



การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่
เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

THE OPINIONS OF PARENTS AND STUDENTS ON CHOOSING
TUTORIAL SECONDARY SCHOOL IN BANGKOK AREA

สุภาวดี สิงห์มัจฉา

Suphawadee Singmutcha

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ



การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่
เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สุภาวดี สิงห์มัจฉา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ



**THE OPINIONS OF PARENTS AND STUDENTS ON CHOOSING
TUTORIAL SECONDARY SCHOOL IN BANGKOK AREA**

Suphawadee Singmutcha

**A THESIS SUMMITTED IN PARTIAL FULFILMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM
FACULTY OF BUSINESS
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY KRUNGTHEP
Academic Year 2016**

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ ไสภณธรรมภาณ)

Thesis Title The opinions of parents and students on choosing tutorial
Secondary school in Bangkok area.
By Suphawadee Singmutcha
Academic Year 2016

Accepted by Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology
Krungthep in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business
Administration.

..... Dean of Faculty of Business Administration
(Dr.Hathaikorn Panngum)

THESIS COMMITTEE

..... Examination Committee Chairperson
(Assistant Professor Dr. Montri Songthong)

.....Committee
(Dr.Paramin Khositkulporn)

.....Committee and Advisor
(Assistant Professor Dr. Kittipong Sophonthummapharn)

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียน กวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้สามารถประสบความสำเร็จได้มาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยแนะนำ ช่วยเหลือ และสละเวลาอันมีค่าของท่านมาช่วยตรวจสอบและแก้ไขงานของผู้วิจัยจนมีความถูกต้องและเรียบร้อย ผู้วิจัยต้องกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนตรี สังข์ทอง ดร.ปรมินทร์ โนมิตรกุลพร และ ดร.ปาริชาติ เนินทอง ที่ได้สละเวลาในการมาช่วยตรวจสอบเครื่องมือวิจัยและคำแนะนำตลอดจนการช่วยเหลือในด้านต่างที่ทำให้เกิดประโยชน์แก่ตัวผู้วิจัยจนสามารถทำวิทยานิพนธ์ในรูปแบบที่สมบูรณ์แบบและมีคุณภาพ

ขอขอบคุณ พ่อ แม่ พี่น้อง เพื่อน ๆ นายดิกร วงษ์รุ่ง นายดำรงค์ วงษ์รุ่ง และ นางสาวปภาวดี สิทธิกุล ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจในยามที่ท้อแท้จนสามารถก้าวข้ามผ่านในเวลาอันยากลำบาก มาได้จนมาประสบความสำเร็จในครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณวิชาญ สัจจเสนีย์ และ คุณเขาวมาศ ชุมพล หัวหน้าในที่ทำงานและ คุณชาคริต ลิ้มไทย ที่คอยให้กำลังใจ คอยช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ คอยเป็นที่ปรึกษาในทุก ๆ ด้าน จนนำมา เพื่อความสำเร็จ

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ในการวิจัยในครั้งนี้สามารถทำให้ผู้วิจัยท่านอื่นสามารถนำไป ต่อยอดเพื่อนำเอาไปพัฒนาการเรียนการสอนภายในประเทศและโรงเรียนกวดวิชาสามารถนำเอาสิ่งที่ ผู้วิจัยขึ้นเอาไปต่อยอดและพัฒนาโรงเรียนกวดวิชาให้ดีขึ้น

สุภาวดี สิงห์มัจฉา

ผู้วิจัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือก สถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	สุภาวดี สิงห์มัจฉา
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลในการเลือกเรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้ปกครองและนักเรียนที่เลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ T-Test และวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกเรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ผู้ปกครองให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทางกายภาพ และด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ ในขณะที่นักเรียนให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านทางกายภาพ ในส่วนของปัจจัยภายในและภายนอก ผู้ปกครองและนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทัศนคติเป็นลำดับแรก รองลงมาคือด้านเศรษฐกิจเหมือนกัน การทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ปกครองและนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน นอกจากนี้ การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมทางการตลาดมากที่สุด ในขณะที่นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้น้อยที่สุด ปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับนักเรียนคือ ด้านบุคลากร ส่วนผู้ปกครองให้ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการน้อยที่สุด

คำสำคัญ : การเรียนกวดวิชา, โรงเรียนมัธยมต้น, ปัจจัยการตลาด

THESIS TITLE **The opinions of parents and students on choosing tutorial secondary school in Bangkok area.**

STUDENT **Suphawadee Singmutcha**

ADVISOR **Assistant Professor Dr. Kittipong Sophonthummapharn**

ACADEMIC YEAR **2016**

ABSTRACT

This research aimed to study the opinion level of students and their parents towards factors affecting choosing tutorial secondary school in Bangkok. The research samples were 400 people including students and parents. Questionnaire was used to collect data. The statistics applied for analyzing data were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and factor analysis.

The research findings indicated that the most three factors that parents gave priority were product, physical evidence, and personal and process. While, the students thought the most important factors were personal, product, and physical evidence respectively. For internal and external factors, attitude came first and economy came the second for both parents and students. When testing the hypotheses, parents and students were having no different opinions on all aspects. In addition, further analysis from factor analysis found that marketing promotion was the most important factor for parents while it was least important for students. The most important factor for student was personal. The least important factor for parents was process.

KEYWORDS : Tutorial learning, secondary school, marketing factors

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามหรือโจทย์วิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
1.4 สมมุติฐานของการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	14
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	16
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการของผู้บริโภค	19
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
2.7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	35
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	36
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	40
บทที่ 4 ผลการวิจัย	41
4.1 ผลการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์	41
4.2 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียน	48
4.3 ระดับความสำคัญปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของการศึกษา ความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน	58
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน และผลการวิเคราะห์ข้อมูล	62
4.5 การวิเคราะห์ Factor Analysis	88
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	104
5.1 สรุปผลการวิจัย	104
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	112
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	118
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	118
บรรณานุกรม	119
ภาคผนวก	124
ภาคผนวก ก. แบบรับรองการมีจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาการในการ ทำวิทยานิพนธ์	125
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	128
ภาคผนวก ค. ค่าดัชนีความสอดคล้อง	142
ภาคผนวก ง. หนังสือเชิญ	152
ประวัติย่อของผู้วิจัย	156

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	30
ตารางที่ 3.1 แสดงผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา	39
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ปกครอง)	41
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ปกครอง)	42
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ปกครอง)	42
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ปกครอง)	43
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ปกครอง)	43
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลความสัมพันธ์กับนักเรียน ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ปกครอง)	44
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลจำนวนเด็กที่ท่านดูแลที่เรียน โรงเรียนกวดวิชา ของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ปกครอง)	44
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ปกครอง)	45
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม(นักเรียน)	45
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (นักเรียน)	46
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม(นักเรียน)	46
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลจำนวนพี่น้อง (รวมตัวท่านเอง)ของผู้ตอบ แบบสอบถาม(นักเรียน)	47
ตารางที่ 4.13 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลผลการเรียนเฉลี่ยสะสมของ ผู้ตอบแบบสอบถาม(นักเรียน)	48
ตารางที่ 4.14 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านผลิตภัณฑ์	47
ตารางที่ 4.15 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านราคา	49
ตารางที่ 4.16 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านสถานที่	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านการส่งเสริมทางการตลาด	52
ตารางที่ 4.18 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านบุคลากร	53
ตารางที่ 4.19 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านกายภาพ	55
ตารางที่ 4.20 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านกระบวนการให้บริการ	56
ตารางที่ 4.21 ระดับความสำคัญปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านเศรษฐกิจ	58
ตารางที่ 4.22 ระดับความสำคัญปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านสังคม	59
ตารางที่ 4.23 ระดับความสำคัญปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านทัศนคติ	60
ตารางที่ 4.24 ระดับความสำคัญปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของการศึกษาความคิดเห็น ของผู้ปกครองและนักเรียนในด้านแรงจูงใจ	61
ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของผลิตภัณฑ์	63
ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของราคา	64
ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของสถานที่	65
ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของการด้านส่งเสริมการตลาด	66
ตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของด้านบุคลากร	67
ตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของด้านกายภาพ	69
ตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของด้านกระบวนการให้บริการ	70
ตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของด้านเศรษฐกิจ	71
ตารางที่ 4.33 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของด้านสังคม	72
ตารางที่ 4.34 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของด้านทัศนคติ	73
ตารางที่ 4.35 การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแตกต่างของด้านแรงจูงใจ	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.36 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ปกครอง และนักเรียน	75
ตารางที่ 4.37 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านราคาของผู้ปกครอง และนักเรียน	76
ตารางที่ 4.38 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านสถานที่ของผู้ปกครอง และนักเรียน	77
ตารางที่ 4.39 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ปกครอง และนักเรียน	78
ตารางที่ 4.40 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านบุคลากรของผู้ปกครอง และนักเรียน	80
ตารางที่ 4.41 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านทางกายภาพของผู้ปกครอง และ นักเรียน	81
ตารางที่ 4.42 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของ ผู้ปกครอง และนักเรียน	82
ตารางที่ 4.43 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจของผู้ปกครอง และนักเรียน	84
ตารางที่ 4.44 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านสังคมของผู้ปกครอง และนักเรียน	85
ตารางที่ 4.45 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ปกครอง และนักเรียน	86
ตารางที่ 4.46 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้ปกครอง และนักเรียน	87
ตารางที่ 4.47 ตารางการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดของกลุ่มผู้ปกครองและกลุ่ม นักเรียน	93
ตารางที่ 4.48 ตารางการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของกลุ่มผู้ปกครองและกลุ่ม นักเรียน	96
ตารางที่ 4.49 ตารางการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของกลุ่ม ผู้ปกครองและกลุ่มนักเรียน	103

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคร	18
ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิด	34
ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ปกครองในระดับความสำคัญของปัจจัย ที่มีส่วนประสมทางการตลาด	89
ภาพที่ 4.2 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มผู้ปกครอง	90
ภาพที่ 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลของนักเรียนในระดับความสำคัญของปัจจัย ที่มีส่วนประสมทางการตลาด	91
ภาพที่ 4.4 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มนักเรียน	92
ภาพที่ 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ปกครองในระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน	94
ภาพที่ 4.6 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มผู้ปกครอง	94
ภาพที่ 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลของนักเรียนในระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน	95
ภาพที่ 4.8 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มนักเรียน	96
ภาพที่ 4.9 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ปกครองในระดับความสำคัญของปัจจัย ที่มีส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน	98
ภาพที่ 4.10 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในจากกลุ่มผู้ปกครอง	99
ภาพที่ 4.11 การวิเคราะห์ข้อมูลของนักเรียนในระดับความสำคัญของปัจจัย ที่มีส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน	101
ภาพที่ 4.12 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในจากกลุ่มนักเรียน	102

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคสังคมปัจจุบันนี้ ผู้ปกครองส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับลูกหรือบุตรหลานในเรื่องของการศึกษาของลูกหรือบุตรหลาน เนื่องจากในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้นทั้งในเรื่องการศึกษา สังคม เศรษฐกิจ การเมือง เพื่อที่จะนำความรู้ความสามารถมาพัฒนาประเทศหรือวัฒนธรรม จึงทำให้ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีการเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษามากขึ้น และมีการกดดันลูกและบุตรหลานมากขึ้นในเรื่องของการศึกษา เพื่อที่จะให้ลูกและบุตรหลานได้เรียนต่อในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงที่ดี รวมทั้งลูกและบุตรหลานจะต้องมีผลการเรียนที่ดีตลอดทั้งปี และได้เข้าเรียนในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงนั้น

โรงเรียนที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่จะมีการรับนักเรียนที่จำกัดจำนวนเมื่อเปรียบเทียบกับความต้องการของเด็ก ๆ ในสังคมปัจจุบัน ซึ่งส่วนใหญ่การเรียนการสอนในยุคปัจจุบันมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนของภาครัฐหรือภาคเอกชน จึงทำให้นักเรียนส่วนใหญ่จะต้องมีความกระตือรือร้น และการใฝ่หาความรู้ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาตนเองและพัฒนาประเทศ อีกทั้งยังนำความรู้ที่ได้มาปรับตัวให้เข้ากับสังคมและการดำเนินชีวิต เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

ในยุคปัจจุบันโรงเรียนกวดวิชานับวันจะเข้ามามีความสำคัญมากต่อการศึกษาของเด็กไทยมากขึ้น โดยเฉพาะการเรียนกวดวิชาเพื่อเรียนต่อในระดับมัธยมปลาย นับวันยังมีการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงทำให้นักเรียนส่วนใหญ่ทุกคนจำเป็นต้องเรียนกวดวิชาและเชื่อว่านักเรียนแทบทุกคนที่ต้องเข้าไปเรียนกวดวิชาเพื่อเพิ่มเติมความรู้นอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียนเพื่อจะได้เข้าเรียนต่อในชั้นเรียนที่สูงขึ้นหรือสามารถสอบเข้าในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงหรือโรงเรียนที่นักเรียนอยากเข้าหรือสถานที่ที่ พ่อ แม่ และครอบครัวต้องการให้เข้าศึกษาต่อ จึงทำให้ทางพ่อ แม่และครอบครัวต้องดิ้นรนเพื่อหาโรงเรียนกวดวิชาที่ดีที่สุดเพื่อให้ลูกและบุตรหลานได้มีความรู้ที่เพิ่มขึ้นจากการศึกษาในห้องเรียน ถึงแม้ว่าการเรียนกวดวิชานั้นจะมีค่าใช้จ่ายที่แพงมาก เช่น ค่าเรียน ค่าอุปกรณ์ ค่าเดินทาง

แต่ผู้ปกครองส่วนใหญ่ก็นิยมที่จะสนับสนุนให้ลูกไปเรียน โดยที่ผู้ปกครองส่วนใหญ่จะมานั่งคิดเสมอว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปคุ้มค่ากับผลตอบแทนที่จะได้มาจากโรงเรียนกวดวิชาหรือไม่ โดยส่วนใหญ่ในยุคสมัยนี้เด็กส่วนใหญ่ที่เรียนกวดวิชาจะสามารถสอบเข้าโรงเรียนที่ดีๆ และมีชื่อเสียงได้ จึงส่งผลให้สถาบันกวดวิชาเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็วและขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด

การเรียนกวดวิชา มีบทบาทต่อการศึกษาไทยเป็นอย่างมากเนื่องจากการเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่มีการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การสอนแบบกลุ่ม การสอนแบบตัวต่อตัว การสอนแบบกลุ่มเล็ก ๆ โดยที่กลุ่มละ 3-4 คน การสอนผ่านทางอินเทอร์เน็ต สอนผ่านโทรทัศน์วงจรปิด ซึ่งแต่ก่อนย้อนไปซัก 20-30 ปีที่แล้ว การเรียนการสอนจะเป็นแบบสอนในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว มีส่วนน้อยมากที่จะเรียนได้เรียนกวดวิชาหรือการเรียนการสอนแบบนอกห้องเรียน เนื่องจากสมัยก่อนนั้นจะนิยมให้ลูกหลานได้เรียนกวดวิชาเฉพาะที่จะกำลังจะเตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัยเท่านั้น แต่ในปัจจุบันยุคสมัยได้เปลี่ยนไปความนิยมก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จึงทำให้เด็กสมัยนี้นิยมที่จะเรียนกวดวิชากันมากขึ้น อาจจะมาด้วยหลาย ๆ ปัจจัย เช่น การตามเพื่อน การอยากได้ความรู้ ตามใจผู้ปกครอง หรือการอยากเรียนเพื่อจะได้สอบเข้าในมหาวิทยาลัยที่ตนเองอยากเข้า โดยสถิติอัตรานักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นเฉพาะในโรงเรียนกรุงเทพมหานคร ปีที่ 1 นักเรียนชาย 42,341 คน นักเรียน หญิง 41,495 คน รวม 83,836 คน มัธยมศึกษาปีที่ 2 นักเรียนชาย 41,087 คน นักเรียน หญิง 40,553 คน รวม 81,640 คน มัธยมศึกษาปีที่ 3 นักเรียนชาย 38,138 คน นักเรียน หญิง 38,474 คน รวม 76,612 คน (ที่มา : ข้อมูลสารสนเทศด้านการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ หรือ www.moe.go.th) และจากการศึกษาข้อมูลการเรียนกวดวิชาพบว่าประเทศในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก พบว่าฮ่องกง เด็กเกรด 9 หรือเทียบเท่าชั้น ม.3 กวดวิชาร้อยละ 53.8 และ ม.6 กวดวิชา ร้อยละ 71.8 อินเดีย เด็กอายุ 6-14 ปี กวดวิชาร้อยละ 73 คาซัคสถาน เด็ก ม.ปลาย กวดวิชาร้อยละ 59.9 เวียดนาม พบการกวดวิชาของเด็กประถมศึกษาร้อยละ 32 ม.ต้น ร้อยละ 46 และ ม.ปลาย ร้อยละ 63 เกาหลี พบเด็กประถมศึกษา กวดวิชา ร้อยละ 86.8 ม.ต้น ร้อยละ 72.2 และ ม.ปลาย ร้อยละ 52.8 เป็นต้น ซึ่งนักวิจัยชี้ว่าแต่ละประเทศกวดวิชา มากจนกลายเป็นการศึกษาคู่ขนานกับการศึกษาปกติ ทั้งยังมีสถิติการกวดวิชาสูงกว่าร้อยละ 50 ส่วนเด็กไทยแม้จะไม่มีตัวเลขเชิงสถิติว่ากวดวิชา มากแค่ไหน แต่ยอมรับว่าธุรกิจการกวดวิชาเพิ่มขึ้นมากทุกปี สังเกตได้จากเด็กเรียนในระบบมักจะไปกวดวิชาหลังเลิกเรียนหรือในวันเสาร์-อาทิตย์ (ที่มา : <http://www.thairath.co.th/content/421131> โดยทีมข่าวการศึกษา 7 พ.ค. 2557 05:15) จากสถิติที่ได้

กล่าวมาจึงทำให้เห็นว่าการเรียนกวดวิชามีความสำคัญมากต่อการเรียนและการศึกษาของเด็กไทยในยุคปัจจุบันมาก

ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่องนี้เพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการของนักเรียนส่วนใหญ่ว่าทำไมนักเรียนส่วนใหญ่จึงตัดสินใจเรียนกวดวิชาอะไรที่เป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคนักเรียนต้องการเรียนกวดวิชา เป็นไปตามกระแสความนิยมในการเรียนกวดวิชาหรือเรียนเพื่อต้องการปรับเกรดเฉลี่ยเพื่อต้องการสอบเข้าในโรงเรียนดี ๆ โรงเรียนที่ดัง ๆ เป็นเพราะกระแสตามเพื่อนหรือไม่ ที่เห็นเพื่อนเรียนเลยเรียนตามเพื่อน หรือเป็นเพราะต้องการหาความรู้เพิ่มเติมจากการเรียนในห้องเรียนเพราะว่าการเรียนในห้องเรียนนั้นส่วนใหญ่แล้วคุณครูจะไม่สอนเทคนิคในการคิดหรือแนวคิดต่าง ๆ ที่นักเรียนสามารถนำมาใช้ในการทำแบบฝึกหัดหรือการคิดโจทย์ต่าง ๆ ได้ ซึ่งการค้นคว้าวิจัยในเรื่องนี้น่าที่จะเป็นแนวความรู้เพื่อให้คุณครูที่ได้สอนในห้องเรียนได้ไปปรับใช้ในการสอนในห้องเรียนให้กับนักเรียนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลดการที่นักเรียนไปเรียนกวดวิชาให้น้อยลง เพื่อนักเรียนจะได้หันมาสนใจอาจารย์ที่สอนในห้องเรียนมากขึ้นและเพื่อนักเรียนจะได้มีส่วนร่วมในห้องเรียนมากขึ้น

1.2 คำถามหรือโจทย์วิจัย

1.2.1 ผู้ปกครองและนักเรียนมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนกวดวิชาต่างกันอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนระดับมัธยมต้นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา

1.3.2 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนที่มีต่อปัจจัยการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา

1.3.3 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

1.4.1 ผู้ปกครองและนักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาที่แตกต่าง

1.4.2 ผู้ปกครองและนักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกัน

1.4.3 ผู้ปกครองและนักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นจะประกอบไปด้วย 5 ด้านดังต่อไปนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านภูมิศาสตร์

โรงเรียนกวดวิชาที่จะเข้าทำการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่โรงเรียนกวดวิชาย่านสีลม สยามสแควร์ อนุสาวรีย์ เนื่องจากย่านเหล่านี้เป็นย่านที่มีโรงเรียนกวดวิชาที่หนาแน่นและเป็นแหล่งที่มีนักเรียนไปเรียนกวดวิชากันเยอะ

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ปกครองที่มีลูกตั้งแต่อายุ 13-15 ปีบริบูรณ์หรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปีที่ 1-3 จำนวน จำนวน 200 คน และนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมปีที่ 1-3 และได้เรียนโรงเรียนกวดวิชาในแถวย่านสีลม สยามสแควร์ อนุสาวรีย์ จำนวน 200 คน

1.5.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.5.3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ผู้ปกครองและนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3

1.5.3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาด, ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

1.5.4 ขอบเขตด้านประเด็นที่ศึกษา

ขอบเขตด้านประเด็นที่ศึกษา คือ ส่วนประสมด้านการตลาด(7Ps 7Cs) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ และทฤษฎีด้านประชากร

1.5.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2557 ถึง เดือน มีนาคม ปี 2558

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การเรียนรู้กวดวิชา หมายถึง การเรียนการศึกษาเพิ่มเติมจากการเรียนในห้องเรียน ซึ่งการเรียนกวดวิชานี้อาจจะมาจากการเรียน โดยครูพิเศษที่มาสอนนั้นจะเป็นครูในชั้นเรียนหรือนอกชั้นเรียนก็ได้ โดยการเรียนรู้ชนิดนี้จะเป็นการเรียนเพิ่มเติมเพื่อเป็นการติวข้อสอบเพื่อจะนำไปเตรียมสอบเข้าในโรงเรียนต่าง ๆ หรือเพิ่มเติมความรู้ล่วงหน้าในการเรียนในระดับชั้นที่สูงขึ้นไป

นักเรียนในระดับชั้นมัธยมต้น หมายถึง นักเรียนที่เรียนอยู่ในระดับชั้นหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3

สถานที่กวดวิชา หมายถึง สถานที่หรือสถาบันที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการสอนหรือกวดวิชา มีหนังสือ เอกสารและสถานที่ที่เป็นของสถานที่เรียนกวดวิชาเอง

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้และยังสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ด้านบุคคลากร ด้านทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยภายนอก หมายถึง สิ่งต่างๆที่บุคคลนั้นต้องการแต่อยู่ภายนอกของตัวบุคคลนั้น ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็นหรือมองไม่เห็นก็ตาม เช่น เศรษฐกิจ และสังคม

ปัจจัยภายใน หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ภายในตัวบุคคลนั้นไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็นหรือมองไม่เห็นก็ตาม เช่น ทักษะคติ และแรงจูงใจ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 และการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนกวดวิชาเพื่อนำไปปรับปรุงการเรียนการสอน ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้เรียน โรงเรียนและทางสถาบันกวดวิชา
2. เพื่อโรงเรียนกวดวิชาจะได้นำการวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอดหรือพัฒนาปรับปรุงแก้ไขทางธุรกิจเพื่อให้ตรงต่อความต้องการของตลาด
3. เพื่อโรงเรียนต่าง ๆ ทั้งโรงเรียนเอกชนและโรงเรียนรัฐบาลจะได้นำการวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนภายในโรงเรียนให้ดีขึ้น



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ส่วนประสมทางการตลาด อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ประชากรศาสตร์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

2.1.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์การหรือบริษัท มีการผลิตสินค้าและการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ โดยที่ผู้บริโภคยอมรับในราคาขายที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายกำหนดราคาและผู้บริโภคหรือผู้ซื้อยินดีที่จะจ่ายในราคานี้ โดยที่ผู้บริโภคมองว่าสินค้านั้นเหมาะสมกับราคาและสินค้าก็คุ้มค่าที่สมควรแก่ราคาขายหรือราคาที่ตั้งกำหนดมา

นิตยาพร เสมอใจและฐิตินันท์ วาริวนิช (2551 : 50) ส่วนประสมทางการตลาด นับว่าเป็นเครื่องมือ หรือปัจจัยต่าง ๆ ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตและนักการตลาดใช้ควบคุมในการจัดทำทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความต้องการหรือความอยากได้ในตัวของผลิตภัณฑ์ที่ทางผู้ผลิตผลิตขึ้นมา

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) หมายถึง การที่ผู้ผลิตสามารถสร้างข้อเสนอขายทางการตลาดบริการที่ผู้ประกอบการอย่าง โรงเรียนกวดวิชาสร้างขึ้นมานำสินค้าหรือการบริการเหล่านั้นมาถึงยังมือผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการจะคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นหลัก องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ การออกแบบและพัฒนารูปร่างของผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของทางตลาด ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะรูปร่างของผลิตภัณฑ์และการครอบคลุมถึงการบริการ ซึ่งจะสามารถครอบคลุมทุกอย่างของตัวผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นลักษณะรูปร่างของตัวผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งรูปธรรมและนามธรรม

