียนอ่อนในแต่ละระดับ ส่วนใหญ่ทำการเรียนการสอนภายในโรงเรียนสามัญ โดยผู้สอนมักเป็นครูในโรงเรียน จะทำการเรียนการสอนหลังเลิกเรียนปกติ

5. โรงเรียนกวดวิชาเพื่อเรียนลัด เป็นการสอนเพื่อนำความรู้ที่ได้รับ ไปสอบเทียบระดับความรู้ โดยการลงทะเบียนเป็นนักศึกษาทางไกลแบบเรียนด้วยตนเองกับกรมการศึกษานอกโรงเรียน แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นบุคคลที่อยู่นอกระบบโรงเรียน เช่น กลุ่มคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม หรือผู้ที่มิงานทำแล้ว

กลุ่มที่ 2 เป็นบุคคลในระบบโรงเรียน แต่มีความประสงค์ที่จะเรียนจบเร็วขึ้น เพื่อนำวุฒิการศึกษาที่ได้ไปทดลองสอบเข้าศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น

6. ประเภทกวดวิชาเพื่อนำไปสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับสูง เป็นการสอบที่เน้นเนื้อหาที่ใช้ในการสอบคัดเลือก ฝึกฝนการทำแบบทดสอบจากข้อสอบเก่า ฝึกเทคนิคการคิด ครูจะทำหน้าที่สอนสรุปเนื้อหา ยกตัวอย่าง วิเคราะห์ให้ฟัง ผู้เรียนต้องกลับไปทบทวน ฝึกทำ เพื่อเกิดความเข้าใจด้วยตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 แนวโน้มธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

ข้อมูลการประมาณการประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553-2583 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้คาดการณ์จำนวนประชากรช่วงอายุ 15-19 ปี จากประมาณ 4,523,000 คน ในปี พ.ศ. 2558 ลดลงไปที่ 4,207,000 ในปี พ.ศ. 2563 รวมถึงยังมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องในระยะยาว การลดลงของกลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของโรงเรียนกวดวิชาในระยะยาว ประกอบกับการขยายสาขาของโรงเรียนกวดวิชาและการเข้าสู่ตลาดของโรงเรียนกวดวิชารายใหม่ ๆ จะยิ่งส่งผลให้การประกอบธุรกิจของโรงเรียนกวดวิชาในระยะข้างหน้า มีแนวโน้มเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้นมากกว่าในปัจจุบัน รวมทั้งในปี พ.ศ. 2556 พบว่ามหาวิทยาลัยและสถาบันของรัฐในสังกัดหรือกำกับของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา สามารถรองรับนักศึกษาใหม่ได้ 80,130 คน แต่กลับมีผู้สมัครเข้าศึกษาในระบบ Admissions 113,410 คน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ที่มีผู้สมัครเข้าศึกษาในระบบ Admissions 122,169 คน ในขณะที่มหาวิทยาลัยและสถาบันของรัฐในสังกัดหรือกำกับของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา สามารถรองรับนักศึกษาใหม่ได้เพียง 64,000 คน (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2558)

ในปีพ.ศ. 2556 มีจำนวนโรงเรียนกวดวิชา รวม 2,342 แห่ง แบ่งเป็นในกรุงเทพฯ 565 แห่ง และในภูมิภาค 1,777 แห่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.8 จากในปีพ.ศ. 2555 ที่มีจำนวนโรงเรียนกวดวิชา รวม 2,005 แห่ง และมีจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชา รวม 535,695 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.0 จากในปีพ.ศ. 2555 ที่มีจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชา รวม 453,881 คน สำหรับตลาดโรงเรียนกวดวิชาในปีพ.ศ. 2558 มีมูลค่าประมาณ 8,189 ล้านบาท เติบโตจากปีพ.ศ. 2557 ร้อยละ 6.8 จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของจำนวนโรงเรียนกวดวิชาที่มาพร้อมกับการแข่งขันกันรุนแรง จากผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดมากขึ้นทั้งสถาบันกวดวิชาแบรนด์ตัวเอง และการซื้อแฟรนไชส์โรงเรียนกวดวิชาที่มีชื่อเสียงเพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักเรียน ผู้ปกครอง อย่างไรก็ตามแม้ตลาดจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้น แต่โรงเรียนกวดวิชาในปีพ.ศ. 2558 อาจมีการปรับค่าเรียนเพิ่มขึ้น จากการผลกระทบด้านต้นทุนภาษีที่คณะรัฐมนตรีเห็นชอบการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลกับโรงเรียนกวดวิชา ร้อยละ 20 เมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมาไปยังผู้เรียน แต่คาดการณ์ว่าตลาดนี้ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้ปกครองและนักเรียนน่าจะยังคงให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเพื่อเสริมความรู้ให้กับนักเรียนที่อ่อนบางวิชา และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับเพื่อนนักเรียนในการสอบเข้ามหาวิทยาลัยรัฐบาลที่มีชื่อเสียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในระยะเวลาที่ผ่านมาพบว่า โรงเรียนกวดวิชายังคงขยายสาขาไปยังต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่องเพื่อขยายฐานผู้เรียนใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในหัวเมืองรองต่าง ๆ แต่ในปีพ.ศ. 2558 นี้ เป็นปีที่โรงเรียนกวดวิชาประกอบธุรกิจท่ามกลางแนวโน้มต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น โรงเรียนกวดวิชาจึงน่าจะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกสถานที่ตั้งที่จะขยายสาขาอย่างเข้มข้นมากขึ้น โดยต้องเป็นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของนักเรียน ผู้ปกครองมีความสามารถในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนกวดวิชา รวมถึงการแข่งขันของโรงเรียนกวดวิชาในพื้นที่ยังไม่รุนแรงมากนัก

กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชาในปัจจุบัน เน้นการนำเสนอความคุ้มค่าเพื่อดึงดูดนักเรียนให้เข้ามาเรียน ผ่านกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการมอบส่วนลดเมื่อสมัครเรียนพร้อมกันหลายหลักสูตรสามารถนำไปเรียนกับสาขาใดก็ได้ กระตุ้นให้เกิดการเรียนหลักสูตรเพิ่มในสถาบันกวดวิชานั้นๆ และเชื่อมต่อสัมพันธ์ภาพอันดีกับนักเรียนที่เข้ามาเรียนในสถาบันกวดวิชาในระยะยาวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะเป็ศูนย์กลางของคอมมูนิตีระหว่างนักเรียนด้วยกัน ด้วยการออกแบบสถานที่เหมาะสำหรับการพักผ่อนในช่วงเวลาว่าง ติวหนังสือเป็นกลุ่ม หรือส่วนตัวช่องทางในการติดต่อตัวต่อตัวผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค การให้คำแนะนำด้านการศึกษา ข่าวสารการสอบเข้าโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พร้อมรับสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ และกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ เพื่อเกิด Word of mouth แนะนำเพื่อนหรือรุ่นน้องมาเรียนจากรุ่นสู่รุ่น รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ของการสรุปเนื้อหาอย่างตรงประเด็น สอนเทคนิคการทำข้อสอบ ใช้เวลาเรียนไม่มาก โดยใช้เทคนิคการสอนที่ผลิตผลิตแล้ว ทำเลขของโรงเรียนกวดวิชายังเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โรงเรียนกวดวิชาที่มีสถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองและห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีการคมนาคมที่สะดวก โดยมีการใช้สถานที่หรืออาคารร่วมกันเพื่อเป็นจุดศูนย์กลาง หรือ One – Stop Service ในการเดินทางมาเรียนกวดวิชาสำหรับนักเรียน จะเผชิญกับต้นทุนค่าเช่าสถานที่ที่สูงกว่าสถานที่อื่น ๆ

จึงอาจกล่าวได้ว่า โรงเรียนกวดวิชาจะมีผู้ประกอบการที่เป็นผู้นำตลาด ซึ่งมีชื่อเสียงในการเปิดหลักสูตรการเรียนในแต่ละรายวิชาอยู่แล้ว แต่ด้วยข้อจำกัดของสาขาที่ไม่สามารถรองรับความต้องการของนักเรียนได้ทั้งหมด โดยเฉพาะนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาที่ต้องการเรียนเสริมในรายวิชาต่าง ๆ เช่น วิชาคณิตศาสตร์ เพื่อยกระดับผลการเรียนในโรงเรียน และเตรียมความพร้อมสู่การสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดโรงเรียนกวดวิชาอย่างต่อเนื่อง