รูปธรรม หมายถึง สิ่งที่สามารถจับต้องได้เช่น รถยนต์ โทรศัพท์ ตู้เย็น

นามธรรม หมายถึง สิ่งที่ไม่มีตัวตนไม่สามารถจับต้องได้ เช่น การบริการ

2. ราคา (Price) คือ การกำหนดราคานั้นจะต้องคำนึงถึง ราคาต้นทุนโดยลูกค้าและ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าและราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ดังนั้น ในมุมมองด้านราคาของลูกค้า ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อะไรก็ตามส่วนใหญ่ลูกค้าจะมองในเรื่องของราคาเป็นหลัก ถ้าราคาของผลิตภัณฑ์นั้นสูงลูกค้าจะต้องได้รับการบริการและคุณภาพที่สูงตามมาด้วย แต่ผู้ผลิตหรือองค์กรที่จะทำหน้าที่กำหนดผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องคิดถึงและคำนึงถึงสภาวะหรือสถานการณ์การแข่งขันหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาวะทางเศรษฐกิจและการเมืองตามมาด้วย

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การเลือกทำเล ที่ตั้งของธุรกิจนั้นมีบทบาทและความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจทางด้านการบริการที่ผู้บริโภคจะต้องได้รับการบริการดังนั้นในการให้บริการนั้นสามารถให้บริการผ่าน 4 ช่องทางได้ดังนี้

- การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) คือ ร้านค้าที่เปิดขึ้นมาเพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ

- การให้บริการลูกค้าถึงบ้านหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ คือ การส่งพนักงานเข้าไปให้การบริการแก่ลูกค้าถึงที่บ้านหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการหรือสะดวกที่จะรับบริการ

- การให้บริการผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย คือ การให้บริการแบบธุรกิจแฟรนไชส์หรือการจัดตั้งตัวแทนจำหน่ายในการให้บริการแก่ลูกค้า

- การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ การบริการชนิดนี้เป็นการบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตโดยการให้บริการชนิดนี้จะช่วยลดในเรื่องของการจัดจ้างพนักงานขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการตลอด 24 ชั่วโมง

4. การส่งเสริมทางการตลาด คือ การส่งเสริมทางการตลาดของธุรกิจหรือการบริการทำได้ในหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวสารและการโปรโมชัน เป็นต้น

การส่งเสริมทางการตลาดเป็นกิจกรรมที่ใช้ในการสื่อสาร เพื่อกระตุ้นหรือจูงใจให้ผู้ซื้อ รู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ และทำให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งประกอบไปด้วยหลายกิจกรรมดังนี้

- การโฆษณา คือ การซื้อพื้นที่ของสื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว โฆษณารายการ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อเสนอแนวความคิดสินค้าและบริการของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

- การส่งเสริมการขาย คือ การทำกิจกรรมการเพื่อชักจูงลูกค้าให้ซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ เช่น การลดราคา การซื้อ 1 แถม 1 การมีส่วนลดหรือการเข้าพักโรงแรมมีบริการอาหารเช้า

- การประชาสัมพันธ์และการพิมพ์เผยแพร่ คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า กลุ่มเป้าหมายและสังคม เพื่อสร้าง ความน่าเชื่อถือ ความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อการจัดการที่ลูกค้าเข้าใจสิ่งที่ผิด ๆ

- การขายโดยมีพนักงานขาย คือ การขายโดยใช้พนักงานขายกับผู้ซื้อโดยตรง โดยที่พนักงานขายเป็นผู้ที่แจ้งรายละเอียดการขายเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยตรงให้แก่ลูกค้าโดยที่พนักงานขายมีการใช้กลยุทธ์ทางการขายที่ดีและมีการบริการทางการขายที่ดีให้แก่ลูกค้า

- การตลาดทางตรง คือ การส่งข่าวสารข้อมูลให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการโดยตรงให้แก่ผู้ซื้อ โดยผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ที่มีหลายรูปแบบ เช่น ทางโทรศัพท์ ทางจดหมาย อีเมล ซึ่งเป็นการสื่อสารโดยตรงแก่ลูกค้า

- การจัดแสดงสินค้า คือ การจัดแสดงสินค้าตัวอย่างให้แก่ผู้บริโภคที่ไปชมในงานการจัดแสดงสินค้า เพื่อประกอบในการตัดสินใจของลูกค้าในตัวเลือกรูปแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น เช่น การแสดงสินค้าต่าง ๆ การให้ลูกค้าชิมหรือชมสินค้าตัวอย่างได้

5. บุคคลหรือพนักงานในองค์กร คือ บุคคลหรือพนักงานภายในองค์กรจะประกอบไปด้วย พนักงาน หัวหน้า ผู้บริหาร ซึ่งบุคคลดังกล่าวมีผลต่อการคุณภาพของการให้บริการต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้ารวมถึงการแก้ไขปัญหาและการปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าด้วย

6. กระบวนการให้บริการ คือ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมาก ต้องอาศัยบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสิทธิภาพในการทำงานและเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้กระบวนการบริการและผลิตภัณฑ์ที่ดีที่มีคุณภาพเพื่อส่งไปถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้าได้อย่างดี กระบวนการให้บริการจะประกอบได้หลายขั้นตอน เช่น การสอบถามข้อมูล การต้อนรับ การให้บริการตามความต้องการของลูกค้า

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือ ภาพลักษณ์หรือสิ่งที่คุณสมบัติสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายทางกายภาพและเป็นสิ่งที่สามารถสื่อให้เห็นได้และรับรู้ถึงการบริการได้เป็นอย่างดีและชัดเจน เช่น

อาคารของธุรกิจบริการ สภาพแวดล้อมของสถานที่เช่นการออกแบบและการตกแต่งของพื้นที่ในอาคารให้เป็นสัดส่วน ความสะอาดของอาคาร ความน่าเชื่อถือของสถานที่จัดตั้งและ อุปกรณ์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย

2.1.2 มุมมองทางการตลาด

2.1.2.1 มุมมองของผู้ขาย ประกอบด้วยมุมมองในด้านต่าง ๆ 7 มุมมอง 7Ps ได้แก่

- 1) Product and Service (มุมมองด้านผลิตภัณฑ์ หรือบริการ)
- 2) Price (ด้านราคา)
- 3) Place (สถานที่จัดจำหน่าย)
- 4) Promotion (การส่งเสริมการขาย)
- 5) People (บุคคลหรือพนักงานในองค์กร)
- 6) Physical Environment (สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ)
- 7) Process (กระบวนการต่าง ๆ ในการจัดการด้านสินค้าและบริการ)

2.1.2.2 มุมมองของลูกค้า ประกอบด้วยมุมมองในด้านต่าง ๆ 7 มุมมอง 7Cs ได้แก่

- 1) Customer Solution/Customer Needs (มุมมองด้านผลิตภัณฑ์สามารถใช้แก้ไข
ปัญหาได้)
- 2) Customer Cost (มุมมองด้านราคา)
- 3) Convenience Choice (มุมมองด้านในการหาซื้อสินค้า)
- 4) Communication (การสื่อสารในด้านรายละเอียดของสินค้าที่ชัดเจน เช่น
คุณสมบัติที่ครบถ้วน ถูกต้องชัดเจน)
- 5) Caring/Competence (มุมมองด้านการดูแลลูกค้าเช่นกิริยามารยาทของพนักงาน)
- 6) Comfortable/comfort Cleanliness (มุมมองด้านการสะดวกสบาย)
- 7) Complete/Coordination (มุมมองด้านการสมบูรณ์ในการประสานงาน)

โดยมุมมองของ 7Ps และ 7Cs สามารถอธิบายให้เข้าใจได้ดังนี้

1. Product —→ Customer การสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือเพื่อตอบโจทย์ในด้านต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าได้ ดังนั้นในการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมา จึงต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

2. Price —→ Customer Cost Price การตั้งราคานั้นแม้ว่าผู้ผลิตจะเป็นคนกำหนดราคาขึ้น แต่ถ้าเราจะมองตามความเป็นจริงแล้วนั้นคนที่จะสามารถกำหนดราคาได้นั้นคือผู้บริโภค ว่าราคานั้นเหมาะสมกับตัวสินค้าหรือไม่ สินค้านั้นควรอยู่ที่ราคาเท่าไร แล้วจึงแสดงออกมาให้เห็นว่าราคานั้นเหมาะสมผลกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นแค่ไหน ซึ่งจะถูกหรือจะแพงนั้นก็แตกต่างกันตามข้อมูลทางลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นคนพิจารณา

3. Place —→ Convenience Choice สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นดีหรือไม่จะขึ้นอยู่กับความรู้สึกของลูกค้าว่าได้รับความสะดวกมากน้อยแค่ไหนและเหมาะสมกับการในชีวิตในยุคปัจจุบันนี้หรือไม่ โดยสถานที่และช่องทางการจำหน่ายจะสามารถตอบโจทย์ของกลุ่มลูกค้าเองได้เป็นอย่างดี

4. Promotion —→ Communication ในการจัดโปรโมชั่นของแต่ละครั้งนั้น การสื่อสารไปยังลูกค้าถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากหากไม่สามารถสื่อสารไปยังลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะถือว่าการจัดโปรโมชั่นไม่มีประสิทธิภาพ

5. People —→ Caring/Competence Courtesy พนักงานในองค์กรที่ให้บริการแก่ลูกค้าจำเป็นต้องเป็นคนที่มีความดี มีศักยภาพ ในการใส่ใจและดูแลลูกค้า รวมทั้งตระหนักถึงการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด

6. Physical Environment —→ Comfortable/ Comfort Cleanliness ผู้ขายควรมองถึงสิ่งแวดล้อมในการให้บริการลูกค้าที่สามารถจับต้องได้ที่สร้างความสะดวกสบาย หรือสร้างบรรยากาศที่ดีให้แก่ลูกค้า

7. Process —→ Complete/Coordination Continuity ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการจะต้องพิจารณาว่าจะมีกระบวนการใดที่สามารถจะให้บริการที่ดีให้แก่ลูกค้าได้มีประสิทธิภาพและกระบวนการที่ถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุด

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

2.2.1 ความหมายอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

Kotler (2004 : 105) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ได้จำแนกถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคออกเป็นปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้บริโภคและพฤติกรรมของตัวผู้บริโภคนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็นดังนี้

1. อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวเราโดยผ่านมาจากสมาชิกในครอบครัวและบุคคลรอบข้างภายในครัวเรือน
2. อิทธิพลของสังคม เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวเราโดยนอกเหนือจากครอบครัวและธุรกิจ โดยอิทธิพลเหล่านี้เกิดขึ้นได้จากสถาบันการศึกษา ที่ทำงาน ผู้ร่วมงาน เป็นต้น
3. อิทธิพลของธุรกิจ เป็นสิ่งที่ติดต่อโดยตรงของผู้ที่มีธุรกิจไม่ว่าจะเป็นโฆษณา ร้านค้า หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต
4. อิทธิพลของวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความเชื่อส่วนบุคคลนั้นที่มีอยู่ในตัวเองและการลงโทษได้พัฒนาอยู่ตลอดเวลาด้วยระบบของสังคม
5. อิทธิพลทางเศรษฐกิจหรืออิทธิพลของรายได้ เป็นข้อจำกัดหรือตัวกำหนดที่มีต่ออิทธิพลไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของตัวเงินหรือปัจจัยอื่น ๆ

2.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.2.2.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ถือว่าเป็นสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นจากรุ่นสู่รุ่นโดยที่มนุษย์เป็นคนกำหนดค่านิยมและกำหนดลักษณะของสังคมนั้น ๆ วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 3 วัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมย่อย วัฒนธรรมพื้นฐาน และชนชั้นสังคม

2.2.2.2 ปัจจัยด้านสังคม เป็นลักษณะทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ เช่น บทบาททางครอบครัว กลุ่มของครอบครัวและสถานะของผู้ซื้อ

2.2.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลมาจากส่วนบุคคลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้าน ครอบครัว อายุ รายได้

2.2.2.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยในตัวของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลของการซื้อและใช้ในตัวสินค้า

2.2.2.5 ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ซื้อ มีกระบวนการ 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

- การค้นหาข้อมูล
- การประเมินผลของการเลือกสินค้า
- การตัดสินใจซื้อสินค้า
- การรับรู้ปัญหา
- พฤติกรรมหลังการซื้อสินค้า

2.2.3 ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นจากภายในตัวบุคคล ทั้งในด้านความคิด การแสดงออกที่มีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ สามารถแบ่งออกได้เป็นดังนี้

2.2.3.1 ความต้องการ หมายถึง เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกายหรือสิ่งที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันหรือถ้าสิ่งนี้ขาดหายไปก็จะทำอะไรไม่ได้หรือทำประโยชน์ไม่ได้

2.2.3.2 แรงจูงใจ หมายถึง สาเหตุหรือสิ่งที่มากระตุ้นความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความอยากได้หรือต้องการในสิ่งของนั้น ๆ

2.2.3.3 บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะพิเศษในตัวของคน ๆ นั้นหรือลักษณะนิสัยที่เกิดขึ้นในตัวของคนนั้น ๆ จึงทำให้เกิดแรงจูงใจทำให้บุคคลนั้นมีการกระทำตามที่เขาเกิดขึ้นตามความต้องการ

2.2.3.4 การรู้ หมายถึง การมีความรับรู้ในบางสิ่งบางอย่างโดยที่ผ่านสัมผัสทั้ง 5 ของคน ๆ นั้น การรับรู้ผู้บริโภคสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประการคือ การรับรู้ ทักษะคิด และการเรียนรู้ ซึ่ง 3 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในของบุคคลนั้น

2.2.3.5 การรับรู้ หมายถึง การตีความของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นและสามารถสัมผัสได้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้ยิน การมองเห็น การลิ้มรส การได้กลิ่นและการสัมผัสเคลื่อนไหว

2.2.3.6 การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงความนึกคิดของผู้บริโภคเป็น การตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติหรือการได้รับรู้ถึงสิ่งที่ไม่เคยได้รับรู้มาก่อน

2.2.3.7 ทักษะคิด หมายถึง ความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์หรือสิ่งที่เห็นเป็นรูปธรรมของพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสง (2521: 2) ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่เกี่ยวกับประชากร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550 : 57-59) ลักษณะของประชากรส่วนใหญ่และทั่วไปจะประกอบไปด้วย อายุ เพศ สถานภาพทางครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ขนาดหรือจำนวนประชากรภายในครอบครัว สิ่งเหล่านี้มักจะนำมาเป็นเกณฑ์กำหนดในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรเป็นสิ่งสำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดเป้าหมายรวมอีกทั้งยังง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ๆ ตัวแปรด้านประชากรที่สำคัญ มีอยู่ 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านอายุ (Age) นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวชี้วัดทางด้านตัวผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไปและอายุเป็นสามารถเป็นตัววัดตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนทางการตลาด ได้ค้นคว้าความต้องการของตลาดส่วนเล็ก โดยที่ตลาดส่วนเล็กจะมองในเรื่องอายุเป็นปัจจัยที่สำคัญ

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนทางการตลาดเช่นกัน นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบเพราะในปัจจุบันตัวแปรเพศมีการเปลี่ยนแปลงไปมากขึ้นในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

3. ด้านลักษณะครอบครัว (Marital status) ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของนักการตลาดมาโดยตลอดและมีความสำคัญมากที่นักการตลาดส่วนใหญ่ที่ทำการวิจัยที่ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าในด้านอุปโภคและบริโภคและยังสนใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม โดยส่วนใหญ่ นักการตลาดจะให้ความสนใจกับผู้บริโภคสินค้าที่มีความร่ำรวย ฐานะดี แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะได้เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาด โดยส่วนใหญ่จะถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียว คือตัวชี้วัดในอำนาจการซื้อสินค้าในขนาดเดียวกันการเลือกซื้อสินค้า อาจจะเลือกถือเกณฑ์ในการดำรงชีวิตมากกว่า เช่น รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ โดยส่วนใหญ่ นักการตลาดจะเชื่อมโยงเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์อื่นเพื่อจะได้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

4. รายได้ และอาชีพ (Income and Occupation) ถือว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญของการกำหนดกลไกที่สำคัญทางการตลาดเนื่องจากส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่มีรายได้มากส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคที่มีการซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้นแต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ที่ต่ำหรืออาชีพที่ไม่ได้มีเงินเดือนที่สูงมากก็จะทำให้การซื้อสินค้านั้นก็จะราคาที่ต่ำลงมาก ซึ่งเมื่อมากำหนดด้านเป้าหมายทางการตลาดให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น กลุ่มรายได้จะเกี่ยวข้องกับอายุและอาชีพที่ร่วมกัน

ศุภนิธิตา กอชัยพุกษ์ (2549 : 10) ได้กล่าวถึงโครงสร้างทางด้านประชากรศาสตร์ไว้ดังนี้ องค์ประกอบที่สำคัญของทางด้านประชากรที่สำคัญได้แก่ ด้านเพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ และ การศึกษา เป็นต้น

- องค์ประกอบด้านอายุและเพศ เป็นคุณลักษณะขั้นพื้นฐานของประชากร ในยุคปัจจุบันนี้ สังคมส่วนใหญ่หรือสังคมแต่ละสังคมนั้น คนในสังคมนั้นแต่ละเพศหรือแม้กระทั่งแต่ละอายุนั้นจะมีสถานภาพหรือบทบาทที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นสถานะทางครอบครัว อาชีพและทางด้านการศึกษา

- องค์ประกอบด้านเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันมากทั้งในเรื่องระดับการศึกษา อายุและรายได้ อีกทั้งยังมีคุณลักษณะอื่นที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นด้าน สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม

- องค์ประกอบด้านอายุ ถือว่าเป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของการวิเคราะห์ประชากร ดังนั้น อายุคือตัวเลขพื้นฐานที่ในแต่ละสัดส่วนของกลุ่มอายุในสังคมนั้นมีผลต่ออัตราการเกิด แก่ เจ็บ และตาย

- องค์ประกอบด้านสถานภาพ เป็นการแบ่งประชากรออกตามสถานภาพคือ โสด สมรส หย่าร้าง และหม้าย ในยุคปัจจุบันในวัยหนุ่มสาวหรือวัยรุ่นจะมีสถานภาพโสดแต่ถ้าหากอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 35-40 เป็นต้นไปจะอยู่ในสถานภาพหย่าร้าง

- องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นการแสดงถึงสถานภาพทางเศรษฐกิจของประชากรหรือตัวบุคคลนั้น ๆ เช่น รายได้สามารถชี้วัดได้จากการศึกษา เพศ อายุ ว่าบุคคลผู้นั้นมีรายได้เท่าไร

- องค์ประกอบด้านการศึกษา สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับในกลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ กลุ่มที่อ่านออกเขียนได้ และกลุ่มที่ยังไม่รู้จักรหัสตัวหนังสือ

- องค์ประกอบด้านอาชีพ บุคคลนั้นประกอบอาชีพเพื่อเลี้ยงตัวเองและครอบครัว ได้แก่ อาชีพค้าขาย พนักงานบริษัท ข้าราชการ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.4.1 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.4.1.2 ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

สิวรัตน์ และคณะ (2550 : 13) พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในการจัดหาผลิตภัณฑ์

อดุลย์และศุขยา จาตุรงค์ (2550 : 5) การกระทำต่าง ๆ เมื่อได้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการไม่ว่าการกระทำดังกล่าวจะเป็นการกระทำก่อนหรือหลังได้รับการบริการของผลิตภัณฑ์สินค้านั้น

อดุลย์และศุขยา จาตุรงค์ (2550 : 61) ผู้บริโภค คือ บุคคลที่สามารถซื้อสินค้าและบริการด้วยความเต็มใจ การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคต้องอาศัยวิชาการด้านพฤติกรรมศาสตร์ที่ประกอบไปด้วย จิตวิทยา มนุษยศาสตร์ ที่ผสมผสานเข้ากันไว้ด้วยกันกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น วัฒนธรรม ครอบครัว และปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งผู้บริโภคบางส่วนซื้อผลิตภัณฑ์แบบที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องใช้ ผู้ซื้อชื่อของมาแล้วไม่เหมาะกับตัวผู้ใช้ ซึ่งบุคคลจำพวกนี้เรียกว่าผู้ซื้อ ชื่อของแบบไม่มีเหตุผล

ชูลา จิตพิทักษ์ (2546 : 13) พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเบื้องต้น 7 ประการ ได้แก่

1) พฤติกรรมผู้บริโภคที่ตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของผู้บริโภคโดยสังเกตจากสถานการณ์ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคบางครั้งบางครั้งอาจเพียงเพื่อทำตามหน้าที่ เช่น นักเรียนมอบพวงมาลัยให้คุณครูในงานพิธีไหว้ครู

2. พฤติกรรมส่วนมากมีวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายเกินกว่าหนึ่ง เช่น ภรรยาทำกับข้าวให้สามีทานเพราะหน้าที่ภรรยาที่ดีและหน้าที่แม่ที่ดี

3. ระบุการจูงใจบางอย่างบางเรื่องที่สามารถทำได้และตัดสินใจได้อย่างไม่สลับซับซ้อน

2) พฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงกิจกรรมมากมาย เช่น ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นั้น สิ่งที่สามารถเป็นตัวช่วยตัดสินใจได้ดีที่สุดคือ กิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้ การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

3) พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการทางความนึกคิดและอารมณ์ เช่น ก่อนการเลือกซื้อสินค้ามีการคิดคำนวณถึงราคาหรือประโยชน์ที่สามารถใช้ได้

4) พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันในเรื่องของจังหวะเวลาและการซับซ้อน หมายถึงระยะเวลาของการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่

5) พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับบทบาทมากมาย เช่น เป็นผู้ซื้อสินค้า เป็นผู้ขายสินค้า และเป็นผู้ใช้สินค้า

6) พฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากทั้งภายในและภายนอก กล่าวไว้ดังนี้

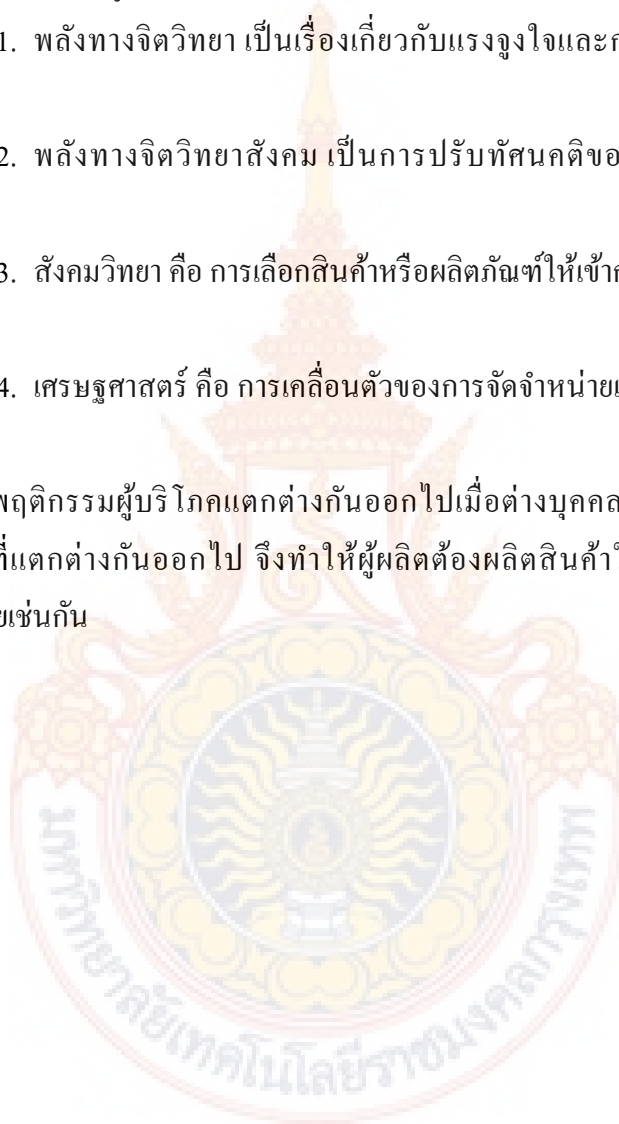
1. พลังทางจิตวิทยา เป็นเรื่องเกี่ยวกับแรงจูงใจและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

2. พลังทางจิตวิทยาสังคม เป็นการปรับทัศนคติของการเลือกซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

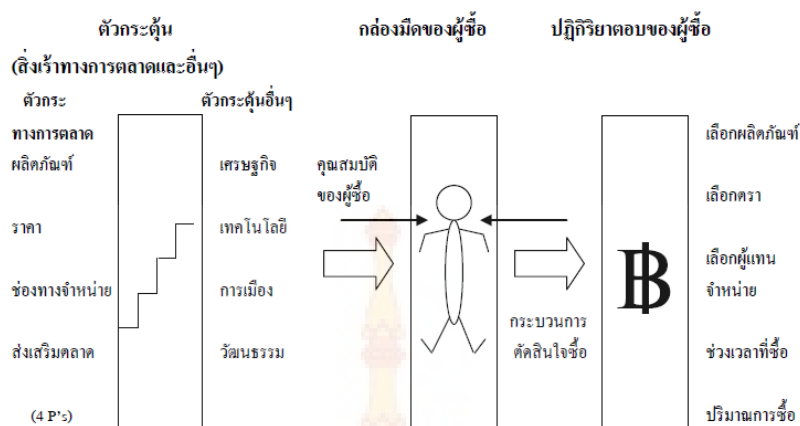
3. สังคมวิทยา คือ การเลือกสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มของผู้บริโภค

4. เศรษฐศาสตร์ คือ การเคลื่อนตัวของการจัดจำหน่ายและการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ

7) พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันออกไปเมื่อต่างบุคคล คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีลักษณะท่าทางที่แตกต่างกันออกไป จึงทำให้ผู้ผลิตต้องผลิตสินค้าให้ผู้บริโภคที่แตกต่างกับกลุ่มเป้าหมายด้วยเช่นกัน



2.4.2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2549 : 14)

จากภาพแบบจำลองจะเห็นได้ว่าจะมีสิ่งกระตุ้นเพื่อให้ผู้บริโภคอยากได้จึงเกิดการตอบสนอง ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกได้ว่า s-r theory โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) สิ่งกระตุ้น เกิดขึ้นจากภายในร่างกายหรือภายนอกร่างกาย จึงทำให้นักการตลาดส่วนใหญ่เลือกที่จะจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกร่างกาย เช่น การมุ่งใจในการซื้อสินค้าและบริการกระตุ้นภายนอกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งทีนักการตลาดสามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นยังเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบไปด้วย

2. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้ถูกใจผู้บริโภค

3. สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาของสินค้าให้ตรงกับคุณภาพของสินค้า โดยคำนึงถึงลูกค้า

4. สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดส่งสินค้าหรือบริการให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบายแก่ผู้บริโภค

5. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมทางการตลาด เช่น การโฆษณาสินค้า การลดแลกแจกแถม

6. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ คือ สิ่งที่มากระตุ้นภายนอกของตัวผู้บริโภคโดยอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท

2) กล้องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนเป็นที่อยู่ในจิตใจของลูกค้าที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบถึงได้ต้องใช้การค้นหาความรู้สึกนึกคิดนั้นของผู้ซื้อ และผู้ซื้อจะสามารถตัดสินใจได้

1. ลักษณะของผู้ซื้อ คือ มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ด้านสังคม

2. กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบไปด้วยขั้นตอนดังนี้ การรับรู้ ความต้องการ การประเมินผลการเลือก การตัดสินใจซื้อ

3) การตอบสนองของผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีตัวเลือกในการตัดสินใจ ได้ดังนี้

- การเลือกผลิตภัณฑ์
- การเลือกผู้ขาย
- การเลือกตราสินค้า
- การเลือกเวลาในการซื้อ
- ปริมาณในการซื้อ

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

Kotler (2004 : 105) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของการบริโภคนั้นแบ่งออกเป็น ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

2.5.1 ปัจจัยที่อยู่ภายในตัวบุคคล

1. ความต้องการ หมายถึง ในแง่ของจิตใจคือ สิ่งที่ต้องการและขาดไม่ได้เพราะสิ่งของบางอย่างมีประโยชน์ในบางเวลา บางอย่างมีประโยชน์ในช่วงอีกเวลาหนึ่งหรือเป็นสิ่งที่เราปรารถนาอยากได้ไม่ว่าจะเป็นเหตุผลใด ๆ ก็ตาม

2. แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นหรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุให้เราต้องการในตัวสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

3. บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะพิเศษที่มนุษย์สร้างขึ้นมาให้แตกต่างกันกับบุคคลอื่น จึงทำให้บุคคลนั้นมีลักษณะเฉพาะตัว

4. การรู้ หมายถึง การรับรู้สิ่งต่าง ๆ โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 และการรู้ของผู้บริโภค นั้นเป็นปัจจัยภายในของตัวบุคคลนั้น ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประการ ได้แก่ การรับรู้ ทักษะคิด และการเรียนรู้

5. การรับรู้ คือ การคิดวิเคราะห์โดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5

6. การเรียนรู้ คือ การตอบสนองจากสิ่งที่ได้รับรู้มาจึงเกิดเป็นการเรียนรู้ที่ใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน

7. ทักษะคิด คือ ความรู้สึกที่อยู่ภายในตัวของมนุษย์ที่เห็นได้จากพฤติกรรมของมนุษย์

2.5.2 ปัจจัยที่อยู่ภายนอกบุคคล

1. อิทธิพลของครอบครัว เป็นอิทธิพลที่เกิดจากบุคคลภายในครอบครัว

2. อิทธิพลของสังคม เป็นอิทธิพลที่เกิดจากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนที่ทำงาน เพื่อนที่โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย

3. อิทธิพลของธุรกิจ เป็นอิทธิพลจากบุคคลที่มีผลต่อธุรกิจไม่ว่าจะเป็นสถานที่ของร้านค้าหรือพนักงานขายก็ตาม

4. อิทธิพลของวัฒนธรรม เป็นอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่มีอยู่ภายในตัวของบุคคลนั้น

5. อิทธิพลทางเศรษฐกิจหรืออิทธิพลของรายได้ อิทธิพลนี้จะเป็นตัวที่กำหนดในเรื่องของตัวเงินที่ส่งผลต่อผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ที่ทำการค้นคว้าวิจัย ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรื่องการเรียนและเรื่องการทววิชาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ซึ่งได้ของสรุปดังนี้

ศรสวรรค์ เจริญชัยวงศ์ (2554) เรื่องแนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันต่างประเทศในเขตอำเภอเกาะกูด จังหวัด ภูเก็ตได้กล่าวไว้ว่า ผลผลิตงานที่ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการรักษาคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตรที่สามารถวัดได้ และยังสามารถแนะนำเทคนิคในการเรียนและการฝึกทำข้อสอบและจัดกิจกรรมเสริมทักษะอื่นๆประกอบการเรียนตามหลักสูตรนั้นได้

กรวิรุฬห์ พิงพุ่ม (2546) ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนทววิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในย่านสยามสแควร์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ ปัจจัยด้านผลผลิตงาน ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จุฑาภรณ์ พูลบุญ (2551) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนทววิชาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนทววิชามากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลผลิตงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านทางกายภาพ

เจนเนตร คุยสี (2556) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนระดับประถมศึกษาของผู้ปกครองตำบลท่าพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร พบว่า จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองของนักเรียนระดับประถมศึกษาของตำบลท่าพ้อส่วนใหญ่ให้ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมารองลงมาปัจจัยด้านชื่อเสียง ด้านค่าใช้จ่าย ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

เจียรนัย ตาใต้ (2556) ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร กระบวนการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

เจริญพร แก้วละเอียด (2544 : 45) ได้ศึกษาเรื่องค่านิยมที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้กล่าวไว้ว่า ความจำเป็นและเงื่อนไขที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาเกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1. ปัจจัยที่ผู้เรียนต้องการเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย การเลือกคณะที่เป็นที่นิยมและการคล้อยตามเพื่อน 2. มาจากตัวผู้ปกครองต้องการให้นักเรียนมีโอกาสเข้าเรียนในระดับอุดมศึกษาและชี้แนะในการเลือกคณะให้แก่ตัวบุตร หลานของท่าน

จุฬาลักษณ์ ธนะวัฒน์ (2553 : 29-30) เรื่อง การศึกษาการกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิงร้อยละ 70.64 จะเรียนกวดวิชามากกว่าเพศชายเนื่องจากต้องการความรู้ที่เพิ่มเติมมากขึ้นกว่าในห้องเรียน และยังอยากที่จะได้เทคนิคต่างๆที่ได้จากโรงเรียนกวดวิชามาใช้ในห้องเรียน

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2549 : 50) แนวความคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่กล่าวไว้ว่าการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้น จะต้องเกี่ยวกับการเลือกสถานที่ เวลาจะถูกนำไปเสนอให้ทางกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้น ๆ

ชิดชนก เจริญเชาว์ สุวิมล เขียวแก้ว และเจริญพร แก้วละเอียด (2544 : บทคัดย่อ) เรื่อง ค่านิยมที่มีต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เลือกที่จะเรียนกวดวิชาเนื่องจากคุณครูผู้สอนมีศักยภาพการสอนเช่น มีเทคนิคในการสอนสามารถสอนให้นักเรียนสามารถสอบเข้าในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่อยากเข้าได้ และอิทธิพลที่ส่งผลต่อตัวผู้เรียนกวดวิชา ได้แก่ เพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง เนื่องจากตัวนักเรียนเห็นเพื่อนที่เรียนกวดวิชาแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยหรือโรงเรียนที่ต้องการทำให้ตัวนักเรียนนั้นตัดสินใจที่จะเลือกเรียนสถานที่กวดวิชานี้ตามเพื่อน

ทรงกลด แสงพล (2552) ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคลด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

นลินี เสนาปา (2544) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่เครื่องมือ การสื่อสาร โฆษณาและการส่งเสริมทางการตลาดและผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญกับความชำนาญในการสอน เนื่องจาก คุณครูผู้สอนนั้นควรมีความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการสอนเพื่อให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้นและยังจะต้องทำให้ผู้เรียนสามารถนำเทคนิคที่ได้รับมาปรับใช้ในห้องเรียนได้

บุญพุ่ม เสนารักษ์ (2549 : 56) ได้กล่าวไว้ว่าอุปสงค์สำหรับการศึกษาขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายปัจจัยทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ได้แก่ รายได้และค่าใช้จ่ายของบิดามารดา และอัตราค่าเล่าเรียนของตัวนักเรียน

บทความของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (วันที่ 7 พฤษภาคม 2557) กล่าวว่าไว้ว่า การเรียนกวดวิชามีบทบาทต่อการศึกษาไทยเป็นอย่างมากเนื่องจากการเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่มีการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การสอนแบบกลุ่ม การสอนแบบตัวต่อตัว การสอนแบบกลุ่มเล็กๆโดยที่กลุ่มละ 3-4 คน การสอนผ่านทางอินเทอร์เน็ต สอนผ่านโทรทัศน์วงจรปิด ซึ่งแต่ก่อนการเรียนการสอนจะเป็นแบบสอนในห้องเรียนเพียงอย่างเดียวมีส่วนน้อยมากที่จะได้เรียนกวดวิชาเนื่องจากสมัยก่อนนั้นจะนิยมให้ลูกหลานได้เรียนกวดวิชาเฉพาะที่จะกำลังจะเตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัยเท่านั้น แต่ในปัจจุบันยุคสมัยได้เปลี่ยนไปความนิยมก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วยทำให้เด็กสมัยนิยมที่จะเรียนกวดวิชากันมากขึ้น อาจจะมาด้วยหลายๆปัจจัย เช่น การตามเพื่อน การอยากได้ความรู้ ตามใจผู้ปกครอง หรือการอยากเรียนเพื่อจะได้สอบเข้าในมหาวิทยาลัยที่ตนเองอยากเข้า โดยสถิติอัตรานักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นเฉพาะในโรงเรียนกรุงเทพ มัธยมศึกษาปีที่ 1 นักเรียนชาย 42,341 คน นักเรียน หญิง 41,495คน รวม 83,836 คน มัธยมศึกษาปีที่ 2 นักเรียนชาย 41,087 คน นักเรียน หญิง 40,553 คน รวม 81,640 คน

มัธยมศึกษาปีที่ 3 นักเรียนชาย 38,138 คน นักเรียน หญิง 38,474 คน รวม 76,612 คน (ที่มา :ข้อมูลสารสนเทศด้านการศึกษากองการกระทรวงศึกษาธิการ หรือ www.moe.go.th) และจากการศึกษาข้อมูลการเรียนกวดวิชาพบว่าประเทศในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก พบว่าฮ่องกง เด็กเกรด 9 หรือเทียบเท่าชั้น ม.3 กวดวิชาร้อยละ 53.8 และ ม.6 กวดวิชา ร้อยละ 71.8 อินเดีย เด็กอายุ 6-14 ปี กวดวิชาร้อยละ 73 คาซัคสถาน เด็ก ม.ปลาย กวดวิชาร้อยละ 59.9 เวียดนาม พบการกวดวิชาของเด็กประถมศึกษาร้อยละ 32 ม.ต้น ร้อยละ 46 และ ม.ปลาย ร้อยละ 63 เกาหลี พบเด็กประถมศึกษากวดวิชา ร้อยละ 86.8 ม.ต้น ร้อยละ 72.2 และ ม.ปลาย ร้อยละ 52.8 เป็นต้น ซึ่งนักวิจัยชี้ว่าแต่ละประเทศกวดวิชามากจนกลายเป็นการศึกษาคู่ขนานกับการศึกษาปกติ ทั้งยังมีสถิติการกวดวิชาสูงกว่าร้อยละ 50 ส่วนเด็กไทยแม้จะไม่มีตัวเลขเชิงสถิติว่ากวดวิชามากแค่ไหน แต่ยอมรับว่าธุรกิจการกวดวิชาเพิ่มขึ้นมากทุกปี สังเกตได้จากเด็กเรียนในระบบมักจะไปกวดวิชาหลังเลิกเรียนหรือในวันเสาร์-อาทิตย์

ประกาศ สุพรรณดี (2553) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของภาพลักษณ์และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของโรงเรียนกวดวิชา ปัจจัยด้านราคาค่าใช้จ่ายในค่าเล่าเรียนควรมีความเหมาะสมไม่แพงจนเกินไปและต้องสามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางโรงเรียนจะต้องตั้งอยู่ในสถานที่เห็นชัดเจน สะดวกสบายมีที่จอดรถที่เพียงพอ ปัจจัยด้านสังคมบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ได้แก่ ผู้ปกครองและเพื่อนนักเรียน ปัจจัยด้านวัฒนธรรมทางโรงเรียนกวดวิชาจะต้องมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสังคมด้วย

ประกาศ สุพรรณดี (2553) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลในการตัดสินใจของผู้ปกครองในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยที่ส่งผลในการตัดสินใจของผู้ปกครองในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านจิตวิทยา

ปริญญ์ แก้วไทรนันท์ (2545 : 75-76) เรื่อง ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีผลการเรียนกวดวิชา ศึกษากรณีโรงเรียนสามเสนวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60.50 ที่เลือกเรียนกวดวิชา ส่วนเพศชายอยู่ที่ร้อยละ 39.50 เหตุผลส่วนใหญ่ที่เลือกเรียนกวดวิชาเนื่องจาก เพื่อเตรียมตัวสอบเอ็นทรานซ์หรือสอบเข้าโรงเรียนที่นักเรียนต้องการ เหตุผล รองลงมา ต้องการทบทวนบทเรียนที่ได้เรียนมาจากในห้องเรียน

เพชรพร จำเนียม (2551) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชา และความคิดเห็นต่อการบริการจัดการ โรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้เรียนกวดวิชาให้การตัดสินใจในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านการจัดการเรียน การสอน ด้านสถานที่ ด้านค่าใช้จ่าย และสิ่งอำนวยความสะดวก

พนตา คชกุล (2553) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ และทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

พยงค์ สุทธิผล (2550) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนกวดวิชา เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากของผู้ปกครองที่จะส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนกวดวิชา ได้แก่ ด้านวิชาการ ด้านสถานที่ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน และชุมชน ด้านการให้บริการ และด้านค่าใช้จ่าย

รุจิรา จันทรแดง ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง จังหวัดสงขลา เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตลอดปลายในจังหวัดนราธิวาส” ผลการวิเคราะห์ พบว่า การพยากรณ์โดยรวมของตัวแบบที่สามารถทำนายถูกร้อยละ 78.8 ร้อยละเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวพบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญในระดับที่สูงมากในการอธิบายการตัดสินใจในการเรียนกวดวิชาหรือไม่เรียน มี 4 ปัจจัย ได้แก่ สายการศึกษา ระดับการศึกษามัธยมปีที่ 5 สถานที่ตั้งอยู่ของนักศึกษา และนิสัยการเรียน ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา มี 2 ปัจจัยได้แก่ เพศ ผลการเรียนสะสม วิชาที่ยากผลการเรียนในโรงเรียน และวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชา

วนิดา ชนากรกุล (2553) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากต่อกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านจิตวิทยา ด้านกระบวนการ ด้านนวัตกรรม ตามลำดับ

วรัธพร บุษพา (2555) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เลือกเรียนหลักสูตรภาคปกติ โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคลและด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ และ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ และยังพบว่านักเรียนมีความต้องการมากที่สุด ได้แก่ ต้องการอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน ซึ่งได้มีการแนะนำจากเพื่อน และรุ่นพี่

ศรสวรรค์ เจริญชัยวงศ์ (2554) เรื่องแนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันต่างประเทศในเขตอำเภอเกาะกู่ จังหวัด ภูเก็ต ได้กล่าวไว้ว่า ผลลัพธ์ที่ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการรักษาคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตรที่สามารถวัดได้ และยังสามารถแนะนำเทคนิคในการเรียนและการฝึกทำข้อสอบและจัดกิจกรรมเสริมทักษะอื่นๆประกอบการเรียนตามหลักสูตรนั้นได้

ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดสมุทรปราการในการเลือกสถาบันกวดวิชา พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ได้แก่ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร และเอกสาร ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2541 : 33-34)ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประกอบที่เป็นลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าเช่น การตกแต่งร้านและบรรยากาศ สีสนัการตกแต่งห้องให้น่าดึงดูดใจ

ศวิตา ศรีชัยโรจ (2556) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของนักศึกษาชั้นปีที่1 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากจำนวนนักศึกษา 150 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยส่วนบุคคล

สุกัญญา เกษศิลป์ (2542 : 57) เรื่อง ทศนคติเกี่ยวกับการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตามระบบปัจจุบันและระบบเดิม พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ที่เลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเนื่องจากต้องการเตรียมตัวที่จะสอบเอ็นทรานซ์และทบทวนความรู้ในสิ่งที่ตัวนักศึกษาได้เรียนมา และยังพบอีกว่าบุคคลที่มีส่วนช่วยในตัวนักศึกษามากที่สุดได้แก่ผู้ปกครองและเพื่อนของตัวนักเรียนเอง

สุกัญญา เอียดขาว (2554) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ปัจจัยส่วนใหญ่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่น คือด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดเนื่องมาจากการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการสอนได้มากที่สุดสมควรแก่ราคาที่คุณเรียนต้องเสียเงินไป

แสงเดือน อินทร์ลือ (2551) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ศึกษาของนักเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านทางกายภาพ

สถาพร มาอุ่น (2550) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอนุอารีวิทยา จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากที่จะเลือกโรงเรียนอนุอารีวิทยา ได้แก่ ด้านเนื้อหาวิชา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านอุปกรณ์

ศุณีย์ วรรณโกมล และ ธาณินทร์ ศิลปจารุ เรื่อง “ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าในระดับปริญญาตรี” ที่มีผลวิจัยที่ได้แบ่งตามส่วนประสมทางการตลาดพบว่า 1. ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ วิธีการสอน โดยต้องการให้ผู้สอนใช้วิธีการสอนแบบเขียนบนกระดาน 2. ด้านราคา ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ส่วนลดจากการชำระค่าเล่าเรียนโดยต้องการส่วนลดเป็นพิเศษให้กับลูกค้าประจำ 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง โดยต้องการให้โรงเรียนกวดวิชาตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการคมนาคมสะดวก 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การจัดบริการส่งเสริมการเรียนรู้ต่าง ๆ โดยต้องการบริการแนะแนวการศึกษาและการให้คำปรึกษาด้านการเรียนรู้ สำหรับผลการเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาพบว่าผู้เรียนในต่างจังหวัดให้ความสำคัญในเรื่องวิธีการสอนและอัตราค่าเล่าเรียนมากกว่าผู้เรียนในกรุงเทพและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุพจน์ ภิญโญภัสสร (2545) ศึกษาเรื่องอุปสงค์ของการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ที่เรียนกวดวิชาเพราะเชื่อว่าทางโรงเรียนกวดวิชาจะสามารถสอนและให้ความรู้จนสามารถเข้าเรียนตามโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่ได้ตั้งใจไว้

สุมนา อยู่โพธิ์ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (2548 : 6) ที่กล่าวว่า การตั้งราคามีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า เช่น ลูกค้าคาดหวังว่าการที่ราคาสูง การให้บริการหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก็น่าจะสูงตามไปด้วย ในขณะที่ถ้าหากราคาค่าคุณภาพในการให้บริการหรือคุณภาพผลิตภัณฑ์ก็น่าจะต่ำไปด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวว่า จุดที่สำคัญของการบริการคือการบริการที่ดีต้องผูกใจคน การให้บริการที่ดีไม่ใช่แค่เพียงให้ผู้บริโภคมั่นใจในความพึงพอใจในสินค้าเท่านั้น แต่จะต้องติดต่อระหว่างบุคคลง่ายขึ้นโดยที่ไม่ต้องให้ผู้บริโภคต้องรอนาน

สุเมศ ษัตรา (2546) พฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านบุคลากร ด้านอื่น ๆ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านราคา ด้านสถานที่ ตามลำดับ

เสาวลักษณ์ จงอักษร (2552) ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของผู้ปกครอง นักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ปกครอง และนักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และคุณภาพ ปัจจัยด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

สาธิต คันธะ (2550) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ส่วนใหญ่นักเรียนจะเลือกจาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับ จำนวนผู้เรียน มีหลากหลายที่ให้เลือกเรียนได้ ชื่อเสียงของตัวอาจารย์ผู้สอน ปัจจัยด้านราคา จะให้ความสำคัญในเรื่องราคาค่าเรียนมีราคาถูกกว่าที่อื่น สามารถผ่อนชำระเรียนได้ ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ ให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ตั้งที่ไม่ไกลมากนักและมีการเข้าออกที่สะดวกสบาย มีที่จอดรถที่เพียงพอต่อผู้ปกครองที่มารับส่งบุตรหลาน

สุรินทร์ คุ้มแก้ว (2550) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

สาวตรี ชัดินา (2553) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนให้บุตรหลานศึกษาต่อในระดับชั้นประถมต้น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนให้บุตรหลานนั้น โดยปกครองจะเลือกจากปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการและบุคลากร

ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา

รายชื่อ	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้าน สถานที่	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้าน บุคลากร	ด้านทาง กายภาพ	ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ด้าน เศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้าน ทัศนคติ	ด้าน แรงจูงใจ
กรวิรุฬห์ พิงพุ่ม (2546)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-
จุฑาภรณ์ พูลบุญ (2551)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓
เจียรนัย ตาใต้ (2556)	✓	✓*	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
นลินี เสนาปา (2544)	✓*	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-
ประกาศ สุพรรณดี (2553)	✓*	✓	✓	-	✓*	-	-	-	✓	-	-
เพชรพร จำเนียม (2551)	✓*	✓*	✓*	-	-	-	✓*	-	-	-	-
พนดา คชกุล (2553)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
พยงค์ สุทธิผล (2550)	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	-	-	-
ไพรัตน์ วงศ์ฉายา (2547)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-

ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา (ต่อ)

รายชื่อ	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้าน สถานที่	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้าน บุคลากร	ด้านทาง กายภาพ	ด้าน กระบวนการ การให้บริการ	ด้าน เศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้าน ทัศนคติ	ด้าน แรงจูงใจ
วนิดา ชนากรกุล (2553)	✓	✓	✓	✓*	✓	✓	✓*	-	✓	✓	✓
วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-
วรอัปสร นุบผา (2555)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สถาพร มาอูน (2550)	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-
สาธิต กันธะ (2550)	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	-
สาวตรี ขัฒนา (2553)	✓	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-
สุกัญญา เอียดขาว (2554)	✓	-	✓	-	✓	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา (ต่อ)

รายชื่อ	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้าน สถานที่	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้าน บุคลากร	ด้านทาง กายภาพ	ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ด้าน เศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้าน ทัศนคติ	ด้าน แรงจูงใจ
ศูนย์ วรรณโกมล และ ธานินทร์ ศิลป์จารุ	✓*	✓*	✓*	✓*	-	-	-	-	-	-	-
สุเมศทนา อุดมะะ (2546)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-
สุริยนต์ คุมแก้ว (2550)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
เสาวลักษณ์ จงอักษร (2552)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓
แสงเดือน อินทร์ลือ (2551)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554)	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	-	-	-	-
จิรายุ อักษรดี (2554)	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	-	-	-	-

ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา (ต่อ)

รายชื่อ	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้าน สถานที่	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้าน บุคลากร	ด้านทาง กายภาพ	ด้าน กระบวนการ การให้บริการ	ด้าน เศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้าน ทัศนคติ	ด้าน แรงจูงใจ
พรสุดา คุณมั่ง (2557)	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	-	-	✓	✓*	✓*
ประภาวัลย์ ชวนไชยะกุล (2557)	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
นิชาภา ภาปัทมาสน์ (2555)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ณัฐพล คำสุภาพ (2557)	-	-	-	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
จำลอง สุริวงศ์ (2559)	✓*	✓*	✓	✓	✓	✓*	✓	✓*	✓	✓	✓
อุทุมพร ไฉนลาด (2559)	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓*	✓	✓	✓

2.7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิด

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน ต่อการเลือกสถานที่เรียน กวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” มีขั้นตอนการกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองและนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น (ระดับชั้น ม.1-ม.3) ของโรงเรียนต่างๆที่เข้ามาเรียนกวดวิชาในย่านสีลม สยามสแควร์ บางรัก อนุสาวรีย์ ซึ่งเป็นแหล่งที่มีสถาบันกวดวิชาเป็นจำนวนมาก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คำนวณ โดยจะใช้ตารางของ T.Yamane (1973 : 125) ที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่างประมาณ 95% โดยกำหนดความความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นได้ที่ไม่เกิน 0.05 ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างที่จะเก็บไว้สูงสุดคือจำนวน 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก โดยแบ่งออกเป็นผู้ปกครอง 200 คน นักเรียน 200 คน ผู้วิจัยลงพื้นที่โดยออกไปเก็บกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ทั้งหมด 4 พื้นที่ ได้แก่ ย่านสีลม สยามสแควร์ บางรัก อนุสาวรีย์ โดยจะแบ่งเก็บ พื้นที่ละ 100 ชุด แยกเป็นผู้ปกครอง 50 คน นักเรียน 50 คน ในแต่ละสถานที่

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยจะแบ่งเป็นของนักเรียน 200 ชุดและผู้ปกครอง 200 ชุด แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของนักเรียนและผู้ปกครอง จะประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ

ส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้น จะประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านสถานที่
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
5. ด้านบุคคลากร
6. ด้านทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 คือปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้น จะประกอบไปด้วย

ปัจจัยภายนอก

1. เศรษฐกิจ
2. สังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยภายใน

1. ทักษะ
2. แรงจูงใจ
3. การรับรู้

เครื่องมือที่จะใช้เก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม 1 ชุด โดยจะให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกคำตอบเอง เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบคำถามปลายปิด

โดยจะมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นดังนี้

คะแนน	ความหมายของคำตอบ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงดังนี้

1. ได้นำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบการความเที่ยงตรง (Validity) ความชัดเจน โครงสร้างแบบสอบถาม เนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ที่มีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

คะแนน +1 หมายถึง เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

คะแนน 0 หมายถึง เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

คะแนน -1 หมายถึง เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

หลังจากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ หาคำนวณความสอดคล้องตามสูตรของ

(Rovinelli and Hambleton, 1977 : 49-60)

$$\text{สูตรการคำนวณ } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดยที่ IOC เป็นค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์

$\sum R$ เป็นผลรวมของคะแนนจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N เป็นจำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาระดับค่าดัชนีความสอดคล้อง ของข้อคำถามที่ได้จากการคำนวณจาก สูตรที่จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 มีรายละเอียดการพิจารณา ดังนี้

มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป คัดเลือกข้อคำถามข้อนั้นใช้ได้

แต่ถ้าค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแก้ไขหรือปรับปรุง

โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป จากข้อคำถามมีจำนวนทั้งหมด 31 ข้อ โดยให้เป็นไปตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้แนะนำ ซึ่งข้อคำถามทั้งหมดมีค่าคะแนน IOC อยู่ในช่วง 0.67 – 1.00 ทุกข้อ ถือว่ามีความเที่ยงตรงและนำมาใช้ได้

2. ได้นำแบบสอบถามที่ได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงและได้ทำการปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วนำผลที่ได้มาแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในแบบสอบถาม สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจนและถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ครั้งนี้ ก่อนการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง โดยในส่วนของคำตอบซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient Alpha) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2530) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นในแต่ละตอนมีค่ามากกว่า 0.70

โดยมีสูตรดังนี้

$$\alpha_K = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α_K	แทน	ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	K	แทน	จำนวนข้อในแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยแบ่งเป็นรายด้าน และโดยรวม ดังแสดงในตารางที่ 3.1 โดยมีเกณฑ์ในการประเมินความน่าเชื่อถือดังนี้

0.80 – 1.00	=	มีความน่าเชื่อถือสูงมาก
0.60 – 0.79	=	มีความน่าเชื่อถือค่อนข้างสูง
0.40 – 0.59	=	มีความน่าเชื่อถือได้ปานกลาง
0.20 – 0.39	=	มีความน่าเชื่อถือได้ต่ำ
0.01 – 0.19	=	มีความน่าเชื่อถือได้ต่ำมาก

ตารางที่ 3.1 แสดงผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา

ข้อ	Cronbach's Alpha	N of Items
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.852	5
ปัจจัยด้านราคา	0.838	5
ปัจจัยด้านสถานที่	0.864	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.825	5
ปัจจัยด้านบุคลากร	0.860	6
ปัจจัยด้านทางกายภาพ	0.868	5
ปัจจัยกระบวนการให้บริการ	0.866	5
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	0.779	3
ปัจจัยด้านสังคม	0.880	3
ปัจจัยด้านทัศนคติ	0.880	4
ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	0.765	3

จากตาราง จะเห็นได้ว่า ค่าความเชื่อมั่นในแต่ละข้อตอนนั้นมีค่าเกิน 0.70 ผู้วิจัยจึงนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การรวบรวมข้อมูล เป็นข้อมูลปฐมภูมิ จะจัดทำแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมาย โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง และมีผู้วิจัยหรือพนักงานช่วยเก็บข้อมูล จะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ปกครอง

และนักเรียนที่มาใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2556 – พฤษภาคม 2557 ซึ่งพื้นที่ ที่ใช้เก็บกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ย่านสีลม สยามสแควร์ บางรัก อนุสาวรีย์ เท่านั้น และผู้วิจัย สามารถให้ความกระจ่างเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจวิธีการตอบแบบสอบถามได้

3.2.2 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3.2.2.1 การตรวจสอบเครื่องมือมีขั้นตอนของการตรวจสอบดังต่อไปนี้

1. ในขณะที่ทำการเก็บข้อมูลตัวอย่าง ผู้วิจัยจะต้องทำการตรวจสอบข้อมูลให้ครบถ้วนว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการตอบข้อมูลครบถ้วนหรือไม่ถ้าหากผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยประการใด ผู้วิจัยสามารถที่จะอธิบายให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจในทันที
2. ผู้วิจัยจะต้องตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อเอาข้อมูลที่ครบถ้วนมาวิเคราะห์แต่ถ้าหากข้อมูลส่วนไหนมีการขาดหายหรือมีการกรอกข้อมูลไม่ครบผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลนำมาทำการวิเคราะห์โดยเด็ดขาด

3.3 วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยการศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามตรวจสอบข้อมูลและประมวลผลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.3.1 สถิติเชิงพรรณนา

ข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์ของผู้ปกครองและเด็กนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 โดยใช้สถิติพรรณนา การหาค่าร้อยละและการแจกแจงความถี่ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.3.2 สถิติเชิงอนุมาน

การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ Independent Sample T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way Anova) นอกจากนี้ ได้ใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงในการจำแนกประเภทตัวแปร การจัดกลุ่มตัวแปร และค่าน้ำหนักของแต่ละกลุ่มตัวแปร (Sophonthummapham Kittipong, 2009 : 394)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วนตามลำดับดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

4.3 ระดับความสำคัญปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน และผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.5 การทดสอบ Factor Analysis

4.1 ผลการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ปกครอง)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	88	44.00
หญิง	112	56.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเป็นเพศชาย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44

ตารางที่ 4.2 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ปกครอง)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	19	9.50
31-35 ปี	52	26.00
36-40 ปี	37	18.50
41-45 ปี	45	22.50
46-50 ปี	42	21.00
50 ปีขึ้นไป	5	2.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-35 ปีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และมีอายุระหว่าง 41-45 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และมีอายุระหว่าง 46-50 ปีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และมีอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.50 และมีอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และมีอายุระหว่าง 50 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.3 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ปกครอง)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	63	31.50
สมรส	112	56.00
หย่าร้าง	25	12.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และมีสถานภาพโสดจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และมีสถานภาพหย่าร้างจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 4.4 จำนวน และค่าร้อยละ ของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ปกครอง)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	8	4.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	3.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	2.50
ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	11	5.50
ปริญญาตรี	153	76.50
สูงกว่าปริญญาตรี	17	8.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และมีระดับการศึกษาปวส. อนุปริญญาหรือเทียบเท่าจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และระดับการศึกษาประถมศึกษามีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.5 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ปกครอง)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	87	43.50
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	46	23.00
ธุรกิจส่วนตัว	35	17.50
ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป	32	16.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 87 คน คิดเป็น ร้อยละ 43.50 และมีข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และมีธุรกิจส่วนตัว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และมีค้าขาย/รับจ้างทั่วไป จำนวน 32 คน คิดเป็น ร้อยละ 16

ตารางที่ 4.6 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลความสัมพันธ์กับนักเรียนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ปกครอง)

ความสัมพันธ์กับนักเรียน	จำนวน	ร้อยละ
พ่อ/แม่	177	88.50
ผู้อุปการะ	23	11.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับนักเรียนเป็นพ่อ/แม่ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 88.50 และมีความสัมพันธ์กับนักเรียนเป็นผู้อุปการะจำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.50

ตารางที่ 4.7 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลจำนวนเด็กที่ท่านดูแลที่เรียนโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ปกครอง)

จำนวนเด็กที่ท่านดูแลที่เรียนโรงเรียนกวดวิชา	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	78	39.00
2 คน	107	53.50
2 คนขึ้นไป	15	7.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนเด็กที่ท่านดูแลที่เรียนโรงเรียนกวดวิชา 2 คน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 และมีจำนวนเด็กที่ท่านดูแลที่เรียนโรงเรียนกวดวิชา 1 คน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39 และมีจำนวนเด็กที่ท่านดูแลที่เรียนโรงเรียนกวดวิชา 2 คนขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.8 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ปกครอง)

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน15,000	5	2.50
15,001-20,000	38	19.00
20,001-30,000	58	29.00
30,001-40,000	32	16.00
40,001-50,000	48	24.00
มากกว่า50,001	19	9.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29 และมีรายได้ต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24 และมีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน15,000บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.9 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม(นักเรียน)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	96	48.00
หญิง	104	52.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเป็นเพศชาย จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48

ตารางที่ 4.10 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (นักเรียน)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
11 ปี	6	3.00
12 ปี	40	20.00
13 ปี	42	21.00
14 ปี	35	17.50
15 ปี	77	38.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 15 ปีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 และมีอายุระหว่าง 13 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และมีอายุระหว่าง 12 ปีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และมีอายุระหว่าง 14 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และมีอายุ 11 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 4.11 จำนวน และค่าร้อยละ ของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม (นักเรียน)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 1	67	33.50
มัธยมศึกษาปีที่ 2	48	24.00
มัธยมศึกษาปีที่ 3	85	42.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24

ตารางที่ 4.12 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลจำนวนพี่น้อง (รวมตัวท่านเอง)ของผู้ตอบแบบสอบถาม(นักเรียน)

จำนวนพี่น้อง (รวมตัวท่านเอง)	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	64	32.00
2 คน	104	52.00
3 คน	22	11.00
4 คน	10	5.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนพี่น้อง 2 คน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และมีจำนวนพี่น้อง 1 คน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และมีจำนวนพี่น้อง 3 คน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และมีจำนวนพี่น้อง 4 คน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 4.13 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลผลการเรียนเฉลี่ยสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม (นักเรียน)

ผลการเรียนเฉลี่ยสะสม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 2.00	8	4.00
2.01-2.50	46	23.00
2.51-3.00	47	23.50
3.01-3.5	54	27.00
3.51 ขึ้นไป	45	22.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.5 จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และมีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และมีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 2.01-2.50 จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และมีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 3.51 ขึ้นไป จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และมีผลการเรียนเฉลี่ยสะสมไม่เกิน 2.00 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4

4.2 ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. โรงเรียนกวฉวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียง	4.59	0.70	มากที่สุด	4.38	0.85	มาก
2. หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน	4.32	0.53	มาก	4.31	0.79	มาก
3. หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน	4.19	0.72	มาก	4.16	0.84	มาก
4. มีการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป	3.90	0.74	มาก	4.01	0.76	มาก
5. มีการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ	4.02	0.87	มาก	4.07	0.83	มาก
รวม	4.20	0.49	มาก	4.19	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับโรงเรียนกวฉวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียงมีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 และให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 และให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 และให้ความสำคัญกับการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 และให้ความสำคัญกับการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90

กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับโรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียงมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 และให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 และให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และให้ความสำคัญกับการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 และให้ความสำคัญกับการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.01

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ	4.30	0.84	มาก	4.10	0.86	มาก
2. ราคากับสถานที่เรียนมีความสอดคล้องกัน	4.00	0.70	มาก	3.95	0.83	มาก
3. ราคาที่หลากหลายให้เลือกได้	3.98	0.93	มาก	3.90	0.88	มาก
4. มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิต	3.77	1.05	มาก	3.80	0.84	มาก
5. มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด	3.77	1.07	มาก	3.91	0.93	มาก
รวม	3.96	0.69	มาก	3.93	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองให้ความสำคัญกับราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 และให้ความสำคัญกับราคากับสถานที่เรียนมีความสอดคล้องกัน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 และให้ความสำคัญกับราคาที่มีหลากหลายให้เลือกได้ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 และให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิต มี

ความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 และให้ความสำคัญกับการส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77

กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำเกินไป มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 และให้ความสำคัญกับราคากับสถานที่เรียนมีความสอดคล้องกัน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 และให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 และให้ความสำคัญกับการมีราคาหลากหลายให้เลือกได้มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 และให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิต มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80

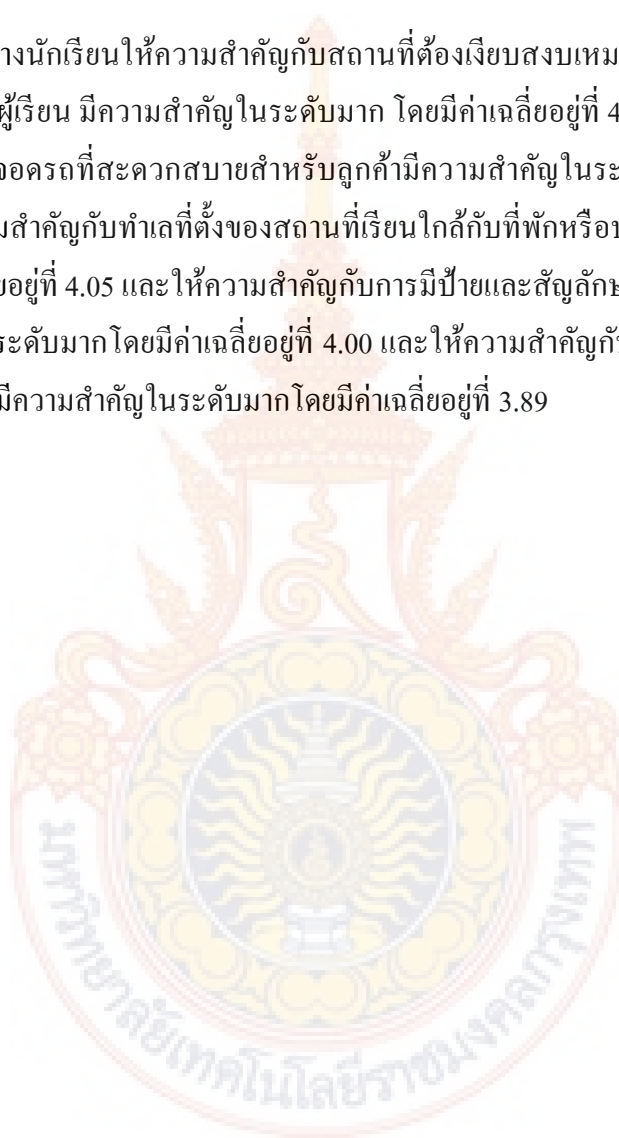
ตารางที่ 4.16 ปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะแก่ผู้เรียน ต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน	4.48	0.84	มาก	4.26	0.80	มาก
2. สถานที่เรียนมีที่จอดรถที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้า	4.15	0.81	มาก	4.06	0.83	มาก
3. ทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้าน	3.99	0.89	มาก	4.05	0.92	มาก
4. ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้า	3.81	0.91	มาก	3.89	0.76	มาก
5. มีป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย	3.84	0.93	มาก	4.00	0.84	มาก
รวม	4.05	0.63	มาก	4.05	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับสถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะแก่ผู้เรียน ต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.48 และให้ความสำคัญกับสถานที่เรียนมีที่จอดรถที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้ามีความสำคัญใน

ระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 และให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้านมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 และให้ความสำคัญกับมีป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่ายมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 และให้ความสำคัญกับการทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้ามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81

กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับสถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะสมแก่ผู้เรียน ต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 และให้ความสำคัญกับสถานที่เรียนมีที่จอดรถที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้ามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้าน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และให้ความสำคัญกับการมีป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่ายมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 และให้ความสำคัญกับการมีทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้า มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89



ตารางที่ 4.17 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวศวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา	4.31	0.79	มาก	4.20	0.85	มาก
2. มีการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการเรียน	4.21	0.66	มาก	4.18	0.79	มาก
3. มีการลดราคา	4.09	0.88	มาก	4.07	0.91	มาก
4. สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทางเช่น ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส	3.72	0.98	มาก	3.96	0.91	มาก
5. สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวด ๆ ได้	3.90	1.10	มาก	4.05	0.88	มาก
รวม	4.05	0.63	มาก	4.09	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวศวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 และให้ความสำคัญกับการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการเรียนมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 และให้ความสำคัญกับการลดราคามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 และให้ความสำคัญสามารถแบ่งจ่ายเป็นงวด ๆ ได้มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 และให้ความสำคัญสามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทางเช่น ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ให้ความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72

กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับการมีโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 และให้ความสำคัญกับการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการเรียนมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และให้ความสำคัญกับการมี การลดราคามีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 และให้ความสำคัญกับการแบ่ง จ่ายเป็นงวดๆ ได้ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และให้ความสำคัญกับการ สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทางเช่น ผ่านบัตรเครดิตเซอร์วิส มีความสำคัญในระดับมากโดย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยด้านบุคคลากร

ปัจจัยด้านบุคคลากร	ผู้ปกครอง			ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่ได้อ่านได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย	4.51	0.67	มากที่สุด	4.44	0.77	มาก
2. อาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา	4.22	0.61	มาก	4.29	0.77	มาก
3. อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เรียน	4.19	0.81	มาก	4.27	0.82	มาก
4. มีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้	3.99	0.79	มาก	4.06	0.77	มาก
5. เจ้าหน้าที่มีความสามารถแนะนำในเรื่องการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี	4.06	0.80	มาก	4.14	0.79	มาก
6. เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	4.15	0.80	มาก	4.14	0.79	มาก
รวม	4.18	0.53	มาก	4.22	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย มีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.51 และให้ความสำคัญกับการอาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 และให้ความสำคัญกับการอาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 และให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 และให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่มีความสามารถแนะนำในเรื่องการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และให้ความสำคัญกับการมีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย มีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 และให้ความสำคัญกับการมีอาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 และให้ความสำคัญกับการมีอาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 และให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่มีความสามารถแนะนำในเรื่องการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี และการมีเจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง ที่มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 เท่ากัน และมีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยด้านทางกายภาพ

ปัจจัยด้านทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้	4.49	0.66	มาก	4.34	0.84	มาก
2. มีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสม ไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป	4.16	0.59	มาก	4.14	0.84	มาก
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน เทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต	4.12	0.77	มาก	4.20	0.84	มาก
4. มีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัด จนเกินไป	4.11	0.73	มาก	4.08	0.80	มาก
5. สถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มี บรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่ง ด้วยรูปภาพ	4.09	0.82	มาก	4.00	0.89	มาก
รวม	4.19	0.50	มาก	4.15	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการมีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49 และให้ความสำคัญกับการมีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และให้ความสำคัญกับการมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และให้ความสำคัญกับการมีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 และให้ความสำคัญกับการมีสถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09

กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับการมีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 และให้ความสำคัญกับการมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 และให้ความสำคัญกับการมีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 และให้ความสำคัญกับการมีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และให้ความสำคัญกับการมีสถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00

ตารางที่ 4.20 กระบวนการการให้บริการ

กระบวนการการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่ และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา	4.50	0.64	มากที่สุด	4.27	0.81	มาก
2. มีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครอง โดยผ่านทาง อีเมลล์ หรือ SMS	4.11	0.65	มาก	4.06	0.81	มาก
3. มีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ	4.17	0.81	มาก	4.12	0.83	มาก
4. เปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่าง ๆ ต่อสถาบันได้	3.99	0.82	มาก	3.96	0.86	มาก
5. มีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน	4.16	0.85	มาก	4.07	0.87	มาก
รวม	4.18	0.56	มาก	4.10	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการมีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา มีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 และให้ความสำคัญกับการมีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และให้ความสำคัญกับการมีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และให้ความสำคัญกับการมีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมลล์หรือ SMS มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 และให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่าง ๆ ต่อสถาบันได้ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับการมีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 และให้ความสำคัญกับการมีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และให้ความสำคัญกับการมีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 และให้ความสำคัญกับการมีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมลล์หรือ SMS มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่าง ๆ ต่อสถาบันได้ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96

4.3 ระดับความสำคัญปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน

ตารางที่ 4.21 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียน กวดวิชามีความเหมาะสมกับ สถานะทางเศรษฐกิจของ ผู้ปกครอง	4.37	1.00	มาก	4.32	0.91	มาก
2. ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การ เรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่า กับการใช้งาน	4.09	0.96	มาก	4.24	0.86	มาก
3. ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับ สถานะทางเศรษฐกิจของ ผู้ปกครอง	4.04	1.04	มาก	4.14	0.91	มาก
รวม	4.17	0.93	มาก	4.23	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชาที่มีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 และให้ความสำคัญกับการมีค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 และให้ความสำคัญกับการมีค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04

กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชามีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 และให้ความสำคัญกับการมีค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 และให้ความสำคัญกับการมีค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยด้านสังคม	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา	4.20	0.84	มาก	4.04	0.87	มาก
2. เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา	4.05	0.72	มาก	4.05	0.85	มาก
3. ค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา	4.00	0.85	มาก	3.91	0.88	มาก
รวม	4.08	0.68	มาก	4.00	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.22 กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 และให้ความสำคัญกับการมีเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และให้ความสำคัญกับการมีค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00

กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียน กวดวิชา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และให้ความสำคัญกับการมีสภาพ การแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 และให้ความสำคัญกับการคำนิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับ มากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยด้านทัศนคติ

ปัจจัยด้านทัศนคติ	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่ จำเป็นต่อความสำเร็จใน อนาคตของบุตรหลาน	4.45	0.77	มาก	4.22	0.91	มาก
2. การเรียนกวดวิชาทำให้เด็ก สอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้	4.17	0.84	มาก	4.18	0.82	มาก
3. การเรียนกวดวิชาเป็นการ ลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า	4.23	0.85	มาก	4.16	0.85	มาก
4. สิ่งการสอนในโรงเรียนกวดวิชา มีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าใน โรงเรียนปกติ	4.15	0.87	มาก	4.09	0.86	มาก
รวม	4.25	0.69	มาก	4.16	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่ จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลาน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 และให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่ามีความสำคัญในระดับ มากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 และให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียน ที่ต้องการได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และให้ความสำคัญกับสิ่งที่สอนใน

โรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15

กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลานมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 และให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และให้ความสำคัญกับสิ่งที่สอนในโรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09

ตารางที่ 4.24 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ระดับความสำคัญ					
	ผู้ปกครอง			นักเรียน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล
1. มีความชื่นชอบในอาจารย์ ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คน รู้จัก รุ่นพี่	4.08	1.02	มาก	4.12	0.89	มาก
2. มีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย	4.03	0.69	มาก	4.13	0.77	มาก
3. สถาบันกวดวิชามีการการันตี ว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบ หลักสูตร	4.12	0.77	มาก	4.18	0.83	มาก
รวม	4.08	0.69	มาก	4.14	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับสถาบันกวดวิชาที่มีการรันติว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบหลักสูตรมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และให้ความสำคัญกับการมีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอน เช่น ดารา นักแสดง คนรู้จัก รุ่นพี่ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และให้ความสำคัญกับการมีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03

กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับสถาบันกวดวิชาที่มีการรันติว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบหลักสูตรมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และให้ความสำคัญกับการมีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 และให้ความสำคัญกับการมีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คนรู้จัก รุ่นพี่ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน และผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คือ กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.1 คือ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ทดสอบความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

T-test		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการ เลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร					
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig
ผลิตภัณฑ์	1. โรงเรียนกวดวิชา ที่ท่านเรียนอยู่มี ชื่อเสียง	ผู้ปกครอง 200	4.59	0.69	2.71	398	0.007*
		นักเรียน 200	4.38	0.85			
	2. หลักสูตรการ เรียนมีระยะเวลา เรียนที่ชัดเจน	ผู้ปกครอง 200	4.32	0.53	0.15	398	0.881
		นักเรียน 200	4.31	0.79			
	3. หลักสูตรการ เรียนมีความเป็น มาตรฐาน	ผู้ปกครอง 200	4.19	0.72	0.39	398	0.7
		นักเรียน 200	4.16	0.84			
	4. มีการสอนที่ เข้าใจง่ายไม่ ซับซ้อนจนเกินไป	ผู้ปกครอง 200	3.9	0.74	-1.54	398	0.125
		นักเรียน 200	4.01	0.76			
	5. มีการสอนที่ หลากหลายไม่น่า เบื่อ	ผู้ปกครอง 200	4.02	0.87	-0.59	398	0.556
		นักเรียน 200	4.07	0.83			
รวม		ผู้ปกครอง 200	4.2	0.49	0.29	398	0.774
		นักเรียน 200	4.19	0.68			

จากตารางที่ 4.25 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นกรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 ทดสอบความแตกต่างของราคา