2.5 วรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตติมา อัจฉริยกุล (2544) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 270 คน ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นด้านเหตุผลการเรียนรู้กวดวิชาของการเรียนกวดวิชาและไม่เรียนกวดวิชา คือ นักเรียนที่เรียนกวดวิชาส่วนใหญ่เพราะสร้างความมั่นใจในการทำข้อสอบร้อยละ 44.4 ส่วนนักเรียนที่ไม่เรียนกวดวิชาเพราะการเรียนกวดวิชาเสียค่าใช้จ่ายมากร้อยละ 34.8 การเรียนกวดวิชาได้รับการแนะนำสนับสนุนจาก บิดามารดาและญาติพี่น้องอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ครูหรืออาจารย์ สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าเรียนกวดวิชา ได้แก่ ผลการเรียนรู้ของนักเรียน ระดับการศึกษาของบิดามารดา รายได้ต่อเดือนของครอบครัว ค่านิยมของนักเรียน ค่านิยมของสังคม และการได้รับข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการกวดวิชา จากคำแนะนำของครูหรืออาจารย์ การพูดคุยชักชวนจากเพื่อน การได้รับคำแนะนำสนับสนุนจากบิดามารดาและญาติพี่น้อง

ณัฐวุฒิ ผุยพรม (2552) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในการเลือกเข้าเรียนโรงเรียนกวดวิชาตามสถาบันต่าง ๆ ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐาน และกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชากับการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 365 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ 17 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.01 - 3.00 อาชีพของบิดามารดาคือค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว บิดามีรายได้ระหว่าง 13,001 - 15,000 บาทต่อเดือน และมารดามีรายได้ระหว่าง 10,001 - 13,000 บาทต่อเดือน เหตุผลที่นักเรียนเลือกเรียนกวดวิชามากที่สุดคือ เพื่อจะได้ช่วยให้ผลการเรียนของตัวเองดีขึ้น และค่าเรียนมีราคาไม่แพง ส่วนกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชาที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยนักเรียนตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาจากโรงเรียนที่มีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน ทั้งเนื้อหาที่สอน เอกสารประกอบการเรียน ราคาค่าเรียนที่ไม่แพงสามารถผ่อนชำระได้ สถานที่ตั้งเหมาะสม มีการรับรองผลหลังการสอน และโรงเรียนมีการให้บริการอำนวยความสะดวก เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่นักเรียนมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกด้าน กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับผลการเรียน (เกรดเฉลี่ย) อาชีพของบิดา รายได้บิดา อาชีพของมารดา และรายได้มารดาที่ต่างกัน จะมีระดับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าเรียนโรงเรียนกวดวิชาตามสถาบันต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

รุจิรา จันทร์แดง (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้การวิเคราะห์แบบสมการถดถอยโลจิก ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นนักเรียนที่เลือกเรียนกวดวิชา จำนวน 100 ตัวอย่าง และนักเรียนที่เลือกไม่เรียนกวดวิชา จำนวน 100 ตัวอย่าง ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคือ เพศ ระดับการศึกษา ผลการเรียนรู้เฉลี่ยสะสม สายการศึกษา รายได้ของผู้ปกครองรวมกัน สถานที่ตั้งของบ้าน เอกสารเป็นเอกสารทสวงนเวสหาหรับการเขงานเพอการศึกษาเทานน เอนนญวตเทนาไปเขบระเยชนตานการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิชาที่ยากที่สุดในการเรียน ผลการเรียนในโรงเรียน วัดดูประสงค์ของการเรียนกวดวิชา ผลการวิเคราะห์พบว่า การพยากรณ์โดยรวมของตัวแบบที่สร้างสามารถทำนายถูกร้อยละ 78.8 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวพบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญในระดับที่สูงมากในการอธิบายการตัดสินใจในการเรียนกวดวิชาหรือไม่เรียน มี 4 ปัจจัย ได้แก่ สายการศึกษา ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 5 สถานที่ตั้งของที่อยู่ของนักเรียน และลักษณะนิสัยการเรียน ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา มี 2 ปัจจัย ได้แก่ รายได้ของผู้ปกครอง และระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 4 ส่วนปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศ ผลการเรียนสะสม วิชาที่ยาก ผลการเรียนในโรงเรียน และวัดดูประสงค์ในการเรียนกวดวิชา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีการศึกษาและแหล่งข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการรวบรวมข้อมูลจาก 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นที่กำลังเรียนกวดวิชาในสถาบันกวดวิชาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลเนื้อหาจากแหล่งต่าง ๆ อาทิ การค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ เอกสารงานวิจัยทั้งวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และรายงานการค้นคว้าอิสระที่ได้มีผู้ศึกษาไว้ รวมถึงบทความและข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่มีเผยแพร่และเชื่อถือได้

3.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert ซึ่งการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและกำลังเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ กับสถาบันกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นจึงหาขนาดตัวอย่าง จากสูตรของ Cochran (1967) กำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555 : 185)

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

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

แทนค่า

$$n = (0.05)(1-0.05)(1.96)^2/(0.05)^2$$

$$= 0.9604/0.0025$$

$$= 384.16$$

ดังนั้น ใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ เท่ากับ 385 คน

3.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการเลือกสถานที่สำหรับการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากผู้ศึกษาพบว่าแหล่งการกระจุกตัวของสถาบันกวดวิชานั้น มักมีการกระจุกตัวรวมกันตามแหล่งพื้นที่เฉพาะ จึงเลือกสถานที่ที่มีสถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ 4 แห่ง กระจายในเขตพื้นที่ 4 เขต ได้แก่

1. อาคารวรรณสรณ์ เขตราชเทวี
2. อาคารศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ เขตประเวศ
3. เซนทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า เขตบางกอกน้อย
4. สยามสแควร์วัน เขตปทุมวัน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างใน 4 พื้นที่ดังกล่าว พื้นที่ละ 100 คนรวมทั้งสิ้น 400 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการเลือกแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่กำลังเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ที่มีความสะดวกและยินดีในการตอบแบบสอบถามจนครบตามจำนวนที่ต้องการ

3.5 วิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น แบ่งเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. วิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์ผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ปึงจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เป็นการบรรยายสรุปถึงจำนวนลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในรูปแบบการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เป็นการบรรยายสรุปในรูปแบบการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการวัดระดับความสำคัญตามมาตรารวดของ Likert's Scale คือการให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ ได้แก่

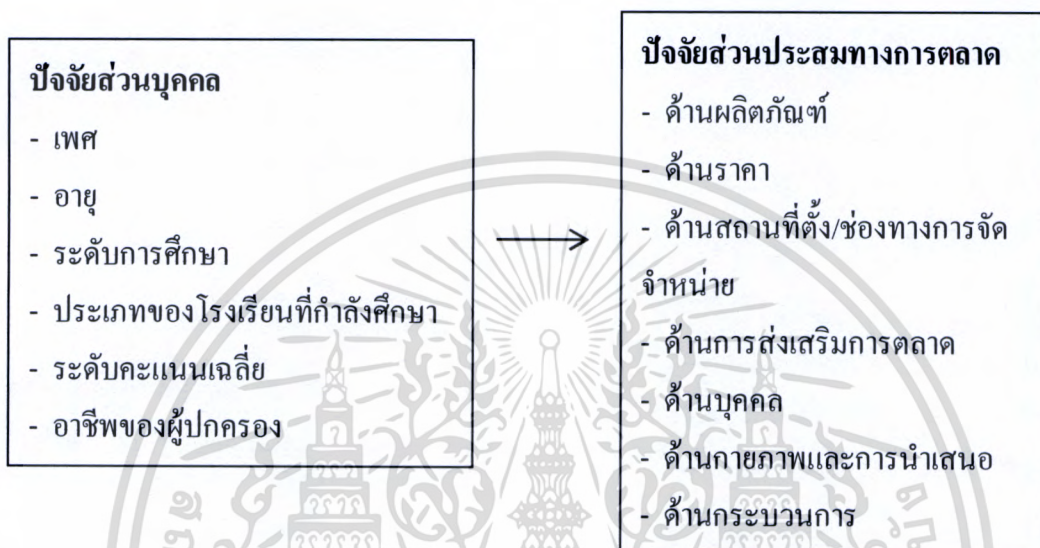
5.00 - 4.21	หมายถึง	สำคัญระดับมากที่สุด
4.20 - 3.41	หมายถึง	สำคัญระดับมาก
3.40 - 2.61	หมายถึง	สำคัญระดับปานกลาง
2.60 - 1.81	หมายถึง	สำคัญระดับน้อย
1.80 - 1.00	หมายถึง	สำคัญระดับน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ระดับคะแนนเฉลี่ย ประเภทของโรงเรียนที่ศึกษาอยู่ และอาชีพของผู้ปกครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ต่าง ๆ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ คือ การเปรียบเทียบระดับนัยสำคัญที่ต้องการ ถ้าค่า Sig. ที่ได้จากโปรแกรมสำเร็จรูปมากกว่าค่าอัลฟาที่กำหนดคือ 0.05 จะถือว่ายอมรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใช้เห็นชอบใช้หรือเผยแพร่เอกสารนี้
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐาน ซึ่งหมายถึงตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม แต่ถ้าค่าที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่าค่าอัลฟาที่กำหนดคือ 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐาน แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