T-test		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือก สถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร					
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig
ปัจจัย ด้านราคา	1. ราคากับระยะเวลา ในการเรียนอยู่ใน เกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ	ผู้ปกครอง	0.84	0.84	2.36	398	0.019*
		นักเรียน	0.86	0.86			
	2. ราคากับสถานที่ เรียนมีความสอดคล้อง กัน	ผู้ปกครอง	0.7	0.7	0.59	398	0.558
		นักเรียน	0.83	0.83			
	3. ราคามีหลากหลาย ให้เลือกได้	ผู้ปกครอง	0.93	0.93	0.88	398	0.377
		นักเรียน	0.88	0.88			
	4. มีส่วนลดสำหรับ ลูกค้าที่จ่ายแบบบัตร เครดิต	ผู้ปกครอง	1.05	1.05	-0.26	398	0.792
		นักเรียน	0.84	0.84			
	5. มีส่วนลดสำหรับ ลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด	ผู้ปกครอง	1.07	1.07	-1.4	398	0.162
		นักเรียน	0.93	0.93			
	รวม	ผู้ปกครอง	0.69	0.69	0.46	398	0.648
		นักเรียน	0.71	0.71			

จากตารางที่ 4.26 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นกรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 ทดสอบความแตกต่างของสถานที่

T-test		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร					
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig
ปัจจัยด้านสถานที่	1. สถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะแก่ผู้เรียนต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน	ผู้ปกครอง 200	4.48	0.84	2.63	398	0.009*
		นักเรียน 200	4.26	0.8			
	2. สถานที่เรียนมีที่จอดรถที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้า	ผู้ปกครอง 200	4.15	0.81	1.1	398	0.272
		นักเรียน 200	4.06	0.83			
	3. ทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้เคียงกับที่พักหรือบ้าน	ผู้ปกครอง 200	3.99	0.89	-0.72	398	0.473
		นักเรียน 200	4.05	0.92			
	4. ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้า	ผู้ปกครอง 200	3.81	0.91	-0.95	398	0.341
		นักเรียน 200	3.89	0.76			
	5. มีป้าย และสัญลักษณ์ที่ชัดเจนมองเห็นได้ง่าย	ผู้ปกครอง 200	3.84	0.93	-1.75	398	0.082
		นักเรียน 200	4	0.84			
	รวม	ผู้ปกครอง 200	4.05	0.63	0.16	398	0.987
		นักเรียน 200	4.05	0.62			

จากตารางที่ 4.27 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นกรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 ทดสอบความแตกต่างของด้านการส่งเสริมการตลาด

T-test		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการ เลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร						
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig	
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	1. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่ออย่าง ต่อเนื่องเกี่ยวกับ สถาบันกวดวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา	ผู้ปกครอง	200	4.31	0.79	1.4	398	0.164
		นักเรียน	200	4.2	0.85			
	2. มีการแจกอุปกรณ์ การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการ เรียน	ผู้ปกครอง	200	4.21	0.66	0.48	398	0.63
		นักเรียน	200	4.18	0.79			
	3.มีการลดราคา	ผู้ปกครอง	200	4.09	0.88	0.22	398	0.823
		นักเรียน	200	4.07	0.91			
	4.สามารถชำระค่าเล่า เรียนได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ เซอร์วิส	ผู้ปกครอง	200	3.72	0.98	2.53	398	0.012*
		นักเรียน	200	3.96	0.91			
	5.สามารถแบ่งจ่ายเป็น งวด ๆ ได้	ผู้ปกครอง	200	3.9	1.1	1.45	398	0.147
		นักเรียน	200	4.05	0.88			
รวม		ผู้ปกครอง	200	4.05	0.63	0.94	398	0.521
		นักเรียน	200	4.09	0.71			

จากตารางที่ 4.28 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 ทดสอบความแตกต่างของด้านบุคลากร

T-test		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการ เลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร						
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig	
ด้าน บุคลากร	1. อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่ได้อ่านได้ง่ายมากขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย	ผู้ปกครอง	200	4.51	0.67	0.9	398	0.368
		นักเรียน	200	4.44	0.77			
	2. อาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา	ผู้ปกครอง	200	4.22	0.61	-1.07	398	0.282
		นักเรียน	200	4.29	0.77			
	3. อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน	ผู้ปกครอง	200	4.19	0.81	-0.98	398	0.326
		นักเรียน	200	4.27	0.82			
	4. มีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้	ผู้ปกครอง	200	3.99	0.79	-0.96	398	0.337
		นักเรียน	200	4.06	0.77			

ตารางที่ 4.29 ทดสอบความแตกต่างของด้านบุคลากร (ต่อ)

T-test		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการ เลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร					
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig
ด้าน บุคลากร	5. เจ้าหน้าที่มี ความสามารถและ แนวในเรื่องการเรียน	ผู้ปกครอง 200	4.06	0.8	-1	398	0.315
	การสอนได้เป็นอย่างดี	นักเรียน 200	4.14	0.79			
	6. เจ้าหน้าที่มีการให้ การบริการที่ดี มีการ ยิ้มแย้ม แจ่มใสและ เป็นกันเอง	ผู้ปกครอง 200	4.15	0.8	0.13	398	0.9
		นักเรียน 200	4.13	0.8			
	รวม	ผู้ปกครอง 200	4.18	0.53	-0.65	398	0.518
		นักเรียน 200	4.22	0.67			

จากตารางที่ 4.29 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นกรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 ทดสอบความแตกต่างของด้านทางกายภาพ

T-test		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร					
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig
ด้านทางกายภาพ	1. มีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน, โต๊ะเรียน, เก้าอี้	ผู้ปกครอง 200	4.49	0.66	1.98	398	0.048*
		นักเรียน 200	4.33	0.84			
	2. มีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป	ผู้ปกครอง 200	4.16	0.58	0.28	398	0.783
		นักเรียน 200	4.16	0.84			
	3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต	ผู้ปกครอง 200	4.12	0.77	-0.92	398	0.356
		นักเรียน 200	4.2	0.85			
	4. มีห้องเรียนที่สะอาดไม่แออัดจนเกินไป	ผู้ปกครอง 200	4.11	0.73	0.46	398	0.647
		นักเรียน 200	4.08	0.8			
	5. สถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน	ผู้ปกครอง 200	4.09	0.82	1.05	398	0.293
	เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ	นักเรียน 200	4	0.89			
	รวม	ผู้ปกครอง 200	4.19	0.5	0.72	398	0.475
		นักเรียน 200	4.15	0.71			

จากตารางที่ 4.30 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นกรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 ทดสอบความแตกต่างของด้านกระบวนการให้บริการ

T-test		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร					
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig
ด้านกระบวนการให้บริการ	1. มีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา	ผู้ปกครอง 200	4.5	0.64	3.14	398	0.002*
		นักเรียน 200	4.27	0.81			
	2. มีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทางอีเมลล์หรือSMS	ผู้ปกครอง 200	4.11	0.65	0.61	398	0.542
		นักเรียน 200	4.06	0.81			
	3. มีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ	ผู้ปกครอง 200	4.17	0.81	0.61	398	0.543
		นักเรียน 200	4.12	0.83			
	4. เปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่างๆต่อสถาบันได้	ผู้ปกครอง 200	3.99	0.82	0.3	398	0.765
		นักเรียน 200	3.96	0.86			
	5. มีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน	ผู้ปกครอง 200	4.16	0.85	1.04	398	0.297
		นักเรียน 200	4.07	0.87			
	รวม	ผู้ปกครอง 200	4.18	0.56	1.38	398	0.167
		นักเรียน 200	4.1	0.71			

จากตารางที่ 4.31 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อบัญชีที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นกรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 ทดสอบความแตกต่างของด้านเศรษฐกิจ

T-test			การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อ การเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร					
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา			N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig
ด้านเศรษฐกิจ	1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชามีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง	ผู้ปกครอง	200	4.37	1	0.574	398	0.565
		นักเรียน	200	4.32	0.91			
	2. ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน	ผู้ปกครอง	200	4.09	0.96	-1.6	398	0.111
		นักเรียน	200	4.24	0.86			
	3.ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง	ผู้ปกครอง	200	4.04	1.04	-1.03	398	0.305
		นักเรียน	200	4.14	0.91			
	รวม	ผู้ปกครอง	200	4.17	0.93	-0.72	398	0.475
		นักเรียน	200	4.23	0.84			

จากตารางที่ 4.32 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นกรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.33 ทดสอบความแตกต่างของด้านสังคม

		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน ต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้น เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร					
T-test							
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig
ด้านสังคม	1. สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา	ผู้ปกครอง 200	4.2	0.84	1.924	398	0.055
		นักเรียน 200	4.04	0.87			
	2. เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา	ผู้ปกครอง 200	4.06	0.72	0.063	398	0.95
		นักเรียน 200	4.05	0.84			
	3. ค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา	ผู้ปกครอง 200	3.99	0.85	0.927	398	0.354
		นักเรียน 200	3.91	0.87			
รวม		ผู้ปกครอง 200	4.08	0.68	1.132	398	0.258
		นักเรียน 200	4	0.79			

จากตารางที่ 4.33 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นกรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 ทดสอบความแตกต่างของด้านทัศนคติ

T-test			การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน ต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้น เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร					
			ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา	N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df
ด้านทัศนคติ	1.การเรียนรู้กวดวิชา เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อ ความสำเร็จในอนาคต ของบุตรหลาน	ผู้ปกครอง	200	4.45	0.77	2.72	398	0.007*
	นักเรียน	200	4.22	0.91				
	2.การเรียนรู้กวดวิชา ทำให้เด็กสอบเข้า โรงเรียนที่ต้องการได้	ผู้ปกครอง	200	4.17	0.84	-0.12	398	0.904
	นักเรียน	200	4.18	0.82				
	3.การเรียนรู้กวดวิชา เป็นการลงทุน รูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า	ผู้ปกครอง	200	4.23	0.85	0.879	398	0.38
	นักเรียน	200	4.16	0.85				
	4.สิ่งที่สอนใน โรงเรียนกวดวิชามี เนื้อหาและรูปแบบ ดีกว่าในโรงเรียนปกติ	ผู้ปกครอง	200	4.15	0.86	0.755	398	0.451
	นักเรียน	200	4.09	0.85				
	รวม	ผู้ปกครอง	200	4.25	0.69	1.23	398	0.22
	นักเรียน	200	4.16	0.77				

จากตารางที่ 4.34 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นกรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.35 ทดสอบความแตกต่างของด้านปัจจัยด้านแรงจูงใจ

T-test		การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน ต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้น เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร					
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา		N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	df	Sig
ด้าน ปัจจัยด้าน แรงจูงใจ	1. มีความชื่นชอบ ในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คน รู้จัก รุ่นพี่	ผู้ปกครอง 200	4.08	1.02	-0.366	398	0.714
		นักเรียน 200	4.12	0.89			
	2. มีเพื่อนไปเรียน กวดวิชาด้วย	ผู้ปกครอง 200	4.03	0.68	-1.369	398	0.172
		นักเรียน 200	4.13	0.77			
	3.สถาบันกวดวิชามี การการันตีว่าจะสอบ ได้หลังจากเรียนจบ หลักสูตร	ผู้ปกครอง 200	4.12	0.77	-0.747	398	0.455
		นักเรียน 200	4.18	0.83			
	รวม	ผู้ปกครอง 200	4.08	0.69	-0.923	398	0.357
		นักเรียน 200	4.14	0.71			

จากตารางที่ 4.35 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้น กรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ปกครอง และนักเรียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	โรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียง	4.60	โรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียง	4.38
2	หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน	4.32	หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน	4.31
3	หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน	4.19	หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน	4.16
4	มีการสอนที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนจนเกินไป	4.02	มีการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ	4.07
5	มีการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ	3.9	มีการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป	4.01

จากตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียงโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.60 ลำดับที่ 2 หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ลำดับที่ 3 หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ลำดับที่ 4 มีการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 และลำดับที่ 5. มีการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียงโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 ลำดับที่ 2 หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 ลำดับที่ 3 หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 ลำดับที่ 4 มีการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 และลำดับที่ 5 มีการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.01

ตารางที่ 4.37 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านราคาผู้ประกอบการและนักเรียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์				
ลำดับ	ผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	โรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียง	4.60	โรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียง	4.38
2	หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน	4.32	หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน	4.31
3	หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน	4.19	หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน	4.16
4	มีการสอนที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนจนเกินไป	4.02	มีการสอนที่หลากหลาย ไม่น่าเบื่อ	4.07
5	มีการสอนที่หลากหลาย ไม่น่าเบื่อ	3.9	มีการสอนที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนจนเกินไป	4.01

จากตารางการที่ 4.37 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา

กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ

พบว่าผู้ประกอบการได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 ได้แก่ ราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ลำดับที่ 2 ราคากับสถานที่เรียนมีความสอดคล้องกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 ลำดับที่ 3 ราคามีหลากหลายให้เลือกได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 และลำดับที่ 4 มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิตและมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 3.77

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 ราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 ลำดับที่ 2 ราคากับสถานที่เรียนมีความสอดคล้องกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 ลำดับที่ 3 มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 ลำดับที่ 4 ราคามีหลากหลายให้เลือกได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 และลำดับที่ 5 มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80

ตารางที่ 4.38 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านสถานที่ผู้ปกครองและนักเรียน

ปัจจัยด้านสถานที่				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	สถานที่ต้องเงียบสงบ เหมาะแก่ผู้เรียน ต้องไม่มี เสียงรบกวนสมาธิแก่ ผู้เรียน	4.48	สถานที่ต้องเงียบสงบ เหมาะแก่ผู้เรียน ต้องไม่มี เสียงรบกวนสมาธิแก่ ผู้เรียน	4.26
2	สถานที่เรียนมีที่จอดรถ ที่สะดวกสบายสำหรับ ลูกค้า	4.15	สถานที่เรียนมีที่จอดรถที่ สะดวกสบายสำหรับ ลูกค้า	4.06
3	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ เรียนใกล้กับที่พักหรือ บ้าน	3.99	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ เรียนใกล้กับที่พักหรือ บ้าน	4.05
4	มีป้ายและสัญลักษณ์ที่ ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย	3.84	มีป้ายและสัญลักษณ์ที่ ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย	3.99
5	ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่ง ห้างสรรพสินค้า	3.81	ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่ง ห้างสรรพสินค้า	3.89

จากตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านสถานที่
กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 สถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะแก่ผู้เรียน ต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.48 ลำดับที่ 2 สถานที่เรียนมีที่จอดรถที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้าโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 ลำดับที่ 3 ทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 ลำดับที่ 4 มีป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 3.84 และลำดับที่ 5 ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 สถานที่ต้องเจียบสงบเหมาะแก่ผู้เรียน ต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 ลำดับที่ 2 สถานที่เรียนมีที่จอดรถที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 ลำดับที่ 3 ทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 ลำดับที่ 4 มีป้าย และสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 3.99 และลำดับที่ 5 ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ปกครองและนักเรียน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่าง ต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวด วิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา	4.31	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่ออย่าง ต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวด วิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา	4.2
2	มีการแจกอุปกรณ์การเรียน ฟรี เช่น เอกสารประกอบการ เรียน	4.21	มีการแจกอุปกรณ์การเรียน ฟรี เช่น เอกสาร ประกอบการเรียน	4.18
3	มีการลดราคา	4.09	มีการลดราคา	4.07
4	สามารถแบ่งจ่ายเป็น งวด ๆ ได้	3.9	สามารถแบ่งจ่ายเป็น งวด ๆ ได้	4.05
5	สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้ หลายช่องทางเช่น ผ่าน เคาน์เตอร์เซอร์วิส	3.72	สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้ หลายช่องทางเช่น ผ่าน เคาน์เตอร์เซอร์วิส	3.96

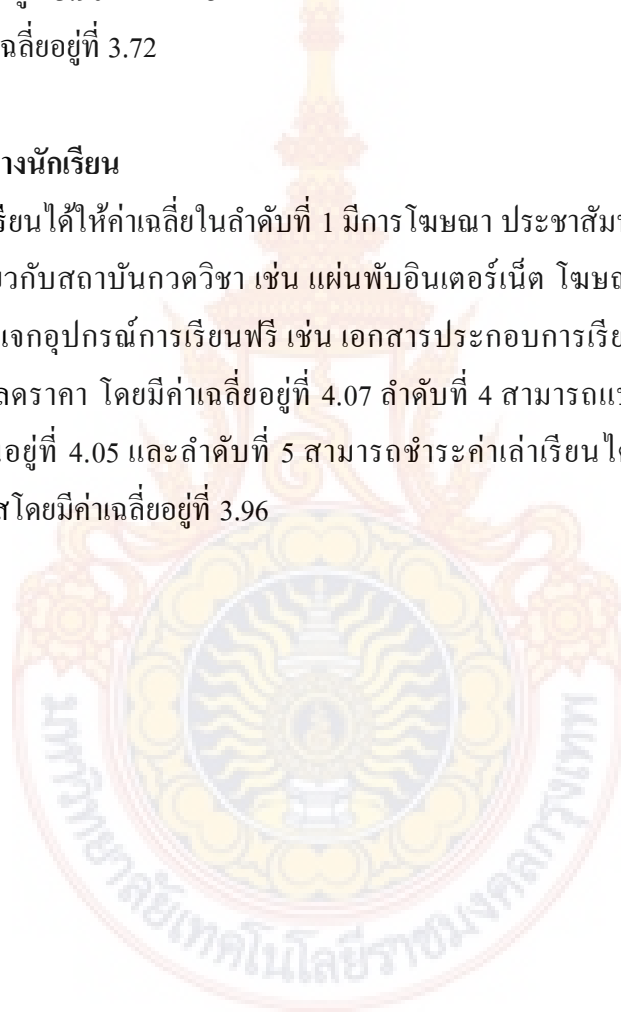
จากตารางการที่ 4.39 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 ลำดับที่ 2 มีการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 ลำดับที่ 3 มีการลดราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 ลำดับที่ 4 สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้ โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 3.90 ลำดับที่ 5 สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทางเช่น ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 ลำดับที่ 2 มีการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 ลำดับที่ 3 มีการลดราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 ลำดับที่ 4 สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้ โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 4.05 และลำดับที่ 5 สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96



ตารางที่ 4.40 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้ปกครองและนักเรียน

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่ได้อ่านมากขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย	4.51	อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่ได้อ่านมากขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย	4.44
2	อาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา	4.22	อาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา	4.29
3	อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน	4.19	อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน	4.27
4	เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	4.15	เจ้าหน้าที่มีความสามารถและแนวในเรื่องการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี	4.14
5	เจ้าหน้าที่มีความสามารถและแนวในเรื่องการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี	4.06	เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	4.14
6	มีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้	3.99	มีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้	4.06

จากตารางที่ 4.40 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านบุคลิกภาพ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่ได้อ่านมากขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.51 ลำดับที่ 2 มีอาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ลำดับที่ 3 มีอาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ลำดับที่ 4 เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่

4.15 ลำดับที่ 5 เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถแนะแนวในเรื่องการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และลำดับที่ 6 ให้ความสำคัญกับมีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่ได้อ่านมากขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 ลำดับที่ 2 มีอาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ลำดับที่ 3 มีอาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ลำดับที่ 4 เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถแนะแนวในเรื่องการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดีและเจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 4.14 และลำดับที่ 5 มีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้ โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 4.06

ตารางที่ 4.41 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านทางกายภาพผู้ปกครองและนักเรียน

ปัจจัยด้านทางกายภาพ				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	มีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้	4.49	มีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน, โต๊ะเรียน, เก้าอี้	4.34
2	มีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสม ไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป	4.16	มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต	4.20
3	มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต	4.12	มีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสม ไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป	4.14
4	มีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป	4.11	มีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป	4.08
5	สถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ	4.09	สถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ	4.00

จากตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านทางกายภาพ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 ให้ความสำคัญกับมีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49 ลำดับที่ 2 มีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 ลำดับที่ 3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ลำดับที่ 4 มีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 4.11 และลำดับที่ 5 สถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 มีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 ลำดับที่ 2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 ลำดับที่ 3 มีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 ลำดับที่ 4 มีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 4.08 และลำดับที่ 5 สถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00

ตารางที่ 4.42 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้ปกครองและนักเรียน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	มีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา	4.5	มีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา	4.27
2	มีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน	4.17	มีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน	4.12
3	เปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่างๆต่อสถาบันได้	4.16	เปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่างๆต่อสถาบันได้	4.07

ตารางที่ 4.42 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้ปกครอง และนักเรียน (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
4	มีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ	4.11	มีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ	4.06
5	มีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมลล์หรือSMS	3.99	มีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมลล์หรือSMS	3.96

จากตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 มีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 ลำดับที่ 2 มีกระบวนการขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 ลำดับที่ 3 เปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่างๆต่อสถาบันได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 ลำดับที่ 4 มีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 และลำดับที่ 5 มีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมลล์หรือSMS โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 3.99

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 มีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ลำดับที่ 2 มีกระบวนการขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ลำดับที่ 3 เปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่างๆต่อสถาบันได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 ลำดับที่ 4 มีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และลำดับที่ 5 มีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมลล์หรือ SMS โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ 3.96

ตารางที่ 4.43 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจผู้ปกครองและนักเรียน

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชามีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง	4.37	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชามีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง	4.32
2	ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน	4.09	ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน	4.24
3	ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง	4.04	ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง	4.14

จากตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชามีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 ลำดับที่ 2 ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 และลำดับที่ 3 ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชามีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ลำดับที่ 2 ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 และลำดับที่ 3 ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14

ตารางที่ 4.44 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านสังคมผู้ปกครองและนักเรียน

ปัจจัยด้านสังคม				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา	4.2	เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา	4.05
2	เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา	4.06	สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา	4.04
3	ค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา	3.99		3.91

จากตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านสังคม

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 ลำดับที่ 2 เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และลำดับที่ 3 ค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 ลำดับที่ 2 สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 และลำดับที่ 3 ค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91

ตารางที่ 4.45 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติผู้ปกครองและนักเรียน

ปัจจัยด้านทัศนคติ				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลาน	4.45	การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลาน	4.22
2	การเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า	4.23	การเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้	4.18
3	การเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้	4.17	การเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า	4.16
4	สิ่งที่สอนในโรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติ	4.15	สิ่งที่สอนในโรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติ	4.09

จากตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านทัศนคติ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 ลำดับที่ 2 การเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 ลำดับที่ 3 การเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และลำดับที่ 4 สิ่งการสอนในโรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ลำดับที่ 2 การเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 ลำดับที่ 3 การเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และลำดับที่ 4 สิ่งการสอนในโรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09

ตารางที่ 4.46 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจผู้ปกครองและนักเรียน

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ				
ลำดับ	ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	นักเรียน	$\bar{X}$
1	สถาบันกวดวิชาที่มีการการันตีว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบหลักสูตร	4.12	สถาบันกวดวิชาที่มีการการันตีว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบหลักสูตร	4.18
2	เพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย	4.08	เพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย	4.13
	มีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คนรู้จัก รุ่นพี่	4.03	มีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คนรู้จัก รุ่นพี่	4.12

จากตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านแรงจูงใจ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่าผู้ปกครองได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 สถาบันกวดวิชาที่มีการการันตีว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบหลักสูตร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ลำดับที่ 2 มีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และลำดับที่ 3 การมีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คนรู้จัก รุ่นพี่ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

พบว่านักเรียนได้ให้ค่าเฉลี่ยในลำดับที่ 1 สถาบันกวดวิชาที่มีการการันตีว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบหลักสูตร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 ลำดับที่ 2 มีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 และลำดับที่ 3 การมีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คนรู้จัก รุ่นพี่ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12

4.5 การวิเคราะห์ Factor Analysis

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้ปกครองและนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ในระดับที่ต่างกัน แต่ยังไม่ทราบถึงระดับอิทธิพลว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลมากน้อยกว่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเพิ่มเติมด้วยวิธี Factor Analysis โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

การวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางด้านการตลาดที่มีผลต่อปัจจัยเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของผู้ปกครองโดยใช้วิธี Principal Component Analysis จะได้ผลตามภาพที่ 4.1 ซึ่งพบว่ายังไม่สามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจึงทำการ Rotate ด้วยวิธี Varimax ทำให้ได้ผลตามภาพ



Component Matrix^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
ProdA1.1		.504		-.375	-.367	.378	
ProdA1.2	.557						
ProdA1.3	.474			-.320	.431		
ProdA1.4	.546				.526		
ProdA1.5	.534				.561		.312
PriA2.1	.484	.454					-.458
PriA2.2	.557		-.334				-.513
PriA2.3	.683						
PriA2.4	.578		-.397				
PriA2.5	.613		-.345				
PlaA3.1	.342	.332	-.504	.386			
PlaA3.2	.525		-.443				
PlaA3.3	.602		-.315	.306			
PlaA3.4	.633				-.388		
PlaA3.5	.674						
PromA4.1	.334	.652				.359	
PromA4.2	.521						
PromA4.3	.643						
PromA4.4	.697						
PromA4.5	.700	-.309					
ProsA5.1	.426	.440					
ProsA5.2	.575			.424			
ProsA5.3	.614						
ProsA5.4	.603						
ProsA5.5	.571	-.396	.305				
ProsA5.6	.598		.304				
PhyA6.1	.329	.582	.367				
PhyA6.2	.482		.362	.312			
PhyA6.3	.582		.366				
PhyA6.4	.575		.339				
PhyA6.5	.505		.364	-.416			
SerA7.1		.617					
SerA7.2	.582	.378					
SerA7.3	.542		.317			-.470	
SerA7.4	.689					-.376	
SerA7.5	.584					-.333	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ปกครองในระดับความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางด้านการตลาด

Rotated Component Matrix^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
ProdA1.1						.839	
ProdA1.2						.421	
ProdA1.3				.705			
ProdA1.4				.846			
ProdA1.5				.844			
PriA2.1							.763
PriA2.2							.826
PriA2.3	.337			.441			.510
PriA2.4		.440		.415		.314	
PriA2.5	.353	.457		.315		.349	
PlaA3.1		.729					
PlaA3.2		.682					
PlaA3.3		.715					
PlaA3.4	.474	.362	.317			.356	
PlaA3.5	.335	.312	.496			.322	
PromA4.1					.537	.623	
PromA4.2	.326	.375					
PromA4.3	.527	.454					
PromA4.4	.563	.493					
PromA4.5	.553	.539					
ProsA5.1					.727		
ProsA5.2	.478	.308			.427		
ProsA5.3	.664						
ProsA5.4	.716						
ProsA5.5	.802						
ProsA5.6	.652						
PhyA6.1					.791		
PhyA6.2	.312				.633		
PhyA6.3	.630						
PhyA6.4	.614		.342				
PhyA6.5	.469					.421	
SerA7.1			.375		.488		
SerA7.2		.303	.487		.304		
SerA7.3			.734				
SerA7.4			.742				
SerA7.5			.625				

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 14 iterations.