3.6 กรอบแนวความคิดของการศึกษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และได้นำเสนอผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สามารถวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ต่าง ๆ โดยมีผลการศึกษาดังนี้

4.1.1 เพศ

จากข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองมาเป็นเพศชาย จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศหญิงและชายให้ความสนใจในการเรียนกวดวิชาในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	215	53.75
ชาย	185	46.25
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 อายุ

จากข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 15 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 ซึ่งเป็นกลุ่มอายุที่ต้องสอบแข่งขันเข้าสู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจึงสนใจเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ รองลงมาคืออายุ 14 ปี และ 13 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
12	7	1.75
13	76	19.00
14	110	27.50
15	207	51.75
รวม	400	100.00

4.1.3 ระดับชั้นที่กำลังศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุ คือ 15 ปี รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาปีที่ 2 และมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 114 คน และ 71 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 และร้อยละ 17.75 ตามลำดับ เนื่องจากนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ต้องการเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่มีชื่อเสียง จึงนิยมเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์เพิ่มเติมเพื่อเตรียมตัวสอบแข่งขันในจำนวนที่มากกว่านักเรียนระดับชั้นอื่น ๆ (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา

ระดับชั้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 1	71	17.75
มัธยมศึกษาปีที่ 2	114	28.50
มัธยมศึกษาปีที่ 3	215	53.75
รวม	400	100.00

4.1.4 ประเภทโรงเรียนที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 ซึ่งเป็นค่านิยมของผู้ปกครองที่มักเห็นว่าโรงเรียนรัฐบาลมีคุณภาพ และมีชื่อเสียงมากกว่าโรงเรียนเอกชน รองลงมาเป็นโรงเรียนเอกชน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทโรงเรียนที่กำลังศึกษา

ประเภท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงเรียนรัฐบาล	315	78.75
โรงเรียนเอกชน	85	21.25
รวม	400	100.00

4.1.5 ระดับคะแนนเฉลี่ย

กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.00 – 3.49 และ 3.50 – 4.00 มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 167 คน และ 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 และร้อยละ 41.25 ตามลำดับคะแนนเฉลี่ยระดับ 2.50 – 2.99 จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 จากข้อมูลจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์เป็นนักเรียนที่มีผลการเรียนดี เพราะนักเรียนต้องการสร้างความได้เปรียบในการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2.00 – 2.49	3	0.75
2.50 – 2.99	65	16.25
3.00 – 3.49	167	41.75
3.50 – 4.00	165	41.25
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.6 ผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษาเล่าเรียน

ผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือบิดา จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 ซึ่งเป็นไปตามวิถีของสังคมไทยที่มักมีบิดาเป็นผู้นำครอบครัว และรับผิดชอบในการดูแลครอบครัวเป็นหลัก รองลงมาคือมารดา จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 และญาติผู้ใหญ่ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษาเล่าเรียน

ผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บิดา	195	48.75
มารดา	162	40.50
ญาติผู้ใหญ่	43	10.75
รวม	400	100.00

4.1.7 อาชีพของผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษา

อาชีพของผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ประกอบอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุดคือ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพรับราชการ และอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 88 คน 85 คน และ 76 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ร้อยละ 21.25 และร้อยละ 19.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษา

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว	129	32.25
พนักงานบริษัทเอกชน	88	22.00
รับราชการ	85	21.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	76	19.00
เกษตรกร	18	4.50
แม่บ้าน	4	1.00
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 พฤติกรรมการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมในการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย วิชาที่เรียนกวดวิชาในปัจจุบัน หลักสูตรในการเรียนกวดวิชา วัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชา แหล่งในการหาข้อมูลการกวดวิชา ช่องทางในการสมัครเรียนกวดวิชา บุคคลที่ให้เริ่มเรียนกวดวิชา บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ บุคคลผู้ตัดสินใจให้เรียนกวดวิชา ค่าใช้จ่ายในการเรียน จำนวนครั้งที่เรียนกวดวิชา ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชา มีผลการศึกษาดังนี้

4.2.1 วิชาที่เรียนกวดวิชานอกเหนือจากวิชาคณิตศาสตร์ในปัจจุบัน

วิชาอื่นนอกเหนือจากวิชาคณิตศาสตร์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนมากที่สุด คือ วิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 189 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 37.57 รองลงมาคือ วิชาฟิสิกส์ จำนวน 137 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.24 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จึงให้ความสำคัญในการกวดวิชาในกลุ่มวิชาขั้นพื้นฐานเพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 วิชาที่เรียนกวดวิชานอกเหนือจากวิชาคณิตศาสตร์ในปัจจุบัน

วิชาที่เรียนกวดวิชาในปัจจุบัน	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ภาษาอังกฤษ	189	37.57
ฟิสิกส์	137	27.24
เคมี	133	26.44
ภาษาไทย - สังคม	44	8.75
รวม	503	100.00

(N = 400)

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.2.2 การเลือกหลักสูตรในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างเลือกหลักสูตรเพื่อการเรียนกวดวิชาในหลักสูตรทบทวนเนื้อหาบทเรียนและปูพื้นฐานให้แน่นมีจำนวนมากที่สุด 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 เนื่องจากเพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น รองลงมาคือเลือกเรียนเฉพาะหลักสูตรเฉพาะรายวิชา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และหลักสูตรเน้นเนื้อหาและแนวข้อสอบเข้าโรงเรียนรัฐบาลชั้นนำ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 การเลือกหลักสูตรในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

หลักสูตรในการเรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทบทวนเนื้อหาบทเรียนและปูพื้นฐานให้แน่น	111	27.75
เลือกเรียนเฉพาะหลักสูตรเฉพาะรายวิชา	100	25.00
เน้นเนื้อหาและแนวข้อสอบเข้าโรงเรียนรัฐบาลชั้นนำ	96	24.00
เรียนเนื้อหาล่วงหน้า	93	23.25
รวม	400	100.00

4.2.3 วัตถุประสงค์ที่เลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ คือ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าโรงเรียนรัฐบาลชั้นนำ มีจำนวนมากที่สุด 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ เพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และไม่เข้าใจบทเรียนในห้องเรียน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ส่วนวัตถุประสงค์ที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เรียนตามเพื่อน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 วัตถุประสงค์ที่เลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

วัตถุประสงค์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพิ่มโอกาสในการเข้าโรงเรียนรัฐบาลชั้นนำ	130	32.50
เพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น	89	22.25
ไม่เข้าใจบทเรียนในห้องเรียน	78	19.50
อยากได้เทคนิคการทำข้อสอบ	52	13.00
มีความสนใจในรายวิชา	33	8.25
ผู้ปกครองต้องการให้เรียน	11	2.75
เรียนตามเพื่อน	7	1.75
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 แหล่งข้อมูลของการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

แหล่งข้อมูลของการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เพื่อน มีจำนวน 311 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 42.72 เนื่องจากเพื่อนนับเป็นกลุ่มทางสังคมที่มีบทบาทสำคัญแก่กลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยรุ่นตอนต้น อีกทั้งการบอกเล่าแบบปากต่อปาก ถือเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือสามารถสร้างการรับรู้ข้อมูล และถ่ายทอดประสบการณ์ได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ รองลงมาคือเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาคณิตศาสตร์ มีจำนวน 137 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.82 เนื่องจากในปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ถัดมาคือข้อมูลจากผู้ปกครอง มีจำนวนใกล้เคียงกับแผ่นพับ/โฆษณาตามแผ่นป้าย คือ จำนวน 107 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.70 และ จำนวน 96 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.19 จากรีวิวหรือ Blog ในสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 37 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.08 ญาติ จำนวน 33 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.53 จากหนังสือพิมพ์ มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.96 ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดในยุคปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสื่อที่มีอายุสั้น และขาดความสวยงามในด้านสีสรรของตัวอักษรและรูปภาพ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 แหล่งข้อมูลของการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

(N = 400)

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เพื่อน	311	42.72
เว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาคณิตศาสตร์	137	18.82
ผู้ปกครอง	107	14.70
แผ่นพับ / โฆษณาตามแผ่นป้าย	96	13.19
จากรีวิวหรือ Blog ในสื่อสังคมออนไลน์	37	5.08
ญาติ	33	4.53
หนังสือพิมพ์	7	0.96
รวม	728	100.00

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.2.5 ช่องทางการสมัครเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