ภาพที่ 4.2 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดจากกลุ่มผู้ประกอบการ

จากภาพที่ 4.2 สามารถเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดจากกลุ่มผู้ประกอบการคือ

1. ด้านบุคลากร
2. ด้านสถานที่
3. ด้านกระบวนการให้บริการ
4. ด้านผลิตภัณฑ์
5. ด้านทางกายภาพ
6. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และ
7. ด้านราคา

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางด้านการตลาดที่มีผลต่อปัจจัยเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนโดยใช้วิธี Principal Component Analysis จะได้ผลตามภาพที่ 4.3 ซึ่งพบว่ายังไม่สามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจึงทำการ Rotate ด้วยวิธี Varimax ทำให้ได้ผลตามภาพที่ 4.3

Component Matrix^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
ProdC1.1	.608	.420		-.307			
ProdC1.2	.698	.330					
ProdC1.3	.727	.301					
ProdC1.4	.614		-.398	.398			
ProCA1.5	.611	.366	-.369				
PriC2.1	.727					-.381	
PriC2.2	.672	.338					
PriC2.3	.651	.435					
PriC2.4	.489	.543			-.394		
PriC2.5	.620	.393					
PlaC3.1	.687						.401
PlaC3.2	.594			.435			.451
PlaC3.3	.623			.363			.323
PlaC3.4	.432	.335	.351				
PlaC3.5	.560	.367	.347				
PromC4.1	.629		.386				
PromC4.2	.690						
PromC4.3	.686		.343				
PromC4.4	.576		.509				-.405
PromC4.5	.656		.452				
ProsC5.1	.818						
ProsC5.2	.802						
ProsC5.3	.756						
ProsC5.4	.699						
ProsC5.5	.659						
ProsC5.6	.750						
PhyC6.1	.786						
PhyC6.2	.791						
PhyC6.3	.718						
PhyC6.4	.720						
PhyC6.5	.662			-.305			
SerC7.1	.760			-.366			
SerC7.2	.737						
SerC7.3	.726				-.358		
SerC7.4	.713				-.395		
SerC7.5	.663				-.305		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

ภาพที่ 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลของนักเรียนในระดับความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางด้านการตลาด

Rotated Component Matrix^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
ProdC1.1			.308	.325		.657	
ProdC1.2		.415		.582		.340	
ProdC1.3				.733			
ProdC1.4				.848			
ProCA1.5			.337	.741			
PriC2.1		.476	.613				
PriC2.2			.633				
PriC2.3			.751				
PriC2.4			.742				
PriC2.5			.691				
PlaC3.1		.367					.681
PlaC3.2							.777
PlaC3.3					.305		.703
PlaC3.4						.729	
PlaC3.5			.326			.723	
PromC4.1		.309			.381	.585	
PromC4.2		.386			.549		.391
PromC4.3					.731		
PromC4.4					.823		
PromC4.5					.746		
ProsC5.1	.394	.677				.313	
ProsC5.2	.419	.602					
ProsC5.3	.466	.620					
ProsC5.4		.698		.304			
ProsC5.5		.754					
ProsC5.6	.339	.706					
PhyC6.1	.565	.487					
PhyC6.2	.614	.384					
PhyC6.3	.682						
PhyC6.4	.588				.305		
PhyC6.5	.490					.475	
SerC7.1	.626	.455	.314				
SerC7.2	.684						
SerC7.3	.753						
SerC7.4	.729						
SerC7.5	.620						

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

ภาพที่ 4.4 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดจากกลุ่มนักเรียน

จากภาพที่ 4.4 สามารถเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดจากกลุ่มนักเรียนคือ 1. ด้านกระบวนการให้บริการ 2. ด้านบุคลากร 3. ด้านราคา 4. ด้านผลิตภัณฑ์ 5. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด 6. ด้านสถานที่และ 7. ด้านทางกายภาพ

จากการวิเคราะห์ด้วย Factor Analysis สามารถสรุปลำดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มนักเรียนได้ ดังตารางที่

ตารางที่ 4.47 การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มนักเรียน

ลำดับ	ผู้ประกอบการ	นักเรียน
1.	ด้านบุคคลากร	กระบวนการให้บริการ
2.	ด้านสถานที่	ด้านบุคคลากร
3.	ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านราคา
4.	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านผลิตภัณฑ์
5.	ด้านทางกายภาพ	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
6.	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ด้านสถานที่
7.	ด้านราคา	ด้านทางกายภาพ

จากตารางที่ 4.47 สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการและนักเรียนได้ให้ลำดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกันดังนี้ ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญใน 3 อันดับ ได้แก่ 1. ด้านบุคคลากร อันดับที่ 2 ด้านสถานที่ และอันดับที่ 3 ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนนักเรียน ได้ให้ความสำคัญใน 3 อันดับ ได้แก่ อันดับที่ 1 กระบวนการให้บริการ อันดับที่ 2 ด้านบุคคลากร และอันดับที่ 3 ด้านราคา

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีผลต่อปัจจัยเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของผู้ประกอบการโดยใช้วิธี Principal Component Analysis จะได้ผลตามภาพที่ 4.5 ซึ่งพบว่ายังไม่สามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจึงทำการ Rotate ด้วยวิธี Varimax ทำให้ได้ผลตามภาพที่ 4.6

Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
EcoA1.1	.468	.819		
EcoA1.2	.472	.784		
EcoA1.3	.546	.661		
ScoA2.1	.610		-.403	.435
ScoA2.2	.635		-.455	.453
ScoA2.3	.709			
AttA3.1	.654			-.370
AttA3.2	.701	-.338		-.354
AttA3.3	.677	-.474		-.316
AttA3.4	.628	-.469		
MotA4.1	.487		.648	.324
MotA4.2	.646		.541	
MotA4.3	.586		.520	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

ภาพที่ 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ปกครองในระดับความสำคัญ
ของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
EcoA1.1		.936		
EcoA1.2		.935		
EcoA1.3		.860		
ScoA2.1			.811	
ScoA2.2			.872	
ScoA2.3	.377		.672	
AttA3.1	.755			
AttA3.2	.829			
AttA3.3	.856			
AttA3.4	.711		.318	
MotA4.1				.867
MotA4.2				.779
MotA4.3	.349			.727

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

ภาพที่ 4.6 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มผู้ปกครอง

จากภาพที่ 4.6 สามารถเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มของผู้ปกครองคือ 1. ด้านทัศนคติ 2. ด้านเศรษฐกิจ 3. ด้านสังคมและ 4. ด้านแรงจูงใจ

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีผลต่อปัจจัยเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนโดยใช้วิธี Principal Component Analysis จะได้ผลตามภาพที่ 4.5.7 ซึ่งพบว่ายังไม่สามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจึงทำการ Rotate ด้วยวิธี Varimax ทำให้ได้ผลตามภาพที่ 4.5.8

Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
EcoC1.1	.790	.404		
EcoC1.2	.764	.459		
EcoC1.3	.748	.427		
ScoC2.1	.817			.385
ScoC2.2	.816			.435
ScoC2.3	.695			.429
AttC3.1	.816	-.319		
AttC3.2	.767	-.461		
AttC3.3	.748	-.464		
AttC3.4	.755	-.413		
MotC4.1	.624	.330	.417	
MotC4.2	.713		.552	
MotC4.3	.718		.524	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

ภาพที่ 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลของนักเรียนในระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
EcoC1.1		.834		
EcoC1.2		.846		
EcoC1.3		.852		
ScoC2.1	.331		.772	
ScoC2.2	.345		.825	
ScoC2.3			.784	
AttC3.1	.774			
AttC3.2	.871			
AttC3.3	.854			
AttC3.4	.739		.412	
MotC4.1		.369		.711
MotC4.2				.830
MotC4.3				.801

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

ภาพที่ 4.8 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มนักเรียน

จากภาพที่ 4.8 สามารถเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มของนักเรียนคือ 1. ด้านทัศนคติ 2. ด้านเศรษฐกิจ 3. ด้านสังคมและ 4. ด้านแรงจูงใจ

จากการวิเคราะห์ด้วย **Factor Analysis** สามารถสรุปลำดับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มนักเรียนได้ ดังตารางที่

ตารางที่ 4.48 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มนักเรียน

ลำดับ	ผู้ประกอบการ	นักเรียน
1.	ด้านทัศนคติ	ด้านทัศนคติ
2.	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านเศรษฐกิจ
3.	ด้านสังคม	ด้านสังคม
4.	ด้านแรงจูงใจ	ด้านแรงจูงใจ

จากตารางที่ 4.48 สามารถสรุปได้ว่า ผู้ปกครองและนักเรียนได้ให้ลำดับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ไม่แตกต่างกันดังนี้ ผู้ปกครองได้ให้ความสำคัญใน 3 อันดับ ได้แก่ 1. ด้านทัศนคติ อันดับที่ 2 ด้านเศรษฐกิจและอันดับที่ 3 ด้านสังคม ส่วนนักเรียน ได้ให้ความสำคัญใน 3 อันดับ ได้แก่ อันดับที่ 1 ด้านทัศนคติ 2. ด้านเศรษฐกิจและอันดับที่ 3 ด้านสังคม

กลุ่มตัวอย่างผู้ปกครอง

การวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีผลต่อปัจจัยเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของผู้ปกครองโดยใช้วิธี Principal Component Analysis จะได้ผลตามภาพที่ 4.9 ซึ่งพบว่ายังไม่สามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจึงทำการ Rotate ด้วยวิธี Varimax ทำให้ได้ผลตามภาพที่ 4.10



Component Matrix^a

	Component										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ProdA1.1	.311	.436		.349	-.360			.386			
ProdA1.2	.553										
ProdA1.3	.419					.531					
ProdA1.4	.503					.467					
ProdA1.5	.492					.487					
PriA2.1	.487									-.329	
PriA2.2	.551					.367				-.342	
PriA2.3	.677					.375					
PriA2.4	.577										
PriA2.5	.628			-.314							
PlaA3.1	.375	.540			.313						
PlaA3.2	.545	.423	-.312								
PlaA3.3	.605			-.348							
PlaA3.4	.642				-.310						
PlaA3.5	.630				-.353						
PromA4.1	.329	.341		.563				.343			
PromA4.2	.528				.332						
PromA4.3	.628										
PromA4.4	.686										
PromA4.5	.695			-.303							
ProsA5.1	.397			.511	.375						
ProsA5.2	.538				.427						
ProsA5.3	.568	-.390									
ProsA5.4	.569	-.333									
ProsA5.5	.556	-.415									
ProsA5.6	.586	-.347									
PhyA6.1	.326			.623							
PhyA6.2	.473			.366	.317						
PhyA6.3	.580										
PhyA6.4	.540	-.421					-.381				
PhyA6.5	.474						-.386				
SerA7.1		.329		.506							.317
SerA7.2	.590										
SerA7.3	.496							-.399			
SerA7.4	.657							-.309			
SerA7.5	.565										-.308
EcoA1.1	.313	.754									
EcoA1.2	.394	.652		-.353							
EcoA1.3	.486	.507		-.372							
ScoA2.1	.352	.372	.357				-.392				
ScoA2.2	.398		.483				-.412			.321	
ScoA2.3	.391		.590								
AttA3.1	.424		.508								-.363
AttA3.2	.502		.568								
AttA3.3	.482		.619								
AttA3.4	.453		.595								
MotA4.1		.565		.389	-.328						
MotA4.2	.302	.363	.485				.365				
MotA4.3	.409		.449				.390				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 11 components extracted.

ภาพที่ 4.9 การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางด้านการตลาด

ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มของผู้ปกครอง

Rotated Component Matrix^a

	Component										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ProdA1.1							.796				
ProdA1.2	.397										
ProdA1.3						.672					
ProdA1.4	.375					.805					
ProdA1.5	.342					.777					
PriA2.1									.723		
PriA2.2	.332								.766		
PriA2.3	.528					.360			.459		
PriA2.4	.527					.339					
PriA2.5	.619										
PlaA3.1		.677								-.300	
PlaA3.2	.340	.629									
PlaA3.3	.625	.370									
PlaA3.4	.712										
PlaA3.5	.653										.306
PromA4.1			.488				.663				
PromA4.2	.448										
PromA4.3	.722										
PromA4.4	.757										
PromA4.5	.778										
ProsA5.1			.672								
ProsA5.2	.580		.370								
ProsA5.3	.744										
ProsA5.4	.696										-.300
ProsA5.5	.658									.442	
ProsA5.6	.542									.488	
PhyA6.1			.815								
PhyA6.2	.335		.661								
PhyA6.3	.529									.440	
PhyA6.4	.499									.455	.339
PhyA6.5	.374						.315			.595	
SerA7.1			.504		.326				.348		
SerA7.2	.370		.316		.321				.348		
SerA7.3	.446		.308								.517
SerA7.4	.533										.597
SerA7.5	.420										.636
EcoA1.1		.916									
EcoA1.2		.893									
EcoA1.3		.820									
ScoA2.1								.774			
ScoA2.2								.824			
ScoA2.3				.344				.589			
AttA3.1				.765							
AttA3.2	.301			.790							
AttA3.3				.669							
AttA3.4	.349			.470	.336			.341			
MotA4.1					.698		.427				
MotA4.2				.302	.676						
MotA4.3					.724						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Quartimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 12 iterations.

ภาพที่ 4.10 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มของผู้ปกครอง

จากภาพที่ 4.10 สามารถเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มของผู้ปกครองคือ 1. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด 2. ด้านเศรษฐกิจ 3. ด้านบุคคลากร 4. ด้านทัศนคติ 5. ด้านแรงจูงใจ 6. ด้านผลิตภัณฑ์ 7. ด้านสถานที่ 8. ด้านสังคม 9. ด้านราคา 10. ด้านทางกายภาพและ 11. ด้านกระบวนการให้บริการ

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีผลต่อปัจจัยเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนโดยใช้วิธี Principal Component Analysis จะได้ผลตามภาพที่ 4. 11 ซึ่งพบว่ายังไม่สามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจึงทำการ Rotate ด้วยวิธี Varimax ทำให้ได้ผลตามภาพที่ 4. 12



Component Matrix^a

	Component										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ProdC1.1	.593	.421									
ProdC1.2	.674	.387									
ProdC1.3	.702	.329									
ProdC1.4	.593			.392	.325						
ProCA1.5	.585	.350		.399							
PriC2.1	.690	.366									
PriC2.2	.659	.316									
PriC2.3	.611	.440									
PriC2.4	.472	.389				.318		-.300			
PriC2.5	.589	.368				.310					
PlaC3.1	.644							.330			
PlaC3.2	.571				.371						
PlaC3.3	.585			-.331	.378						
PlaC3.4	.405	.359					.373			.426	
PlaC3.5	.523	.431									
PromC4.1	.613			-.404							
PromC4.2	.686			-.313							
PromC4.3	.709										
PromC4.4	.616		.374		.324						
PromC4.5	.667			-.370							
ProsC5.1	.800										
ProsC5.2	.786										
ProsC5.3	.743										
ProsC5.4	.675		-.341			-.336					
ProsC5.5	.627		-.397								
ProsC5.6	.724		-.376								
PhyC6.1	.787										
PhyC6.2	.795										
PhyC6.3	.731								.322		
PhyC6.4	.715								.366		
PhyC6.5	.643										
SerC7.1	.754				-.354						
SerC7.2	.740										
SerC7.3	.737										
SerC7.4	.722										
SerC7.5	.666										.441
EcoC1.1	.689		.442								
EcoC1.2	.682		.482								
EcoC1.3	.625		.506								
ScoC2.1	.733	-.383									
ScoC2.2	.718	-.384									
ScoC2.3	.573									.371	
AttC3.1	.711	-.379									
AttC3.2	.708	-.341					.316				
AttC3.3	.647	-.379					.305				
AttC3.4	.638	-.409									
MotC4.1	.535		.430		-.393						
MotC4.2	.679						-.315	.364			
MotC4.3	.649							.332			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 11 components extracted.

ภาพที่ 4.11 การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางด้านการตลาด
ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มของนักเรียน

Rotated Component Matrix^a

	Component										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ProdC1.1	.526					.306	.349				
ProdC1.2	.610			.486							
ProdC1.3	.623			.621							
ProdC1.4	.506			.760							
ProCA1.5	.496			.668							
PriC2.1	.648		.458								
PriC2.2	.576		.496								
PriC2.3	.533		.655								
PriC2.4	.362		.729								
PriC2.5	.508		.628								
PlaC3.1	.637							.513			
PlaC3.2	.538							.619			
PlaC3.3	.537							.596			
PlaC3.4	.312					.848					
PlaC3.5	.451					.691					
PromC4.1	.604										
PromC4.2	.680							.401			
PromC4.3	.653	.472									
PromC4.4	.510	.629									
PromC4.5	.613	.507									
ProsC5.1	.840										
ProsC5.2	.820										
ProsC5.3	.804										
ProsC5.4	.708										.432
ProsC5.5	.698										.460
ProsC5.6	.778										.350
PhyC6.1	.839										
PhyC6.2	.834										
PhyC6.3	.770										
PhyC6.4	.755										
PhyC6.5	.687										
SerC7.1	.810										
SerC7.2	.770										
SerC7.3	.751										
SerC7.4	.738									.386	
SerC7.5	.649									.442	
EcoC1.1	.616	.599								.521	
EcoC1.2	.605	.570									
EcoC1.3	.526	.639									
ScoC2.1	.720								.457		
ScoC2.2	.690								.518		
ScoC2.3	.500								.721		
AttC3.1	.686				.541						
AttC3.2	.683				.629						
AttC3.3	.597				.671						
AttC3.4	.585				.561						
MotC4.1	.465						.628				
MotC4.2	.645						.563				
MotC4.3	.598						.575				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Quartimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

ภาพที่ 4.12 การเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มของนักเรียน

จากภาพที่ 4.12 สามารถเรียงลำดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนประสมทางด้านการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากกลุ่มของผู้ปกครองคือ 1. ด้านบุคคลากร 2. ด้านเศรษฐกิจ 3. ด้านทัศนคติ 4. ด้านราคา 5. ด้านทางกายภาพ 6. ด้านสถานที่ 7. ด้านผลิตภัณฑ์ 8. ด้านแรงจูงใจ 9. ด้านสังคม 10. ด้านกระบวนการให้บริการและ 11. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

จากการวิเคราะห์ด้วย Factor Analysis สามารถสรุปลำดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของกลุ่มผู้ปกครองและกลุ่มนักเรียนได้ ดังตารางที่

ตารางที่ 4.49 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของกลุ่มผู้ปกครองและกลุ่มนักเรียน

ลำดับ	ผู้ปกครอง	นักเรียน
1.	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ด้านบุคคลากร
2.	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านเศรษฐกิจ
3.	ด้านบุคคลากร	ด้านทัศนคติ
4.	ด้านทัศนคติ	ด้านราคา
5.	ด้านแรงจูงใจ	ด้านทางกายภาพ
6.	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านสถานที่
7.	ด้านสถานที่	ด้านผลิตภัณฑ์
8.	ด้านสังคม	ด้านแรงจูงใจ
9.	ด้านราคา	ด้านสังคม
10.	ด้านทางกายภาพ	ด้านกระบวนการให้บริการ
11.	ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

จากตาราง 4.49 สามารถสรุปได้ว่า ผู้ปกครองและนักเรียนได้ให้ลำดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในแตกต่างกันดังนี้ ผู้ปกครองได้ให้ความสำคัญใน 3 อันดับ ได้แก่ 1. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อันดับที่ 2 ด้านเศรษฐกิจและอันดับที่ 3 ด้านบุคคลากร ส่วนนักเรียน ได้ให้ความสำคัญใน 3 อันดับ ได้แก่ อันดับที่ 1 ด้านบุคคลากร 2. ด้านเศรษฐกิจและอันดับที่ 3 ด้านทัศนคติ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียน กวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สรุปได้เป็นปัจจัยด้านต่าง ๆ รวมไปถึง ข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาไปใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นต่อไป

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียน กวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์หลักในการวิจัยดังนี้ คือ เพื่อศึกษา ระดับความคิดเห็นของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่เรียน กวดวิชา เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก สถานที่เรียน กวดวิชา เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนที่มีต่อปัจจัยการเลือก สถานที่เรียน กวดวิชา

5.1 สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย แบ่ง การนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชา

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชา

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานและผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนพี่น้อง ผลการเรียนเฉลี่ยสะสม สถานภาพ ความสัมพันธ์กับนักเรียน จำนวนเด็กที่ทำนาคูแลที่เรียน โรงเรียน กวดวิชา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 มีอายุ 31-35 ปีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26 มีสถานภาพสมรส จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 มีพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 มีจำนวนเด็กที่ทำงานดูแลที่เรียนโรงเรียนกวดวิชา 2 คน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีความสัมพันธ์กับนักเรียนเป็นพ่อ/แม่ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 88.50 มีรายได้ต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24

กลุ่มตัวอย่างของนักเรียน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีอายุ 15 ปีจำนวน 77 คน มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 มีจำนวนพี่น้อง 2 คน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.5 จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27

ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ลักษณะการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับโรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียงมีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 และให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 และให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 และให้ความสำคัญกับการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 และให้ความสำคัญกับการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90

ปัจจัยด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองให้ความสำคัญกับราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ความสำคัญกับราคากับสถานที่เรียนมีความสอดคล้องกัน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 และให้ความสำคัญกับราคาที่มีหลากหลายให้เลือกได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 และให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิต มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 และให้ความสำคัญกับการส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับสถานที่ต้องเงียบสงบ เหมาะแก่ผู้เรียน ต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.48 และให้ความสำคัญกับสถานที่เรียนที่มีจอครถที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้ามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 และให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้านมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 และให้ความสำคัญกับมีป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่ายมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 และให้ความสำคัญกับการทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้ามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการมีโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 และให้ความสำคัญกับการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการเรียนมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 และให้ความสำคัญกับการลดราคามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 และให้ความสำคัญสามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 และให้ความสำคัญสามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทางเช่น ผ่านบัตรเครดิต เซอร์วิส ได้มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย มีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.51 และให้ความสำคัญกับการอาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลาที่มีความสำคัญในระดับมาก

โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 และให้ความสำคัญกับการอาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 และให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่ที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 และให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถแนะแนวในเรื่องการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และให้ความสำคัญกับการมีมีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

ปัจจัยด้านทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการมีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับนักเรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49 และให้ความสำคัญกับการมีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และให้ความสำคัญกับการมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และให้ความสำคัญกับการมีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 และให้ความสำคัญกับการมีสถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09

กระบวนการการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการมีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา มีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 และให้ความสำคัญกับการมีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และให้ความสำคัญกับการมีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และให้ความสำคัญกับการมีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมลล์ หรือ SMS มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 และให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่างๆ ต่อสถาบันได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

กลุ่มตัวอย่างของนักเรียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับโรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียงมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 และให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 และให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และให้ความสำคัญกับการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 และให้ความสำคัญกับการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.01

ปัจจัยด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 และให้ความสำคัญกับราคากับสถานที่เรียนมีความสอดคล้องกัน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 และให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 และให้ความสำคัญกับการมีราคาหลากหลายให้เลือกได้มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 และให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิต มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80

ปัจจัยด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับสถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะสมแก่ผู้เรียน ต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 และให้ความสำคัญกับสถานที่เรียนมีที่จอดรถที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้ามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้าน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และให้ความสำคัญกับการมีป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่ายมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 และให้ความสำคัญกับการมีทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้า มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับการมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 และให้ความสำคัญกับการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการเรียนมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย

อยู่ที่ 4.18 และให้ความสำคัญกับการมีการลดราคามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 และให้ความสำคัญกับมีความสามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และให้ความสำคัญกับการสามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทางเช่น ผ่านบัตรเครดิต เซอร์วิส มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย มีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 และให้ความสำคัญกับการมีอาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 และให้ความสำคัญกับการมีอาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 และให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถแนะนำในเรื่องการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดีและการมีเจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นกันเอง ที่มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 เท่ากัน และมีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียนได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06