ช่องทางการสมัครเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ สมัครด้วยตนเองที่สถาบันกวดวิชา มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 เนื่องจากสามารถสอบถามข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ได้ครอบคลุม รองลงมาคือสมัครทางเว็บไซต์ มีจำนวน 67 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 16.75 เนื่องจากมีความสะดวกในการสมัครได้ตลอด 24 ชั่วโมง ในทุกสถานที่ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 ช่องทางการสมัครเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

ช่องทางการสมัครเรียน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมัครด้วยตัวเองที่สถาบันกวดวิชา	243	60.75
สมัครทางเว็บไซต์	67	16.75
ผู้ปกครองเป็นผู้สมัครให้	60	15.00
ฝากเพื่อนสมัครให้	30	7.50
รวม	400	100.00

4.2.6 บุคคลผู้ริเริ่มให้เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

บุคคลผู้ริเริ่มให้เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ปกครอง มีจำนวนมากที่สุด คือ 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 เนื่องจากผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และการศึกษาที่ดี ผู้ปกครองจึงเป็นผู้ให้คำปรึกษาแนะนำในการเริ่มเรียนกวดวิชา รองลงมาคือ ตนเอง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 บุคคลผู้ริเริ่มให้เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

บุคคลผู้ริเริ่มให้เรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ปกครอง	196	49.00
ตนเอง	100	25.00
เพื่อน	52	13.00
ครู / อาจารย์	33	8.25
ญาติ / คนในครอบครัว	19	4.75
รวม	400	100.00

4.2.7 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ปกครอง มีจำนวนมากที่สุด คือ 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาคือ ผู้สอนในสถาบันกวดวิชา จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีอายุน้อย และยังต้องการ

คำชี้แนะเกี่ยวกับรายละเอียดต่าง ๆ ของการเรียนกวดวิชา โดยผู้ปกครองจะเป็นผู้ที่คอยให้คำปรึกษาก่อนการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ปกครอง	156	39.00
ผู้สอนในสถาบันกวดวิชา	111	27.75
เพื่อน	89	22.25
ญาติ / คนในครอบครัว	19	4.75
ครู / อาจารย์	15	3.75
ตนเอง	10	2.50
รวม	400	100.00

4.2.8 บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายให้เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ปกครอง มีจำนวนมากที่สุด คือ 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ ตนเอง มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายให้เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

บุคคลผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ปกครอง	170	42.50
ตนเอง	156	39.00
ญาติ / คนในครอบครัว	37	9.25
เพื่อน	26	6.50
ครู / อาจารย์	11	2.75
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.9 ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ที่ระดับ 2,001 – 4,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 และระหว่าง 4,001 – 6,000 บาท มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ซึ่งเป็นระดับค่าใช้จ่ายที่ผู้ปกครองสามารถรับภาระได้ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท	15	3.75
2,001 – 4,000 บาท	189	47.25
4,001 – 6,000 บาท	140	35.00
6,001 – 8,000 บาท	26	6.50
มากกว่า 8,000 บาท	30	7.50
รวม	400	100.00

4.2.10 จำนวนชั่วโมงที่เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ต่อสัปดาห์

จำนวนชั่วโมงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 เนื่องจากการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ซึ่งเป็นวิชาที่ต้องใช้ความเข้าใจไปตลอดการเรียน รวมทั้งต้องฝึกฝนทำแบบฝึกหัด การเรียนในจำนวนชั่วโมงดังกล่าวจึงไม่ทำให้เด็กนักเรียนเกิดความเครียดจนเกินไป ประกอบกับต้องแบ่งเวลาไปกับการเรียนกวดวิชาอื่น ๆ ด้วย รองลงมา คือ 3 - 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 จำนวนชั่วโมงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

จำนวนชั่วโมงเรียนกวดวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์	244	61.00
3 - 5 ชั่วโมง/สัปดาห์	137	34.25
มากกว่า 5 ชั่วโมง/สัปดาห์	19	4.75
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.11 ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในช่วงตอนเย็นของ วันจันทร์ – ศุกร์ และช่วงเช้าวันเสาร์-วันอาทิตย์ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 119 คำตอบ และ 115 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.98 และร้อยละ 26.08 ตามลำดับ รองลงมาคือช่วงวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ จำนวน 107 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.26 (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

(N = 400)

ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชา	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ช่วงตอนเย็นวันจันทร์-ศุกร์	119	26.98
ช่วงตอนเช้าวันเสาร์-อาทิตย์	115	26.08
วันเสาร์หรือวันอาทิตย์	107	24.26
ช่วงตอนบ่ายวันเสาร์-อาทิตย์	63	14.29
วันเสาร์และวันอาทิตย์	37	8.39
รวม	441	100.00

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ มีผลการศึกษาดังนี้

4.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า มีผลในระดับมากที่สุดหนึ่งรายการ คือ หลักสูตรการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีความทันสมัย ส่วนรายการอื่น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ดังนี้ 1) หลักสูตรการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีมาตรฐาน และตรงความต้องการของผู้เรียน 2) มีเอกสารประกอบการเรียนอย่างเพียงพอ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปกรณ์การเรียนของสถาบันกวดวิชามีความเหมาะสม 4) ความเหมาะสมของจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ และ 5) ความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรกวดวิชาคณิตศาสตร์

(ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

(N = 400)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	มีผลระดับ
หลักสูตรการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีความทันสมัย เช่น เทคนิคการแก้ไขโจทย์	151 (37.80)	199 (49.80)	42 (10.50)	8 (2.00)	0 (0.00)	4.23	มากที่สุด
ความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรกวดวิชาคณิตศาสตร์	127 (31.80)	218 (54.50)	55 (13.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.18	มาก
หลักสูตรการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีมาตรฐานและตรงความต้องการของผู้เรียน เช่น มีแนวข้อสอบ	82 (20.50)	270 (67.50)	42 (10.50)	3 (0.80)	3 (0.80)	4.06	มาก
อุปกรณ์การเรียนการสอนของสถาบันกวดวิชามีความเหมาะสม เช่น จอภาพขนาดใหญ่ ลำโพงขยายเสียง มีความคมชัด เก้าอี้นั่งเรียนมีขนาดพอเหมาะ	106 (26.50)	215 (53.80)	76 (19.00)	0 (0.00)	3 (0.80)	4.05	มาก
มีเอกสารประกอบการเรียนอย่างเพียงพอ	106 (26.50)	192 (48.00)	102 (25.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.01	มาก
ความเหมาะสมของจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	72 (18.00)	205 (51.30)	119 (29.80)	4 (1.00)	0 (0.00)	3.86	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.07	มาก

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ เอกสารประกอบเรียนที่ส่งมอบแก่ผู้เรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.2 ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีผลต่อการตัดสินใจระดับมาก คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการเรียนการสอน และมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของสถาบันกวดวิชาอื่น ส่วนรายการที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง คือ สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้ (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

(N = 400)

ปัจจัยด้านราคา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	มีผลระดับ
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการเรียนการสอน	104 (26.00)	192 (48.00)	100 (25.00)	4 (1.00)	0 (0.00)	3.99	มาก
มีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของสถาบันกวดวิชาอื่น	49 (12.30)	158 (39.50)	167 (41.80)	19 (4.80)	7 (1.80)	3.56	มาก
สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้	61 (15.30)	65 (16.30)	41 (38.80)	97 (24.30)	22 (5.50)	3.12	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.56	มาก

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

4.3.3 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดยรายการที่มีผลในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ 1) ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวก 2) มีความปลอดภัยของอาคารและบริเวณโดยรอบ และ 3) บรรยากาศภายในห้องเรียนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ เช่น มีสูตรคณิตศาสตร์ (ตารางที่ 4.21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวด
วิชาคณิตศาสตร์

(N = 400)

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัด จำหน่าย	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่า เฉลี่ย	มีผลระดับ
ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ไปมาสะดวก	105 (26.30)	194 (48.50)	101 (25.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.01	มาก
มีความปลอดภัยของ อาคารและบริเวณ โดยรอบ	88 (22.00)	194 (48.50)	111 (27.80)	7 (1.80)	0 (0.00)	3.91	มาก
บรรยากาศภายใน ห้องเรียนส่งเสริมให้ เกิดการเรียนรู้ เช่น มี สูตรคณิตศาสตร์	106 (26.50)	173 (43.30)	97 (24.30)	24 (6.00)	0 (0.00)	3.90	มาก
มีความสะดวกในการ ชำระเงินหลากหลาย ช่องทาง	86 (21.50)	187 (46.80)	119 (29.80)	8 (2.00)	0 (0.00)	3.88	มาก
ช่องทางในการสมัคร เรียนหลายช่องทาง	88 (22.00)	172 (43.00)	140 (35.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.87	มาก
ตั้งอยู่ใกล้ระบบขนส่ง มวลชน เช่น รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน	87 (21.80)	163 (40.80)	123 (30.80)	16 (4.00)	11 (2.80)	3.75	มาก
มีที่จอดรถรับส่งอย่าง เพียงพอ	51 (12.80)	150 (37.50)	147 (36.80)	48 (12.00)	4 (1.00)	3.49	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83	มาก

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

4.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวด
วิชาคณิตศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า มีผลต่อ
เอกสารเป็นอันดับหนึ่งที่มีผลมากที่สุดตามลำดับคือ ค่าเฉลี่ย 3.83 และค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตัดสินใจระดับมากทุกรายการ คือ 1) มีสิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ 2) การได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน 3) ส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม และ 4) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ดังแสดงต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา
คณิตศาสตร์

(N = 400)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	มีผลระดับ
มีสิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ เช่น ลดราคาในการเรียนครั้งต่อไป	102 (25.50)	151 (37.80)	113 (28.30)	34 (8.50)	0 (0.00)	3.80	มาก
ได้รับส่วนลดเมื่อมีการแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน	86 (21.50)	158 (39.50)	133 (33.30)	20 (5.00)	1 (0.80)	3.76	มาก
มีส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม	86 (21.50)	133 (33.30)	143 (35.80)	34 (8.50)	4 (1.00)	3.66	มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	41 (10.30)	159 (39.80)	189 (47.30)	11 (2.80)	0 (0.00)	3.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.70	มาก

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

4.3.5 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกรายการ ได้แก่ 1) มีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน 2) มีการจัดทดสอบผลการเรียนสม่ำเสมอ และ 3) มีการจัดทดสอบพื้นฐานก่อนเรียน (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา
คณิตศาสตร์

(N = 400)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	มีผลระดับ
มีขั้นตอนในการสมัคร เรียนง่ายไม่ซับซ้อน	83 (20.80)	261 (65.30)	56 (14.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.07	มาก
มีการจัดทดสอบผลการ เรียนอย่างสม่ำเสมอ	71 (17.80)	233 (58.30)	81 (20.30)	15 (3.80)	0 (0.00)	3.90	มาก
มีการจัดทดสอบพื้นฐาน ก่อนเรียน	78 (19.50)	229 (57.30)	63 (15.80)	26 (6.50)	4 (1.00)	3.88	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.95	มาก

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

4.3.6 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.25) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ 1) ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่เข้าใจง่าย และ 2) ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี ส่วนรายการที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่ให้บริการมีอัธยาศัยดี และ 2) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำในการแก้ไขปัญหาถูกต้อง ตรงประเด็น (ตารางที่ 4.24)

4.3.7 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ 1) สถิติของนักเรียนที่สอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงได้ของสถาบันกวดวิชา และ 2) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวดวิชา ส่วนรายการที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ 1) อุปกรณ์ สื่อในการสอนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีความทันสมัย และ 2) มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น ห้องพักระหว่างรอเรียน ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเรียน เป็นต้น (ตารางที่ 4.25)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

(N = 400)

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	มีผลระดับ
ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่เข้าใจง่าย	209 (52.30)	167 (41.80)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.46	มากที่สุด
ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี	213 (53.30)	151 (37.80)	36 (9.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.44	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่ให้บริการอภัยสัคดี	115 (28.80)	221 (55.30)	52 (13.00)	12 (3.00)	0 (0.00)	4.10	มาก
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาถูกต้องตรงประเด็น	103 (25.80)	196 (49.00)	101 (25.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.01	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.25	มากที่สุด

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

ตารางที่ 4.25 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

(N = 400)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	มีผลระดับ
สถิติของนักเรียนที่สอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงได้ของสถาบันกวดวิชา	118 (29.50)	258 (64.50)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.24	มากที่สุด
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวดวิชาคณิตศาสตร์	131 (32.80)	234 (58.50)	35 (8.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.24	มากที่สุด
อุปกรณ์ สื่อในการสอนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีความทันสมัย	94 (23.50)	248 (62.00)	58 (14.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.09	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ	91 (22.80)	179 (44.80)	126 (31.50)	4 (1.00)	0 (0.00)	3.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.12	มาก

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.8 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ปกครองปรารถนาให้บุตรหลานได้มีโอกาสเรียนกับผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถ เพราะเชื่อว่าจะสามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจในเนื้อหาของบทเรียนได้มากขึ้น รวมทั้งได้รับการดูแลเป็นอย่างดีจากเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเช่นกัน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก มีจำนวน 6 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ซึ่งด้านราคามีตัวเลขค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเนื่องจากผู้ปกครองยอมจ่ายค่าเรียนหากจะสามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจในบทเรียนมากขึ้น (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	มีผลระดับ
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.25	มากที่สุด
ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	4.12	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.95	มาก
ด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.83	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70	มาก
ด้านราคา	3.56	มาก

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน ได้นำผลการศึกษาที่ได้มาทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา ประเภทโรงเรียนที่กำลังศึกษา คะแนนเกรดเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ โดยทดสอบสมมติฐานดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_0 = ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

H_1 = ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ด้วยวิธีการทดสอบทางสถิติ โดยการใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-Square Tests) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถ้าหากมีความน่าจะเป็นของนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 จะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ได้ผลการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปออกมาเป็นตารางได้ดังต่อไปนี้

4.4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทุกตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับการมีเอกสารประกอบการเรียนอย่างเพียงพอ และอุปกรณ์การเรียนของสถาบันกวดวิชาเหมาะสม ส่วนอายุ ระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีมาตรฐานและตรงความต้องการของผู้เรียน และหลักสูตรกวดวิชาคณิตศาสตร์มีความทันสมัย (ตารางที่ 4.27)

4.4.2 ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทุกตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับความสามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้ นอกจากนี้ยังพบว่า เพศ ระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการเรียนการสอน ส่วน เพศ อายุ ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับการมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของสถาบันกวดวิชาอื่น (ตารางที่ 4.28)

4.4.3 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทุกตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับสถานที่ตั้งอยู่ในเอกสารเป็นเอกสารทวงเงินไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญูยาดテナハセブระเยชชานการค่า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งชุมชนไปมาสะดวก และความปลอดภัยของอาคารและบริเวณโดยรอบ นอกจากนี้พบว่า เพศ ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับการมีที่จอดรถ สำหรับผู้รับส่งอย่างเพียงพอ ส่วนเพศ ระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับตั้งอยู่ใกล้ระบบขนส่งมวลชน เช่น รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ส่วน เพศ ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับการมีช่องทาง ในการสมัครเรียนหลายช่องทาง ส่วนเพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพ ผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับการมีความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง ดังแสดง (ตารางที่ 4.29)

4.4.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทุกตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ระดับ คะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน มีส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม และมีสิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ เช่น ลดราคาในครั้งต่อไป ขณะที่ ประเภทโรงเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ตารางที่ 4.30)

4.4.5 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทุกรายการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการทุกรายการ (ตารางที่ 4.31)

4.4.6 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้าน บุคลากรผู้ให้บริการ พบว่าระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัย ด้านบุคลากรผู้ให้บริการทุกรายการ ส่วนเพศ ระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนน เฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ให้บริการมีอริยาสัยดี ส่วนอายุ ระดับชั้น การศึกษา ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่ เข้าใจง่าย ส่วนระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มี ความสัมพันธ์กับผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี ทั้งนี้เพศ ระดับคะแนน เฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล คำแนะนำในการแก้ไขปัญหา ถูกต้องตรงประเด็น (ตารางที่ 4.32)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.7 ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทุกตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับอุปกรณ์ สื่อในการสอนคณิตศาสตร์มีความทันสมัย ส่วนเพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ประเภทโรงเรียน และระดับคะแนนเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับสถิติของนักเรียนที่สอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงได้ ของสถาบันกวตวิชา ส่วนเพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวตวิชาคณิตศาสตร์ นอกจากนี้เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง ยังมีความสัมพันธ์กับมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ (ตารางที่ 4.33)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		ระดับชั้นการศึกษา		ประเภทโรงเรียน		ระดับคะแนนเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
หลักสูตรการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีมาตรฐานและตรงความต้องการของผู้เรียน เช่น มีแนวข้อสอบ	5.085	.079	26.937	.000*	24.584	.000*	47.547	.000*	18.765	.001*	64.875	.000*
หลักสูตรกวดวิชาคณิตศาสตร์มีความทันสมัย เช่น สอนเทคนิคการแก้โจทย์	2.919	.232	19.073	.001*	16.656	.002*	6.649	.036*	69.163	.000*	68.167	.000*
มีเอกสารประกอบการเรียนอย่างเพียงพอ	8.788	.012*	19.518	.001*	26.311	.000*	7.119	.028*	17.304	.002*	68.167	.000*
อุปกรณ์การเรียนของสถาบันกวดวิชามีความเหมาะสม เช่น จอภาพขนาดใหญ่ ลำโพงขยายเสียงมีความคมชัด เก้าอี้นั่งเรียนมีขนาดพอเหมาะ	17.110	.000*	38.187	.000*	34.485	.000*	8.406	.015*	26.855	.000*	49.206	.000*
ความเหมาะสมของจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์	16.415	.000*	20.171	.000*	27.843	.000*	77.287	.000*	5.729	.220	55.092	.000*
ความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรกวดวิชาคณิตศาสตร์	.638	.727	41.398	.000*	34.930	.000*	1.970	.373	50.726	.000*	50.549	.000*

* นัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		ระดับชั้นการศึกษา		ประเภทโรงเรียน		ระดับคะแนนเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการเรียนการสอน	30.756	.000*	6.855	.144	17.748	.001*	8.334	.015*	41.291	.000*	18.469	.005*
สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้	34.910	.000*	35.732	.000*	21.517	.006*	19.435	.001*	34.543	.000*	54.478	.000*
มีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของสถาบันกวดวิชาอื่น	9.245	.026*	24.114	.000*	9.375	.154	10.103	.018*	28.220	.000*	32.757	.000*

* นัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		ระดับชั้นการศึกษา		ประเภทโรงเรียน		ระดับคะแนนเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวก	41.941	.000*	56.887	.000*	54.165	.000*	14.345	.001*	15.659	.004*	83.423	.000*
มีที่จอดรถสำหรับผู้รับส่งอย่างเพียงพอ	12.763	.002*	7.427	.115	3.570	.467	9.078	.011*	18.582	.001*	34.266	.000*
ตั้งอยู่ใกล้ระบบขนส่งมวลชน เช่น รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT	39.033	.000*	8.071	.089	25.753	.000*	7.951	.019*	9.086	.059	19.057	.004*
ความปลอดภัยของอาคารและบริเวณโดยรอบ	47.752	.000*	13.642	.009*	31.747	.000*	14.791	.001*	26.495	.000*	19.658	.003*
บรรยากาศภายในห้องเรียนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ เช่น มีสูตรคณิตศาสตร์	4.248	.236	5.513	.480	8.497	.204	6.552	.088	24.640	.000*	13.821	.129
มีช่องทางในการสมัครเรียนหลายช่องทาง	12.686	.002*	7.501	.112	1.834	.766	6.315	.043*	44.027	.000*	20.830	.002*
มีความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง	64.717	.000*	62.659	.000*	37.138	.000*	2.937	.230	51.854	.000*	16.653	.011*

* นัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		ระดับชั้นการศึกษา		ประเภทโรงเรียน		ระดับคะแนนเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	12.874	.002*	37.776	.000*	43.680	.000*	2.725	.256	14.216	.007*	124.014	.000*
ได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน	10.492	.015*	29.541	.000*	34.143	.000*	9.744	.021*	22.079	.001*	74.925	.000*
มีส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม	80.650	.000*	68.252	.000*	55.341	.000*	13.778	.003*	18.554	.005*	114.086	.000*
มีสิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ เช่น ลดราคาในครั้งต่อไป	41.994	.000*	43.402	.000*	58.339	.000*	14.669	.002*	44.772	.000*	53.441	.000*

* นัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		ระดับชั้น การศึกษา		ประเภท โรงเรียน		ระดับ คะแนนเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
มีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน	15.478	.000*	19.235	.001*	15.958	.003*	12.254	.002*	21.350	.000*	21.293	.002*
มีการจัดทดสอบพื้นฐานก่อนเรียน	38.510	.000*	44.942	.000*	31.081	.000*	48.592	.000*	66.165	.000*	46.447	.000*
มีการจัดทดสอบผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ	33.346	.000*	107.447	.000*	82.985	.000*	33.446	.000*	27.977	.000*	27.545	.001*

* นัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		ระดับชั้นการศึกษา		ประเภทโรงเรียน		ระดับคะแนนเฉลี่ย		อาชีพผู้ปกครอง	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี	3.332	.189	4.687	.321	14.664	.005*	12.061	.002*	19.204	.001*	55.086	.000*
ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่เข้าใจง่าย	.175	.916	30.561	.000*	9.900	.042*	3.363	.186	39.333	.000*	37.017	.000*
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีอธยาศัยดี	20.475	.000*	8.714	.069	32.079	.000*	8.161	.017*	41.188	.000*	71.899	.000*
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาถูกต้องตรงประเด็น	16.539	.000*	2.955	.565	8.585	.072	.772	.680	28.358	.000*	18.541	.005*

* นัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		ระดับชั้น การศึกษา		ประเภท โรงเรียน		ระดับ คะแนนเฉลี่ย		อาชีพ ผู้ปกครอง	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
สถิติของนักเรียนที่สอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงได้ ของ สถาบันกวตวิชา	32.606	.000*	71.592	.000*	46.683	.000*	23.145	.000*	23.918	.000*	9.088	.169
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวตวิชาคณิตศาสตร์	28.094	.000*	28.95	.000*	18.339	.001*	.457	.796	51.849	.000*	42.46	.000*
อุปกรณ์ สื่อในการสอนคณิตศาสตร์มีความทันสมัย	43.468	.000*	58.869	.000*	59.702	.000*	14.325	.001*	22.598	.000*	54.284	.000*
มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น ห้องพักระหว่าง รอเรียน ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเรียน เป็นต้น	29.591	.000*	51.562	.000*	41.628	.000*	4.575	.102	44.944	.000*	21.872	.001*

* นัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 400 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนรัฐบาล มีระดับเกรดเฉลี่ยอยู่ที่ 3.00 – 3.49 บิดาเป็นผู้ปกครองให้เงินสนับสนุนการศึกษา อาชีพของผู้ปกครองคือค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว

การศึกษาด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ในหลักสูตรทบทวนเนื้อหาบทเรียนและปูพื้นฐานให้แน่น มีวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชาเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าโรงเรียนรัฐบาลชั้นนำ โดยมีเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา ส่วนผู้ปกครองเป็นผู้ริเริ่มการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มากที่สุด และผู้ปกครองเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้าย มีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อครั้งประมาณ 2,001 – 4,000 บาท มีจำนวนชั่วโมงที่เรียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ชั่วโมง / สัปดาห์ ช่วงเวลาในการเรียนอยู่ในช่วงตอนเย็นวันจันทร์ - ศุกร์ และช่วงเช้าวันเสาร์ - วันอาทิตย์ สำหรับช่องทางในการสมัครเรียนคือ สมัครด้วยตนเองที่สถาบันกวดวิชา

การศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดคือ 1) ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี และ 2) ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่เข้าใจง่าย ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ มีผลในระดับมากที่สุด 2 รายการ คือ 1) สถิติของนักเรียนที่สอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงได้ของสถาบันกวดวิชา และ 2) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวดวิชาคณิตศาสตร์ ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมากที่สุดหนึ่งรายการ คือ หลักสูตรการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีความทันสมัย ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลในระดับมาก คือ 1) มีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน และ 2) มีการจัดทดสอบผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ ด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดยรายการที่มีผลระดับมาก 3 อันดับแรกคือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวก 2) มีความปลอดภัยของอาคารและบริเวณโดยรอบ และ 3) บรรยากาศภายในห้องเรียนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ เช่น มีสูตรคณิตศาสตร์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับมากทุกรายการ คือ 1) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ 2) การได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน 3) ส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม และ 4) มีสิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ สำหรับด้านราคา มีผลในระดับมาก 2 รายการคือ 1) ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการเรียนการสอน และ 2) มีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของสถาบันกวดวิชาอื่น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ สรุปได้ดังนี้ อายุ ระดับชั้นการศึกษา และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนเพศ ประเภทโรงเรียน ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านราคา ส่วนเพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา ระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลทุกรายการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการทุกรายการ ส่วนระดับคะแนนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ทั้งนี้เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา และระดับคะแนนเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสามารถนำข้อมูลมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับเด็กนักเรียนที่ต้องการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ รวมทั้งเป็นแนวทางให้สถาบันกวดวิชาได้นำไปปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนให้ตรงกับความต้องการของนักเรียนให้มากที่สุด

1. จากผลการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านวัตถุประสงค์ที่เลือกเรียนกวดวิชาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเรียนกวดวิชาเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าโรงเรียนรัฐบาลชั้นนำ ดังนั้นสถาบันกวดวิชาควรที่จะปรับปรุง และพัฒนาหลักสูตรการกวดวิชาให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง โดยการจัดหลักสูตรการกวดวิชาเป็นคอร์สที่มีการปูพื้นฐานความรู้ให้แน่น แนะนำเทคนิคการทำโจทย์ และการเฉลยโจทย์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการสอบแข่งขันในระดับชั้นต่อไป

2. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากกับผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี ดังนั้นสถาบันกวดวิชาควรสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน ควรพัฒนาและปรับปรุงการเรียนการสอนอยู่ตลอดเวลา โดยการสร้างความโดดเด่นในเรื่องของผู้สอน เนื่องจากการเรียนการสอนเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้สอนกับผู้เรียน ผลที่ได้จากการเรียนกวดวิชาจึงขึ้นอยู่กับเทคนิคการสอนของผู้สอน โดยควรมีความแตกต่างจากการสอนประจำในห้องเรียน ควรให้ความสำคัญกับผู้เรียนแต่ละบุคคล รวมทั้งความเอาใจใส่ ความรัก และความห่วงใย ในการสอน การสังเกตว่าผู้เรียนยังขาดทักษะทางด้านใด ผู้สอนควรชี้แนะในทักษะนั้น ๆ เพื่อพัฒนาและแก้ไขให้ตรงจุดมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมให้ผู้สอนได้เข้าอบรมการเรียนรู้เทคนิคการสอนสมัยใหม่

3. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากกับสถาบันกวดวิชาคณิตศาสตร์จะต้องมีจุดเด่นและแตกต่างจากสถาบันกวดวิชาแห่งอื่น ๆ เพื่อเป็นการสร้างจุดขายให้แตกต่างจากปัจจุบัน โดยสถาบันกวดวิชาจะต้องมีหลักสูตรการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ที่ทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในการสอนได้ง่าย มีการรับประกันผลการสอน อาทิ ถ้าผู้เรียนไม่สามารถสอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงได้ยินดีคืนเงิน มีหนังสือแบบเรียนที่น่ารักสวยงามเห็นแล้วสะดุดตาจนอยากหยิบมาอ่าน หรือแจกทุนการศึกษาให้กับผู้เรียนที่สอบได้คะแนนสูง เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง

4. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับอาคารสถานที่ เพราะการเดินทางที่ไปเรียนสะดวกจะช่วยทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสะดวกในการไปเรียนมากขึ้น และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองที่นำรถมารับบุตรหลาน และอาคารสถานที่ที่อำนวยความสะดวกและมีความปลอดภัย เพื่อสร้างบรรยากาศและความสุขในการเรียนมากขึ้น เพื่อผลสัมฤทธิ์ที่ดี

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเท่านั้น ซึ่งยังไม่ครอบคลุมประชากรที่เลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ทั้งหมด ในปัจจุบันการกวดวิชาคณิตศาสตร์มีหลายระดับ ได้แก่ ระดับอนุบาล ระดับประถมศึกษา ระดับมหาวิทยาลัย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายผลไปครอบคลุมกลุ่มประชากรดังกล่าวด้วย

2. การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในบริเวณกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงควรมีการขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดหัวเมืองใหญ่เพิ่มเติม ได้แก่ นครราชสีมา ขอนแก่น เชียงใหม่ สงขลา เป็นต้น ซึ่งแต่ละพื้นที่อาจให้ผลทางการศึกษาทั้งทางด้านพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีความแตกต่างกันออกไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. 2544. ระเบียบว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานโรงเรียนเอกชน ประเภทกวดวิชา. พ.ศ. 2545. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.cnt.obec.go.th/ach/file/LL.doc>
- จิตติมา อัจฉริยกุล. 2544. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร.
- ณัฐวุฒิ ศุภพรหม. 2552. การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกเข้าเรียนโรงเรียนกวดวิชาตามสถาบันต่าง ๆ ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี.
- นิคม ตั้งกะพิภพ , ภาวิณี ศรีสุขวัฒน์นันท์ และแม่นี่มาศ ทิลลัตยกุล. 2532. ผลของการกวดวิชาที่มีต่อความตรงเชิงพยากรณ์ของแบบวัดความรู้พื้นฐานวิชาการในการคัดเลือกนักศึกษาเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. [ออนไลน์]
แหล่งที่มา: <http://dc.oas.psu.ac.th/dcms/files/00329/Chapter2.pdf>
- ปรีชญา ปิยะรังสี. 2554. การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคสุราโรงงานกับสุรากลั่นชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พอดู สุวรรณทัต. 2530. โรงเรียนเอกชนประเภทกวดวิชา. การศึกษาแห่งชาติ. 21(2) : 52-57.
- รุจิรา จันทร์แดง. 2556. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนราธิวาส. มหาวิทยาลัยรามคำแหงจังหวัดสงขลา. [ออนไลน์]
แหล่งที่มา: <http://www.eco.ru.ac.th/PDF/รุจิรา%20จันทร์แดง.pdf>
- วนิดา ธนากรกุล. 2553. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ไคมอน บิสซิเนสดีเวลอป.
- ศักดิ์ดา วรชีนา. 2557. ความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่มีต่อสถาบันกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารและจัดการ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
แหล่งที่มา: <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>
- ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. 2558. ตลาดกวดวิชายังคงเติบโต. [ออนไลน์]
แหล่งที่มา:
<https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/Search.aspx?cid=7>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สิทธิโชค ตรงจิต. 2557. การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารและจัดการ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2555. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- สุพัฒน์ สุขมลสันต์. 2544. ผลของการกวดวิชาที่มีต่อความตรงเชิงพยากรณ์ของแบบวัดความรู้พื้นฐานวิชาการในการคัดเลือกนักศึกษาเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://dc.oas.psu.ac.th/dcms/files/00329/Chapter2.pdf>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อภิชัย พันธเสน. 2530. ผลของการกวดวิชาที่มีต่อความตรงเชิงพยากรณ์ของแบบวัดความรู้พื้นฐานวิชาการในการคัดเลือกนักศึกษาเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://dc.oas.psu.ac.th/dcms/files/00329/Chapter2.pdf>
- Engel และผู้ร่วมงาน. 1968. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>
- Engel Kollat and Blackwell. 1968. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>
- Philip Kotler. 1984. ส่วนประสมทางการตลาด. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02maketingMix.pdf>
- Schiffman and Kanuk. 1994. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อให้การค้นคว้าอิสระนี้บรรลุสัมฤทธิ์ผล ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกตอน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่ามา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ท่านพิจารณาเลือกหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุปี

3. ระดับชั้นการศึกษา

1) มัธยมศึกษาปีที่ 1

2) มัธยมศึกษาปีที่ 2

3) มัธยมศึกษาปีที่ 3

4. ประเภทโรงเรียนที่ศึกษา

1) โรงเรียนรัฐบาล

2) โรงเรียนเอกชน

3) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. 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

6. ใครเป็นผู้ปกครองให้เงินสนับสนุนการศึกษาเล่าเรียน

- 1) บิดา 2) มารดา
- 3) ญาติผู้ใหญ่ 4) พี่ชาย / พี่สาว
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. อาชีพของผู้ปกครองซึ่งเป็นผู้ให้เงินสนับสนุนการศึกษาเล่าเรียน

- 1) เกษตรกร 2) รับราชการ
- 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4) พนักงานบริษัทเอกชน
- 5) ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว 6) แม่บ้าน
- 7) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

1. วิชาที่กำลังเรียนกวดวิชาในปัจจุบัน (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1) คณิตศาสตร์
- 2) ฟิสิกส์
- 3) เคมี
- 4) ภาษาไทย - สังคม
- 5) ภาษาอังกฤษ
- 6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ปัจจุบันท่านเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ในหลักสูตรแบบใด

- 1) ทบทวนเนื้อหาบทเรียนและปูพื้นฐานให้แน่น
- 2) เรียนเนื้อหาล่วงหน้า
- 3) เลือกเรียนหลักสูตรเฉพาะรายวิชา
- 4) เน้นเนื้อหา และแนวข้อสอบเข้าโรงเรียนรัฐบาลชั้นนำ เช่น โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ เป็นต้น
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดที่เลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ (ตอบเพียงข้อเดียว)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ไม่เข้าใจบทเรียนในห้องเรียน | <input type="checkbox"/> 2) มีความสนใจในรายวิชา |
| <input type="checkbox"/> 3) เพิ่มโอกาสในการเข้าโรงเรียนรัฐบาลชั้นนำ | <input type="checkbox"/> 4) เพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น |
| <input type="checkbox"/> 5) เรียนตามเพื่อน | <input type="checkbox"/> 6) ผู้ปกครองต้องการให้เรียน |
| <input type="checkbox"/> 7) อยากได้เทคนิคการทำข้อสอบ | <input type="checkbox"/> 8) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

4. ในการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ในสถาบันกวดวิชา ท่านได้มีการหาข้อมูลจากสื่อแหล่งใด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) เพื่อนแนะนำ | <input type="checkbox"/> 2) ผู้ปกครอง |
| <input type="checkbox"/> 3) เว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชา | <input type="checkbox"/> 4) ญาติ |
| <input type="checkbox"/> 5) แผ่นพับ / โฆษณาตามแผ่นป้าย | <input type="checkbox"/> 6) หนังสือพิมพ์ |
| <input type="checkbox"/> 7) จاکรีวิวหรือ Blog ในสื่อสังคมออนไลน์ | <input type="checkbox"/> 8) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

5. ส่วนใหญ่ท่านสมัครเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ด้วยวิธีใด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) สมัครด้วยตนเองที่สถาบันกวดวิชา | <input type="checkbox"/> 2) สมัครทางเว็บไซต์ |
| <input type="checkbox"/> 3) ฝากเพื่อนสมัครให้ | <input type="checkbox"/> 4) ผู้ปกครองเป็นผู้สมัครให้ |
| <input type="checkbox"/> 5) อื่น ๆ โปรดระบุ | |

6. บุคคลใดเป็นคนแรกที่ริเริ่มให้ท่านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ (เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ตนเอง | <input type="checkbox"/> 2) ผู้ปกครอง |
| <input type="checkbox"/> 3) ครู / อาจารย์ | <input type="checkbox"/> 4) ญาติ / คนในครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 5) เพื่อน | <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

7. บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มากที่สุด

(เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ผู้สอนในสถาบันกวดวิชา | <input type="checkbox"/> 2) ผู้ปกครอง |
| <input type="checkbox"/> 3) ครู / อาจารย์ | <input type="checkbox"/> 4) ญาติ / คนในครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 5) เพื่อน | <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

8. บุคคลใดเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

(เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ตนเอง | <input type="checkbox"/> 2) ผู้ปกครอง |
| <input type="checkbox"/> 3) ครู / อาจารย์ | <input type="checkbox"/> 4) ญาติ / คนในครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 5) เพื่อน | <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์/เทอม โดยประมาณ

- 1) เท่ากับหรือต่ำกว่า 2,000 บาท 2) 2,001 - 4,000 บาท
 3) 4,001 - 6,000 บาท 4) 6,001 - 8,000 บาท
 5) มากกว่า 8,000 บาท

10. จำนวนชั่วโมงที่เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์/สัปดาห์

- 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ 2) 3 - 5 ครั้ง/สัปดาห์
 3) มากกว่า 5 ชั่วโมง/สัปดาห์ 4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ในปัจจุบัน

- 1) ช่วงตอนเย็นวันจันทร์-ศุกร์ 2) ช่วงตอนเช้าวันเสาร์-อาทิตย์
 3) ช่วงตอนบ่ายวันเสาร์-อาทิตย์ 4) วันเสาร์และวันอาทิตย์ (ทั้งวัน)
 5) วันเสาร์หรือวันอาทิตย์ 6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับ
 มัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. หลักสูตรการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มีมาตรฐานและตรงความต้องการของผู้เรียน เช่น มีแนวข้อสอบ					
2. หลักสูตรกวดวิชาคณิตศาสตร์มีความทันสมัย เช่น สอนเทคนิคการแก้โจทย์					
3. มีเอกสารประกอบการเรียนอย่างเพียงพอ					
4. อุปกรณ์การเรียนของสถาบันกวดวิชามีความเหมาะสม เช่น จอภาพขนาดใหญ่ ลำโพงขยายเสียงมีความคมชัด เก้าอี้นั่งเรียนมีขนาดพอเหมาะ					
5. ความเหมาะสมของจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์					
6. ความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรกวดวิชาคณิตศาสตร์					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านราคา					
1. ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการเรียนการสอน					
2. สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้					
3. มีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกรเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของสถาบันกวดวิชาอื่น					
ด้านสถานที่ตั้ง / ช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวก					
2. มีที่จอดรถสำหรับผู้รับส่งอย่างเพียงพอ					
3. ตั้งอยู่ใกล้ระบบขนส่งมวลชน เช่น รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT					
4. ความปลอดภัยของอาคารและบริเวณโดยรอบ					
5. บรรยากาศภายในห้องเรียนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ เช่น มีสูตรคณิตศาสตร์					
6. มีช่องทางในการสมัครเรียนหลายช่องทาง					
7. มีความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ					
2. ได้รับส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน					
3. มีส่วนลดเมื่อสมัครเรียนเป็นกลุ่ม					
4. มีสิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ เช่น ลดราคาในครั้งต่อไป					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. มีขั้นตอนในการสมัครเรียนง่ายไม่ซับซ้อน					
2. มีการจัดทดสอบพื้นฐานก่อนเรียน					
3. มีการจัดทดสอบผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ					
1. ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี					
2. ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่เข้าใจง่าย					
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการมีอัธยาศัยดี					
4. เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาถูกต้องตรงประเด็น					
ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ					
1. สถิติของนักเรียนที่สอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงได้ ของสถาบันกวศวิชา					
2. ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของสถาบันกวศวิชา คณิตศาสตร์					
3. อุปกรณ์ สื่อในการสอนคณิตศาสตร์มีความทันสมัย					
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น ห้องพักระหว่างรอเรียน ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเรียน เป็นต้น					

ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามค่ะ

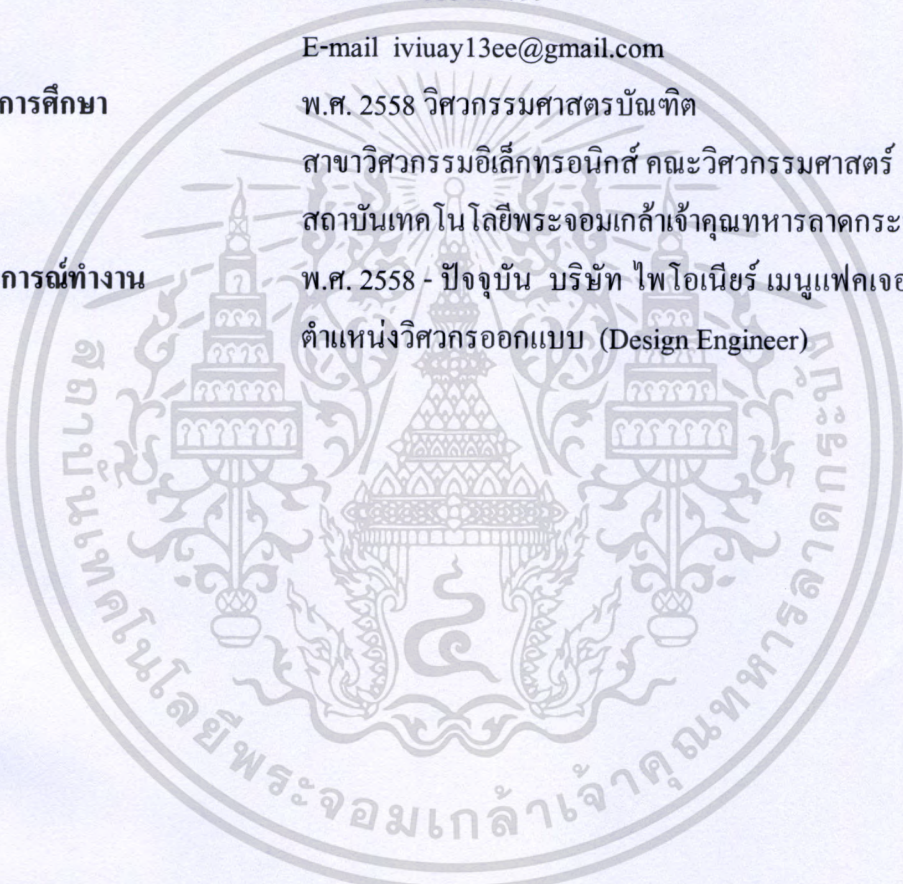
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวจิตสุดา กฤदानรากรณ์
วันเดือนปีเกิด 23 เมษายน พ.ศ. 2536
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 102/76 หมู่บ้านโฮมเพลสร์ตนาธิเบศร์ ถนนบางกรวย-ไทรน้อย
ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ นนทบุรี 11140
โทรศัพท์ 0851217994
E-mail iviuy13ee@gmail.com

ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2558 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประสบการณ์ทำงาน พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน บริษัท ไฟโอเนียร์ เมนูแฟคเจอร์รี่ จำกัด
ตำแหน่งวิศวกรออกแบบ (Design Engineer)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้