ปัจจัยด้านทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับการมีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน, โต้ะเรียน, แก้ว มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 และให้ความสำคัญกับการมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 และให้ความสำคัญกับการมีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 และให้ความสำคัญกับการมีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และให้ความสำคัญกับการมีสถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00

กระบวนการการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับการมีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 และให้ความสำคัญกับการมีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และให้ความสำคัญกับการมีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน มีความสำคัญในระดับมากโดยมี

ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 และให้ความสำคัญกับการมีมีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมลล์หรือ SMS มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่างๆต่อสถาบันได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของพฤติกรรมการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร การตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาจากการวิเคราะห์ลักษณะระดับความสำคัญ โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครอง

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชามีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 และให้ความสำคัญกับการมีค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 และให้ความสำคัญกับการมีค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04

ปัจจัยด้านสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 และให้ความสำคัญกับการมีเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และให้ความสำคัญกับการมีค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00

ปัจจัยด้านสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลาน มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 และให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่ามีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 และให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และให้ความสำคัญกับสิ่งที่สอนใน

โรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองให้ความสำคัญกับสถาบันกวดวิชา การการันตีว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบหลักสูตรมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และให้ความสำคัญกับการมีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คนรู้จัก รุ่นพี่ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และให้ความสำคัญกับการมีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03

กลุ่มตัวอย่างของนักเรียน

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชาเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 และให้ความสำคัญกับการมีค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 และให้ความสำคัญกับการมีค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14

ปัจจัยด้านสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนให้ความสำคัญกับเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และให้ความสำคัญกับการมีสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 และให้ความสำคัญกับการคำนิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91

ปัจจัยด้านสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลานมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 และให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้ มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และให้ความสำคัญกับสิ่งที่สอนใน

โรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติมีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียนให้ความสำคัญกับสถาบันกวดวิชาที่มีการรันติว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบหลักสูตรมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และให้ความสำคัญกับการมีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 และให้ความสำคัญกับมีความขึ้นชอบในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คนรู้จัก รุ่นพี่ที่มีความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

พบว่าการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาด้าน พบว่า ผู้ปกครองและเด็กให้ระดับความสำคัญที่แตกต่างกันในด้านของโรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียง โดยผู้ปกครองให้ค่าเฉลี่ยในภาพรวมที่มากกว่านักเรียน ซึ่งค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 และนักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 อาจเนื่องมาจากผู้ปกครองเห็นว่าการที่เรียนโรงเรียนกวดวิชาที่มีชื่อเสียงนั้นจะทำให้สามารถเข้าสอบในโรงเรียนที่ดีได้ ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ เจริญชัยวงศ์ (2554) เรื่องแนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันต่างประเทศ ในเขตอำเภอเกาะงู จังหวัด ภูเก็ตได้กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการรักษาคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตรที่สามารถวัดได้ และยังสามารถแนะนำเทคนิคในการเรียนและการฝึกทำข้อสอบและจัดกิจกรรมเสริมทักษะอื่นๆประกอบการเรียนตามหลักสูตรนั้นได้

ด้านราคา ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาด้าน พบว่า ผู้ปกครองและเด็กให้ระดับความสำคัญที่แตกต่างกันในด้านของราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ โดยผู้ปกครองให้ค่าเฉลี่ยในภาพรวมที่มากกว่า

นักเรียน ซึ่งค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 และนักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.93 อาจมีสาเหตุมาจากผู้ปกครองและเด็กส่วนใหญ่เห็นว่าการที่เรียนโรงเรียนกวดวิชานั้นจำเป็นที่จะต้องใช้เวลาที่เหมาะสมกับราคาเพราะถ้าเวลาที่จำกัดแต่ราคาสูงขึ้นอาจทำให้ผู้ปกครองและเด็กรายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นและราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ของ สุมนา อยู่โพธิ์ (2548 : 6) ที่กล่าวว่า การตั้งราคามีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า เช่น ลูกค้าค้าขอบคิดว่าการที่ราคาสูงการให้บริการหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก็จะสูงตามไปด้วย ในขณะที่ถ้าหากราคาค่าคุณภาพในการให้บริการหรือคุณภาพผลิตภัณฑ์ก็จะต่ำไปด้วย

ด้านสถานที่ ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาด้าน พบว่า ผู้ปกครองและเด็กให้ระดับความสำคัญที่แตกต่างกันในด้านสถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะสมแก่ผู้เรียนต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน โดยผู้ปกครองและนักเรียนให้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 อาจเนื่องจากผู้ปกครองและเด็กส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ต้องเหมาะสมกับผู้เรียน ไม่มีเสียงรบกวนต่อผู้เรียน และสถานที่เรียนต้องเงียบสงบเพื่อไม่ให้ผู้เรียนเสียสมาธิในการเรียนซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2549 : 50) ที่กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้น จะต้องเกี่ยวกับการเลือกสถานที่ เวลาจะถูกนำไปเสนอให้ทางกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้น ๆ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้าน พบว่าผู้ปกครองและเด็กให้ระดับความสำคัญที่แตกต่างกันในด้านสามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส โดยผู้ปกครองให้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และนักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 อาจเนื่องผู้ปกครองและนักเรียนได้รับข่าวสารจากโฆษณาและสื่อสิ่งพิมพ์ จึงทำให้ผู้ปกครองและนักเรียนทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชาและ โปรโมชันต่างๆ ของโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งสอดคล้องกับกุศโลบายแห่งการตลาด ของ สมชาย กิจยรรยง (2559 : 112) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด คือ องค์ประกอบรวมของการใช้ความพยายามในเรื่องของการส่งเสริมการตลาดซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangwipak, Sophonthummapham (2007 : 115) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และประหยัดเวลาได้มากที่สุด คือ ช่องทางการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต เมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางการสื่อสารประเภทอื่น ๆ ในปัจจุบันเครื่องมือที่อยู่ในอินเทอร์เน็ต ได้แก่ E-Mail ออนไลน์ เว็บไซต์ต่าง ๆ แอปพลิเคชัน โปรแกรมต่าง ๆ และโปรแกรมโต้ตอบแบบทันที จึงทำให้

ลูกค้ามีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นในการติดต่อสื่อสาร

ด้านบุคลากร ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ปกครองและเด็กให้ระดับความสำคัญที่ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ปกครองค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และ นักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 อาจเนื่องจากผู้ปกครองและนักเรียนมีความเห็นว่า อาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหานั้นได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่ายและทำให้นักเรียนสนุกกับการเรียนในเนื้อหามากยิ่งขึ้น ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2002 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541 : 112-113) ที่ได้กล่าวไว้ว่า บุคลากรผู้ที่ให้บริการทั้งก่อนการขายผลิตภัณฑ์หรือหลังการขายผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรี ะสุข และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ (2557 : 33) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ที่ทำการค้าในเรื่อง ชิ้นส่วนยานยนต์ จะมีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน เนื่องจากผู้ส่งออกส่วนใหญ่มีความรู้ และประสบการณ์ในการใช้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ภายใต้อัตนวัติภูมิการค้า จึงทำให้บุคลากรส่วนใหญ่ในองค์กร มีความรู้ และความเข้าใจในกฎเกณฑ์ และ ถิ่นกำเนิดของตัวสินค้า

ด้านทางกายภาพ ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้าน พบว่า ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญที่แตกต่างกันในด้านการมีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน, โต๊ะเรียน, เก้าอี้ โดยผู้ปกครองให้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 และนักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 อาจเนื่องจากจากผู้ปกครองและนักเรียนมีความคิดเห็นว่า จำเป็นควรมีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสารประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้ ซึ่งถ้าอุปกรณ์ไม่เพียงพออาจทำให้นักเรียนรู้สึกอึดอัดไม่อยากเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2541 : 33-34)ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประกอบที่เป็นลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าเช่น การตกแต่งร้านและบรรยากาศ สีสนัการตกแต่งห้องให้น่าดึงดูดใจ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้าน พบว่า ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญที่แตกต่างกันในด้านมีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ โดยผู้ปกครองให้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และนักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 อาจเนื่องจากจากผู้ปกครองมีความ

คิดเห็นที่ตรงกัน คือ ถ้ามีเบอร์ของเจ้าหน้าที่ที่สามารถโทรแจ้งหรือสอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ได้สะดวกและรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องไม่ผิดพลาด ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวว่า จุดที่สำคัญของการบริการคือการบริการที่ดีต้องผูกใจคน การให้บริการที่ดีไม่ใช่แค่เพียงให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในสินค้าเท่านั้น แต่จะต้องติดต่อระหว่างบุคคลง่ายขึ้น โดยที่ไม่ต้องให้ผู้บริโภคต้องรอนาน

ด้านเศรษฐกิจ ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้าน พบว่า ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญที่ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ปกครองให้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และนักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 อาจเนื่องมาจากทางนักเรียนและผู้ปกครองส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ตรงกันว่าในปัจจุบันนี้เศรษฐกิจมีสภาพคล่องที่ไม่ค่อยดีนัก ปัจจัยหลักซึ่งทำให้ผู้ปกครองและนักเรียนตระหนักมากขึ้น คือค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชาจะต้องไม่มากจนเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญพุ่ม เสนารักษ์ (2549 : 56) ได้กล่าวไว้ว่าอุปสงค์สำหรับการศึกษาขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายปัจจัยทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ได้แก่ รายได้และค่าใช้จ่ายของบิดามารดา และอัตราค่าเล่าเรียนของตัวนักเรียน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนทรี ะสุข และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ถึงประโยชน์ และความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ด้วยตนเองในกลุ่มอาเซียน ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ได้มีประสบการณ์ในการใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้ข้อตกลงของการค้าเสรี จึงทำให้ผู้ส่งออกส่วนใหญ่สามารถรับรองเอกสารได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องผ่านภาครัฐให้พิจารณา เพื่อลดค่าใช้จ่าย และระยะเวลาในการออกเอกสารได้เป็นอย่างดี

ด้านสังคม ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้าน พบว่า ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญที่ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ปกครองให้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และนักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 อาจเนื่องมาจากผู้ปกครองมีความเห็นว่าในยุคปัจจุบันตามโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยต่างๆ ย่อมมีการแข่งขันที่สูงขึ้นจึงทำให้ต้องส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเจริญพร แก้วละเอียด (2544 : 45) ได้ศึกษาเรื่องค่านิยมที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้กล่าวไว้ว่า ความจำเป็นและเงื่อนไขที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาเกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1. ปัจจัยที่ผู้เรียนต้องการเข้าศึกษาต่อในระดับ

มหาวิทยาลัย การเลือกคณะที่เป็นที่นิยมและการล้อยตามเพื่อน 2. มาจากตัวผู้ปกครองต้องการให้นักเรียนมีโอกาสเข้าเรียนในระดับอุดมศึกษาและชี้แนะในการเลือกคณะให้แก่ตัวบุตร หลานของท่าน

ด้านทัศนคติ ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้าน พบว่า ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญที่แตกต่างกันในด้านการเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลาน โดยผู้ปกครองให้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 และนักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 อาจเนื่องจากผู้ปกครองเห็นว่าการเรียนกวดวิชานั้นสามารถสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้และมีผลการเรียนที่ดีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไพฑูรย์ สันลารัตน์ (2544 : 35) ได้ศึกษาเรื่องการกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย พบว่านักเรียนที่เรียนกวดวิชามีความคาดหวังว่า การเรียนกวดวิชานั้นจะช่วยให้ได้เทคนิคในการทำข้อสอบมากยิ่งขึ้นและช่วยเพิ่มโอกาสในการสอบเข้าศึกษาต่อได้

ด้านแรงจูงใจ ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้าน พบว่า ผู้ปกครองและนักเรียนให้ระดับความสำคัญที่ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ปกครองให้ค่าเฉลี่ยในภาพรวมที่น้อยกว่านักเรียน ซึ่งค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และนักเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 อาจเนื่องจากนักเรียนและผู้ปกครองเห็นว่าถ้าหากเรียนกวดวิชาจนจบหลักสูตร นักเรียนสามารถสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้ ซึ่งสอดคล้องกับศึกษาเรื่องอุปสงค์ของการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ของ สุพจน์ ภิญญภัตสร (2545) ที่พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ที่เรียนกวดวิชาเพราะเชื่อว่าทางโรงเรียนกวดวิชาจะสามารถสอนและให้ความรู้จนสามารถเข้าเรียนตามโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่ได้ตั้งใจไว้

ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด

ผู้ปกครองได้ให้ระดับความสำคัญแต่ละปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านการให้บริการ อาจเนื่องจากผู้ปกครองได้เล็งเห็นถึงความสำคัญว่าทางโรงเรียนกวดวิชาควรมีครูหรืออาจารย์ที่สอนที่มีคุณภาพด้านความรู้ในการมาสอนนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชา หมั่นคง (2547) ที่พบว่า ส่วนใหญ่นิสิตมีความพึงพอใจต่ออาจารย์หรือครูผู้สอนในระดับรองลงมาจากจัดการเรียนการสอน ส่วนนักเรียนได้ให้ระดับความสำคัญแต่ละปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านราคา ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า

นักเรียนให้ความสำคัญในด้านกระบวนการให้บริการมาเป็นอันดับที่ 1 ทำให้นักเรียนเล็งเห็นว่าทางโรงเรียนกวดวิชาควรมีการให้บริการที่ดีเช่น มีการแจ้งข่าวสารข้อมูลต่างๆโดยผ่านทาง SMS เพื่อที่จะได้รวดเร็วในการรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา ภัทรพรพิสิฐ (2553) พบว่า การให้บริการของธนาคารนั้นมีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็วและไม่ซับซ้อนจนทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสับสนในการใช้บริการ

ความสำคัญของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

ผู้ประกอบการและนักเรียนได้ให้ระดับความสำคัญแต่ละปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่ไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ด้านทัศนคติ ด้านเศรษฐกิจ และ ด้านสังคม อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการและนักเรียนให้ระดับความสำคัญในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกันโดย ผู้ประกอบการและนักเรียนให้ความสำคัญในด้านทัศนคติโดย เล็งเห็นว่า การเรียนกวดวิชานั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญต่ออนาคตของตัวนักเรียนเองและควรมีครูหรืออาจารย์ที่สอนที่มีคุณภาพด้านความรู้ในการมาสอนนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2536) พบว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดและความเชื่อของบุคคลซึ่งมีผลทำให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นไม่ว่าจะเป็น บุคคล สิ่งของ

ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

ผู้ประกอบการ ได้ให้ระดับความสำคัญแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญ3ลำดับแรกคือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านเศรษฐกิจ และ ด้านบุคคลากร อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าทางโรงเรียนกวดวิชาควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลข้อโรงเรียนกวดวิชาเพื่อจะได้เป็นจุดสนใจในการดึงดูดให้มีคนมาสนใจเรียนที่โรงเรียนกวดวิชานี้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จริยา เรือนแก้ว (2550) ที่ พบว่าทางธนาคารควรมีการจัดเตรียมของชำร่วยหรือของกำนัลต่างๆให้เพียงพอกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ วันวาเลนไทน์ ตรุษจีน

นักเรียนได้ให้ระดับความสำคัญแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญ3ลำดับแรกคือ ด้านบุคคลากร ด้านเศรษฐกิจ และ ด้านทัศนคติ ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าทางนักเรียนเล็งเห็นว่าทางโรงเรียนกวดวิชาควรมีบุคคลากรที่ดีเช่น การที่มีคุณครูที่เก่งมีความรู้และความชำนาญในการสอนมาสอนและให้ความรู้แก่นักเรียนจะเป็นผลดีแก่ตัวนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระยุทธ พันธุ์สวัสดิ์ (2551) พบว่า พนักงานมี

ความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาและยังสามารถช่วยแก้ไขปัญหาก็แก่ลูกค้า อีกทั้งยังสามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ พบว่าทางโรงเรียนกวดวิชาควรมีการปรับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต เนื่องจากทางนักเรียนที่มาถึงที่โรงเรียนกวดวิชาเร็วจะได้มีการใช้อินเตอร์ในช่วงที่การเข้ามาเรียนกวดวิชา

2. ปัจจัยด้านบุคลากรทางโรงเรียนกวดวิชาควรมีการจัดหลักสูตรการอบรมพัฒนาบุคลิกภาพให้แก่บุคลากรภายในโรงเรียนกวดวิชาและครูควรมีชื่อเสียงเพื่อเป็นแรงใจในการให้นักเรียนมาเรียนกวดวิชาเพื่อจะได้นำมาพัฒนาในการพูดคุยหรือติดต่อประสานงานแก่ผู้ปกครองและนักเรียนได้เป็นอย่างดีและ

3. ปัจจัยด้านสถานที่ ทางโรงเรียนกวดวิชาควรมีการปรับด้านสถานที่ให้มีความสะดวกสบายในการเดินทางให้แก่ผู้ปกครองและนักเรียนเช่นในด้าน ความปลอดภัย สถานที่ที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้ครอบคลุมเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร ของนักเรียนและผู้ปกครองในเฉพาะกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะจำนวน 3 พื้นที่ ได้แก่ ย่านสีลม สยามสแควร์ อนุสาวรีย์ หากมีการทำวิจัยในครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการวิจัยให้เพิ่มมากขึ้นไปยังโรงเรียนกวดวิชาในเขตอื่นๆ

2. การวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาและพฤติกรรมของผู้บริโภค แต่หากท่านผู้วิจัยอื่นสามารถระบุปัจจัยหรือกลยุทธ์ทางการตลาดด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกันได้เพิ่มมากขึ้นก็จะส่งผลต่อข้อมูลที่มีประสิทธิภาพที่เพิ่มมากขึ้นได้

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ศึกษาโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามเท่านั้น หากมีการวิจัยในครั้งต่อไปควรนำเสนอการวิจัยแบบสัมภาษณ์เข้ามาสนับสนุนข้อมูล ซึ่งจะส่งผลทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กรวิรุฬห์ พุ่ม. “ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในย่านสยามสแควร์.” ปรินญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.
- เจนเนตร คุยสี. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนระดับประถมศึกษาของผู้ปกครองตำบลท่าพ้ออำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร.” คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556.
- เจริญพร แก้วละเอียด. “ค่านิยมที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.” ภาควิชาอายุรศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2544.
- เจริญพร แก้วละเอียด. ได้ศึกษาเรื่องค่านิยมที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. ม.ป.ท., 2554.
- จุฑาภรณ์ พูลบุญ. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.” การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาลัยแม่ฟ้าหลวง, 2551.
- จุฬาลักษณ์ ธนะวัฒน์. “การศึกษาการกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครสวรรค์.” การศึกษามหาบัณฑิต (จิตวิทยาการแนะแนว), มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2543.
- เจียรนัย ตาใต้. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.
- ชิดชนก เชิงเขาว์, สุวิมล เขียวแก้ว และเจริญพร แก้วละเอียด. “เรื่องค่านิยมที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.” วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 7 : ฉบับที่ 3 (ก.ย.-ธ.ค. 2544) : 275-299.
- ทรงกลด แสงผล. “ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน.” บัณฑิตวิทยาลัย, มหาลัยเชียงใหม่, 2552.

- นลินี เสนาปา. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของ
ประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554.
- นิพนธ์ เทพวัลย์. ประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2523.
- บุญพุ่ม เสนารักษ์. เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2549.
- ประกาศ สุพรรณดี. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียน
ในเขตกรุงเทพมหานคร”. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร,
มหาวิทยาลัยบูรพา, 2553.
- ปริญญา แก้วไทรนันท์. “ความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อการเรียนกวดวิชา :
ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนสามเสนวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร.” ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตร์
มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545.
- ปิยะฉัฐ สนธิรักษ์. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา
ของนักเรียนมัธยมตอนปลายในจังหวัดนครสวรรค์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- พนดา คชกุล. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาตามความคิดเห็นของ
ผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.” ม.ป.พ., 2553.
- พยงค์ สุทธิผล. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียน
กวดศึกษา เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขา
บริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2550.
- เพชรพร จำเนียม. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชา และความคิดเห็นต่อการบริการ
จัดการ โรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2551.
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. การกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย. ม.ป.พ., 2544.
- รัชญา ประทุมสิทธิ์. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตอำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบ
อิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549.
- รุจิรา จันทรแดง . “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอน
ปลายในจังหวัดนราธิวาส.” สงขลา : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547.

- วนิดา ชนากรกุล. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร.” บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2553.
- วิพรรณ ประจวบเหมาะ. เอกสารคำสอนวิชาประชากรศาสตร์เบื้องต้น ปีการศึกษา 2537-2539. ม.ป.พ., 2537.
- วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- วรอัปสร บุญผา. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ชั้นปีที่1 ถึงชั้นปีที่ 4. แบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน” คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2555.
- ศวิตา ศรีชัยโรจน์. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อในคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.” เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, 2541.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2541.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา, 2550.
- ศรสวรรค์ เจริญชัยวงศ์. “เรื่องแนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันต่างประเทศ ในอำเภอกะทู้ จังหวัด ภูเก็ต.” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 2554.
- สถาพร มาอุ่น. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนอนุอารีวิทยา จังหวัดสมุทรปราการ.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 2550.
- สมชาย กิจขรรจง. กูสโลบายแห่งการตลาด(ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ : สมาร์ทไลฟ์, 2559.
- เสรี วงษ์มณฑา. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2542.
- แสงเดือน อินทร์ลือ. “ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปัจจัยเลือกสถานศึกษาของนักเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา” กรุงเทพฯ : ชรรมสาร , 2551.

- สาธิตี คันธวะ. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง.” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550.
- สาวิตรี ขัดินา. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนให้บุตรหลาน ศึกษาต่อในระดับชั้นประถมศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553.
- สุกัญญา เกษศิลป์. “การสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับระบบการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ตามระบบปัจจุบันและระบบเดิม.” บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.
- สุกัญญา เอียดขาว. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่น ในกรุงเทพมหานคร.” คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2554.
- สุนิษฐ์ วรรณโกมล และ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. “ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียน ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าระดับปริญญาตรี.” วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปีที่ 19 : ฉบับที่ 3 (ก.ย.- ธ.ค. 2552).
- สุนทรี ธีสุข และกิตติพงษ์ ไสภธรรมภณ. (2557) “การรับรู้ถึงประโยชน์ และความพร้อมของผู้ ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ด้วยตนเองในกลุ่มอาเซียน” วารสาร สมาคมนักวิจัย. 19 : 3 (กันยายน-ธันวาคม 2557). 23-36.
- สุพจน์ ภิญโญภัสสร. ศึกษาเรื่องอุปสงค์ของการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ตอนต้น. ม.ป.พ., 2545.
- สุนา อยู่โพธิ์. การจัดซื้อและการบริหารพัสดุ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท บิ๊กโพธิ์เพรส จำกัด, 2544.
- สุนา อยู่โพธิ์. ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- สุเมศทนา อุตะมะ. “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในสถาบันสอน ภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่.” รายงานการวิจัยในวิชา Research Exercise in Economics คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- สุพจน์ ภิญโญภัสสร. “ศึกษาเรื่องอุปสงค์ของการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ตอนต้น.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

สุริยนต์ คุ้มแก้ว. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา.” การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2550.

เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์, 2542.

แสงเดือน อินทร์ลือ. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาของนักเรียนในเขต อำเภอเมือง พะเยา.” การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตเชียงราย, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2550.

โสภณ แก้วใส. “อุปสงค์การเรียนรู้กวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาล นครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552.

เสาวลักษณ์ จงอักษร. “ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของผู้ปกครอง นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัด สงขลา.” สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2552.

Armstorong, Kotler. **Principles of marketing**. United States of America Pearson Education, 2004.

Sophonthummapham Kittipong , Sangwipak Akkawan . “The Underlying Structure of Global E-Business : A Service-Dominant Logic Perspective”. **Journal of International Business Research and Practice**. 1 : 1 (2007) : 106-117.

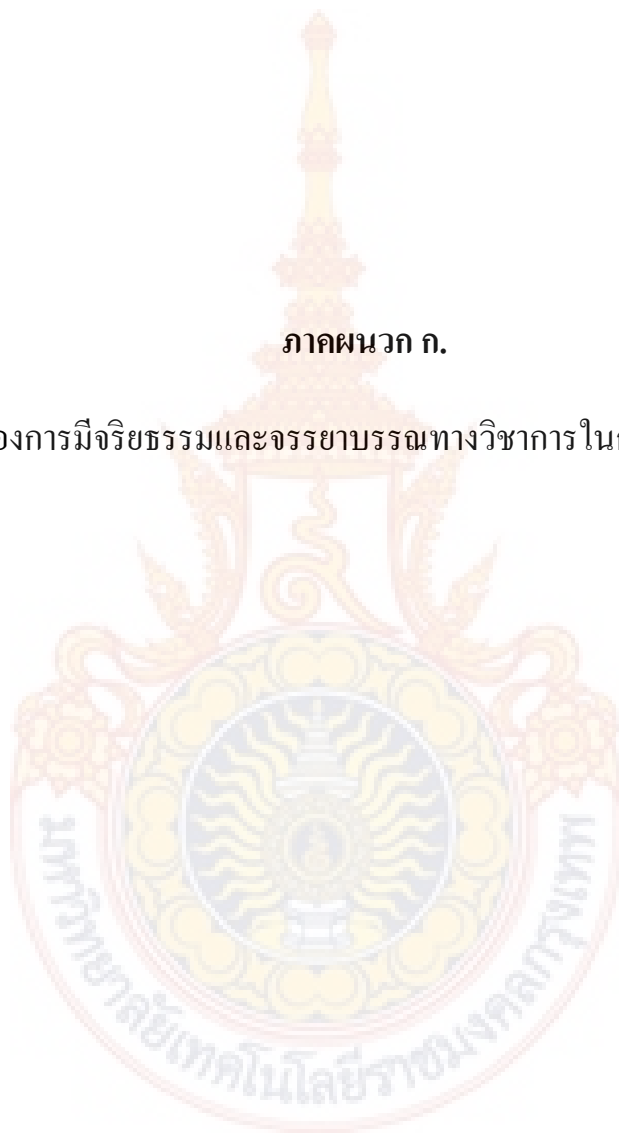
Sophonthummapham Kittipong. “The adoption of techno-relationship innovations A framework for electronic customer relationship management.” **Marketing Intelligence & Planning**. 27 : 3 (2009) : 380-412.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.

แบบรับรองการมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการในการทำวิทยานิพนธ์



แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
กรุงเทพ มีคุณภาพ และมาตรฐานตามหลักวิชาการ มหาวิทยาลัยฯ ได้กำหนดให้นักศึกษาทุกคน
ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด ซึ่งประกอบไปด้วย

จรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด

1. นักวิจัยต้องซื่อสัตย์และมีคุณธรรมในทางวิชาการและการจัดการ นักวิจัยต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น ต้องให้เกียรติ และอ้างถึงบุคคลหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิจัย ต้องซื่อตรงต่อการแสวงหาทุนวิจัย และมีความเป็นธรรมเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย
2. นักวิจัยต้องตระหนักถึงพันธกรณีในการทำงานวิจัย ตามข้อตกลงที่ทำไว้กับหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัยและต่อหน่วยงานที่ตนสังกัด นักวิจัยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีและข้อตกลงการวิจัยที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายยอมรับร่วมกัน อุทิศเวลาทำงานวิจัยให้ได้ผลดีที่สุด และเป็นไปตามกำหนดเวลา มีความรับผิดชอบไม่ละทิ้งงานระหว่างดำเนินการ
3. นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัย นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัยอย่างเพียงพอ และมีความรู้ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวเนื่องกับเรื่องที่ทำวิจัย เพื่อนำไปสู่งานวิจัยที่มีคุณภาพ และเพื่อป้องกันปัญหาการวิเคราะห์ การตีความ หรือการสรุปที่ผิดพลาด อันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่องานวิจัย
4. นักวิจัยต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต นักวิจัยต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบระมัดระวัง และเที่ยงตรงในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคน สัตว์ พืช ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม มีจิตสำนึกและมีปณิธานที่จะอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
5. นักวิจัยต้องเคารพศักดิ์ศรี และมีสิทธิของมนุษย์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัย นักวิจัยต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางวิชาการจนละเลยและขาดความเคารพในศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์ ต้องถือเป็นภาระหน้าที่ที่จะอธิบายจุดมุ่งหมายของการวิจัยแก่บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่หลอกลวงหรือบีบบังคับ และไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

6. นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด โดยปราศจากอคติในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด ต้องตระหนักว่า อคติส่วนตน หรือความลำเอียงทางวิชาการ อาจส่งผลให้มีการบิดเบือนข้อมูลและข้อค้นพบทางวิชาการ อันเป็นเหตุให้เกิดผลเสียหาย ต่องานวิจัย
7. นักวิจัยพึงนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางที่ชอบ นักวิจัยพึงเผยแพร่ผลงานวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและสังคม ไม่ขยายผลข้อค้นพบจนเกินความเป็นจริง และไม่ใช้ผลงานวิจัยไปทางมิชอบ
8. นักวิจัยพึงเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น นักวิจัยพึงมีใจกว้าง พร้อมที่จะเปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนการวิจัย ยอมรับฟัง ความคิดเห็นและเหตุผลทางวิชาการของผู้อื่น และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยของตนให้ถูกต้อง
9. นักวิจัยพึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมทุกระดับ นักวิจัยพึงมีจิตสำนึกที่จะอุทิศกำลังสติปัญญาในการทำวิจัย เพื่อความก้าวหน้า ทางวิชาการ เพื่อความเจริญและประโยชน์สุขของสังคมและมวลมนุษยชาติ

ข้าพเจ้า นางสาว สุภาวดี สิงห์มัจฉา นักศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 55805141016-2 ซึ่งเป็นผู้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ข้าพเจ้าทราบดีว่าการให้ข้อความอันเป็นเท็จและการละเมิดหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณนักวิจัยอาจนำมาสู่การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา หรือถูกเพิกถอนปริญญา

(ลงชื่อ).....

(นางสาวสุภาวดี สิงห์มัจฉา)

ผู้ทำวิทยานิพนธ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ภาคผนวก ข.

แบบสอบถาม



นักเรียน

แบบสอบถาม

เรื่องการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก
สถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาข้อมูลใน
การทำการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนเพื่อจะได้ไปปรับใช้ในการเรียนการ
สอนให้ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในหน้าคำตอบที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 11 ปี

☐ 12 ปี

☐ 13 ปี

☐ 14 ปี

☐ 15 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ มัธยมศึกษาปีที่ 1

☐ มัธยมศึกษาปีที่ 2

☐ มัธยมศึกษาปีที่ 3

4. จำนวนพี่น้อง (รวมตัวท่านเอง)

☐ 1 คน

☐ 2 คน

☐ 3 คน

☐ 4 คน

5. ผลการเรียนเฉลี่ยสะสม

☐ ไม่เกิน 2.00

☐ 2.01-2.50

☐ 2.51-3.00

☐ 3.01-3.5

☐ 3.51 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชา (ตอบทั้งผู้ปกครองและนักเรียน)

กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ระดับความสำคัญของการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครฯ ว่ามีความสำคัญหรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในระดับใด 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 โรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียง					
1.2 หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน					
1.3 หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน					
1.4 มีการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป					
1.5 มีการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ					
2 ปัจจัยด้านราคา					
2.1 ราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ					
2.2 ราคากับสถานที่เรียนมีความสอดคล้องกัน					
2.3 ราคามีหลากหลายให้เลือกได้					
2.4 มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิต					
2.5 มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด					

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและ นักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา ในระดับมัธยมต้น กรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
3 ปัจจัยด้านสถานที่					
3.1 สถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะสมแก่ผู้เรียน ต้องไม่มีเสียง รบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน					
3.2 สถานที่เรียนมีที่จอดรถที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้า					
3.3 ทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้าน					
3.4 ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้า					
3.5 มีป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย					
4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ อย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา					
4.2 มีการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการ เรียน					
4.3 มีการลดราคา					
4.4 สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทางเช่น ผ่าน เคาน์เตอร์เซอร์วิส					
4.5 สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้					
5. ปัจจัยด้านบุคลากร					
5.1 อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารให้ นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย					
5.2 อาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา					
5.3 อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียน					
5.4 มีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือกเรียน ได้					

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและ นักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวด วิชาในระดับมัธยมต้น กรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
5.5 เจ้าหน้าที่มีความสามารถแนะแนวในเรื่องการเรียน การสอนได้เป็นอย่างดี					
5.6 เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง					
ปัจจัยด้านทางกายภาพ					
6.1 มีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสาร ประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้					
6.2 มีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือ หนาวจนเกินไป					
6.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต					
6.4 มีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป					
6.5 สถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่า เรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ					
กระบวนการการให้บริการ					
7.1 มีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือ ของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ ตลอดเวลา					
7.2 มีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมลล์หรือ SMS					
7.3 มีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียน สม่ำเสมอ					
7.4 เปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่าง ๆ ต่อสถาบันได้					
7.5 มีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ระดับความสำคัญของการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๑ ในเขตกรุงเทพฯ ว่ามีความสำคัญหรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในระดับ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๑ ในเขตกรุงเทพฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ					
1.1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชาเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง					
1.2 ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน					
1.3 ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง					
2. ปัจจัยด้านสังคม					
2.1 สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา					
2.2 เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา					
2.3 ค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา					
3. ปัจจัยด้านทัศนคติ					
3.1 การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลาน					
3.2 การเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้					
3.3 การเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า					
3.4 สิ่งที่สอนในโรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติ					

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและ นักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาใน ระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๑-๓ ในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ					
4.1 มีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คน รู้จัก รุ่นพี่					
4.2 มีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย					
4.3 สถาบันกวดวิชา มีการการันตีว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบ หลักสูตร					

****หมายเหตุ****ทางผู้ปกครองถ้าหากไม่สะดวกที่จะส่งไปรษณีย์กลับมาให้ทางนักศึกษาจะขอ
ความกรุณาทางผู้ปกครองช่วยส่งมาทาง

e-mail : inging_naka@hotmail.co.th หรือทางโทรศัพท์ 02-678-1504



แบบสอบถาม

ผู้ปกครอง

เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก
สถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษา ตรีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา
ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา
หาข้อมูลในการทำการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนเพื่อจะได้ไปปรับใช้
ในการเรียนการสอนให้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในหน้าคำตอบที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย☐ หญิง

2. อายุ

☐ น้อยกว่า 30 ปี☐ 31-35 ปี☐ 36-40 ปี☐ 41-45 ปี☐ 46-50 ปี☐ 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ โสด☐ สมรส☐ หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา☐ มัธยมศึกษาตอนต้น☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย☐ ปวศ. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า☐ ปริญญาตรี☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ ธุรกิจส่วนตัว☐ ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

6. ความสัมพันธ์กับนักเรียน

☐ พ่อ/แม่☐ ผู้อุปการะ☐ อื่นๆ

7. จำนวนเด็กที่ท่านดูแลที่เรียนโรงเรียนกวดวิชา

☐ 1 คน☐ 2 คน☐ 2 คนขึ้นไป

8. รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน

☐ ไม่เกิน 15,000☐ 15,001-20,000☐ 20,001-30,000☐ 30,001-40,000☐ 40,001-50,000☐ มากกว่า 50,001

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา (ตอบทั้งผู้ปกครองและนักเรียน)

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ระดับความสำคัญของการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๑ ในเขตกรุงเทพมหานครฯ ว่ามีความสำคัญหรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในระดับใด 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๑ ในเขตกรุงเทพมหานครฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 โรงเรียนกวดวิชาที่ท่านเรียนอยู่มีชื่อเสียง					
1.2 หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่ชัดเจน					
1.3 หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน					
1.4 มีการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป					
1.5 มีการสอนที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ					
2 ปัจจัยด้านราคา					
2.1 ราคากับระยะเวลาในการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ท่านพึงพอใจ					
2.2 ราคากับสถานที่เรียนมีความสอดคล้องกัน					
2.3 ราคามีหลากหลายให้เลือกได้					
2.4 มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิต					
2.5 มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด					

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและ นักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวด วิชาในระดับมัธยมต้น กรณีศึกษาพื้นที่ในเขต กรุงเทพฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
3 ปัจจัยด้านสถานที่					
3.1 สถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะสมแก่ผู้เรียน ต้องไม่มี เสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน					
3.2 สถานที่เรียนมีที่จอดรถที่สะดวกสบายสำหรับ ลูกค้า					
3.3 ทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้าน					
3.4 ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้า					
3.5 มีป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย					
4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่าน สื่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา					
4.2 มีการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสาร ประกอบการเรียน					
4.3 มีการลดราคา					
4.4 สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทางเช่น ผ่าน เคาน์เตอร์เซอร์วิส					
4.5 สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้					
5 ปัจจัยด้านบุคลากร					
5.1 อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสาร ให้นักเรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาได้ง่ายมาก ยิ่งขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียน เข้าใจได้ง่าย					
5.2 อาจารย์มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา					

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและ นักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวด วิชาในระดับมัธยมต้น กรณีศึกษาพื้นที่ในเขต กรุงเทพฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
5.3 อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เรียน					
5.4 มีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถให้นักเรียนเลือก เรียนได้					
5.5 เจ้าหน้าที่มีความสามารถแนะนำในเรื่องการ เรียนการสอนได้เป็นอย่างดี					
5.6 เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง					
6 ปัจจัยด้านทางกายภาพ					
6.1 มีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้เรียน เช่น เอกสาร ประกอบการเรียน, โต้ะเรียน, เก้าอี้					
6.2 มีอุณหภูมิภายในห้องที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือ หนาวจนเกินไป					
6.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต					
6.4 มีห้องเรียนที่สะอาด ไม่แออัดจนเกินไป					
6.5 สถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่า เรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ					

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและ นักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวด วิชาในระดับมัธยมต้น กรณีศึกษาพื้นที่ในเขต กรุงเทพฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
7 กระบวนการให้บริการ					
7.1 มีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือ ของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ ตลอดเวลา					
7.2 มีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองโดยผ่านทาง อีเมล หรือSMS					
7.3 มีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียน สม่ำเสมอ					
7.4 เปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่าง ๆ ต่อสถาบันได้					
7.5 มีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน					



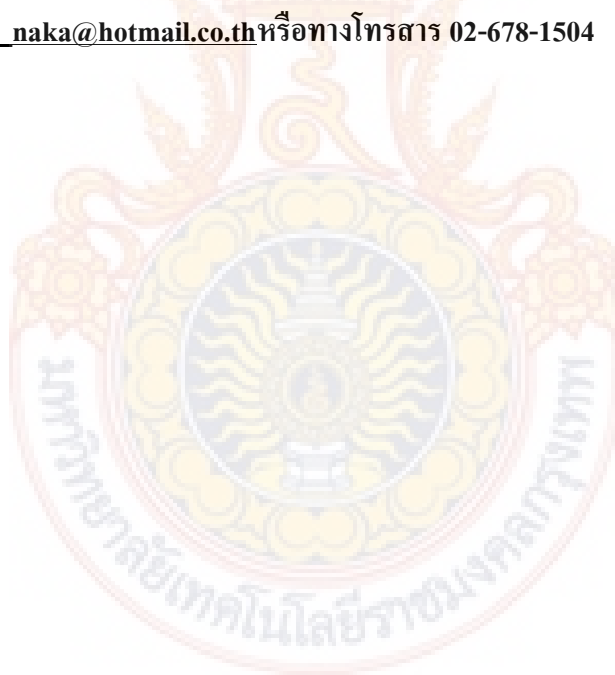
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ระดับความสำคัญของการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ทัศนศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ว่ามีความสำคัญหรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในระดับ
5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ทัศนศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ					
1.1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชามีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง					
1.2 ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน					
1.3 ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง					
2. ปัจจัยด้านสังคม					
2.1 สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา					
2.2 เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา					
2.3 ค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา					
3. ปัจจัยด้านทัศนคติ					
3.1 การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตของบุตรหลาน					
3.2 การเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้					
3.3 การเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า					
3.4 สิ่งการสอนในโรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติ					

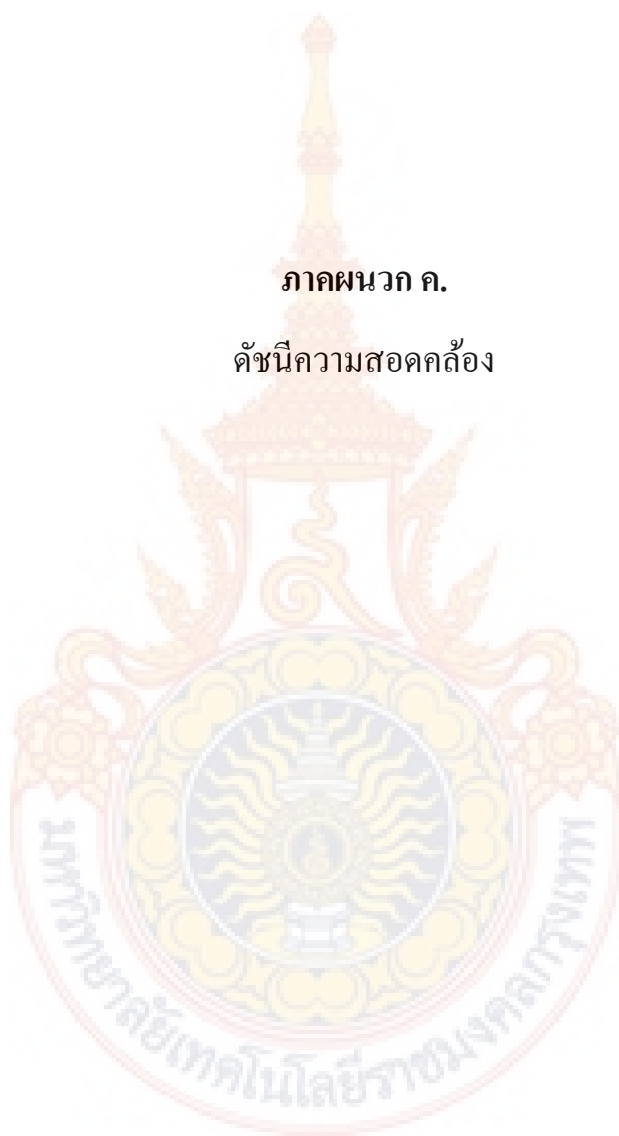
การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยม ต้น กรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ					
4.1 มีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอนเช่น ดารา นักแสดง คน รู้จัก รุ่นพี่					
4.2 มีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย					
4.3 สถาบันกวดวิชามีการการันตีว่าจะสอบได้หลังจากเรียนจบ หลักสูตร					

****หมายเหตุ****ทางผู้ปกครองถ้าหากไม่สะดวกที่จะส่งไปรษณีย์กลับมาให้ทางนักศึกษาจะขอ
ความกรุณาทางผู้ปกครองช่วยส่งมาทาง
e-mail : inging_naka@hotmail.co.thหรือทางโทรสาร 02-678-1504



ภาคผนวก ค.

ดัชนีความสอดคล้อง



แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและลักษณะส่วนบุคคล

แทนค่า

- + 1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
 0 = เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
 - 1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ข้อ ที่	ประเด็นพิจารณา	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่3	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
	☐ ผู้ปกครอง ☐ นักเรียน	+1	+1	+1	1	✓	
1	เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง	+1	+1	+1	1	✓	
2	☐ 12-20 ☐ 21-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 50 ขึ้นไป	+1	+1	+1	1	✓	
3	☐ โสด ☐ สมรส ☐ หย่าร้าง	+1	+1	+1	1	✓	
4	ระดับการศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย ☐ ปวส. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	✓	
5	อาชีพ ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ)	+1	+1	+1	1	✓	

ข้อ ที่	ประเด็นพิจารณา	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่3	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
6	นักเรียนกำลังศึกษาอยู่ในระดับ การศึกษา (นักเรียน) ☐ มัธยมศึกษาปีที่ 1 ☐ มัธยมศึกษาปีที่ 2 ☐ มัธยมศึกษาปีที่ 3	+1	+1	+1	1	✓	
7	ผลการเรียนรู้เฉลี่ยสะสม (นักเรียน) ☐ ไม่เกิน 2.00 ☐ 2.01-2.50 ☐ 2.51-3.00 ☐ 3.01-3.5 ☐ 3.51 ขึ้นไป	+1	+1	+1	0.33		✓
6	จำนวนบุตรในครัวเรือนของท่านที่ เรียนโรงเรียนกวดวิชา (ผู้ปกครอง) ☐ 1 คน ☐ 2 คน ☐ มากกว่า 2 คนขึ้นไป	+1	+1	+1	1	✓	
7	รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน (ผู้ปกครอง) ☐ ไม่เกิน 15,000 ☐ 15,001-20,000 ☐ 20,001-30,000 ☐ 30,001-40,000 ☐ 40,001-50,000 ☐ มากกว่า 50,001	+1	+1	+1	1	✓	

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับความสำคัญของการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๑ ในเขตกรุงเทพฯ ว่ามีความสำคัญหรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในระดับใด 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

แทนค่า + 1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
 0 = เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
 - 1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ข้อ ที่	ประเด็นพิจารณา	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์							
1.1	สถาบันการเรียนการสอนเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	+1	+1	-1	0.3		✓
1.2	หลักสูตรการเรียนมีระยะเวลาเรียนที่เหมาะสม	+1	+1	-1	0.3		✓
1.3	หลักสูตรการเรียนมีความเป็นมาตรฐาน	+1	+1	0	0.6	✓	
1.4	มีการสอนที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป	+1	+1	+1	1	✓	
1.5	มีการสอนที่หลากหลายไม่จำเจและน่าเบื่อ	+1	+1	-1	0.3		✓
2. ปัจจัยด้านราคา							
2.1	ราคามีความเหมาะสมกับระยะเวลาในการเรียน	+1	+1	+1	1	✓	
2.2	ราคากับสถานที่เรียนมีความเหมาะสมกัน	+1	+1	+1	1	✓	
2.3	ราคามีหลากหลายให้เลือกได้	+1	+1	+1	1	✓	

ข้อ ที่	ประเด็นพิจารณา	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
2.4	มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายแบบบัตรเครดิต	+1	+1	+1	1	✓	
2.5	มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่จ่ายเป็นเงินสด	0	+1	+1	0.6	✓	
3. ปัจจัยด้านสถานที่							
3.1	สถานที่ต้องเงียบสงบเหมาะแก่ผู้เรียน ต้องไม่มีเสียงรบกวนสมาธิแก่ผู้เรียน	+1	+1	+1	1	✓	
3.2	สถานที่เรียนมีที่จอดรถที่กว้างและสะดวกสบายสำหรับลูกค้า	+1	+1	+1	1	✓	
3.3	ทำเลที่ตั้งของสถานที่เรียนใกล้กับที่พักหรือบ้าน	+1	+1	+1	1	✓	
3.4	ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้า	+1	+1	+1	1	✓	
3.5	มีป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจนมองเห็นได้ง่าย	+1	+1	+1	1	✓	
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด							
4.1	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต โฆษณา	+1	+1	+1	1	✓	
4.2	มีการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี เช่น เอกสารประกอบการเรียน	+1	+1	+1	1	✓	
4.3	มีการลดราคา	+1	+1	+1	1	✓	
4.4	สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทางเช่น ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส	+1	+1	+1	1	✓	

ข้อ ที่	ประเด็นพิจารณา	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
4.5	สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้	+1	+1	+1	1	✓	
5. ปัจจัยด้านบุคลากร							
5.1	อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ ความสามารถที่สามารถสื่อสาร ให้นักเรียนสามารถเข้าใจใน เนื้อหานั้นได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น มีเทคนิคการสอนที่ดีทำให้นักเรียน สามารถเข้าใจได้ง่าย	+1	+1	+1	1	✓	
5.3	อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับ ผู้เรียน	+1	+1	+1	1	✓	
5.4	มีอาจารย์ที่หลากหลายสามารถ ให้นักเรียนเลือกเรียนได้	+1	+1	+1	1	✓	
5.5	เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถแนะ แนวในเรื่องการเรียนการสอน ได้เป็นอย่างดี	+1	+1	+1	1	✓	
5.6	เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี มีการยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็น กันเอง	+1	+1	+1	1	✓	
6. ปัจจัยด้านทางกายภาพ							
6.1	มีอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับ ผู้เรียน เช่น เอกสาร ประกอบการเรียน โต๊ะเรียน เก้าอี้	+1	+1	+1	1	✓	
6.2	มีอุณหภูมิภายในห้องที่ เหมาะสมไม่ร้อนหรือหนาว จนเกินไป	+1	+1	+1	1	✓	
6.3	มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน เทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต	+1	+1	+1	1	✓	

ข้อ ที่	ประเด็นพิจารณา	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
6.4	มีห้องเรียนที่สะอาดและไม่แออัดจนเกินไป	+1	+1	+1	0.3		✓
6.5	สถาบันมีการจัดรูปแบบห้องให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน เช่น ตกแต่งด้วยรูปภาพ	+1	+1	+1	1	✓	
7) กระบวนการให้บริการ							
7.1	มีความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น มีเบอร์มือถือของเจ้าหน้าที่ และอาจารย์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา	+1	+1	+1	1	✓	
7.2	มีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครอง โดยผ่านทาง อีเมลล์หรือSMS	+1	+1	+1	1	✓	
7.3	มีการติดตามวัดผลคุณภาพการเรียนของนักเรียนสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	1	✓	
7.4	มีการเปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะสิ่งต่างๆต่อสถาบัน	+1	+1	+1	1	✓	
7.5	มีกฎระเบียบขั้นตอนในการติดต่อที่ชัดเจน	+1	+1	+1	1	✓	

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับความสำคัญของการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษา
กรณีศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ว่ามีความสำคัญหรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในระดับ
5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

แทนค่า + 1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
0 = เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- 1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ข้อที่	ประเด็นพิจารณา	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ							
1.1	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเรียนกวดวิชามีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง	+1	+1	+1	1	✓	
1.2	ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์การเรียนมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้งาน	+1	+1	+1	1	✓	
1.3	ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง	+1	+1	+1	1	✓	
2. ปัจจัยด้านสังคม							
2.1	สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นในสังคมทำให้ต้องเรียนกวดวิชา	+1	+1	+1	1	✓	
2.2	เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างของนักเรียนไปเรียนกวดวิชา	+1	+1	+1	1	✓	
2.3	ค่านิยมในการส่งบุตรหลานไปเรียนกวดวิชา	+1	+1	0	0.6	✓	

ข้อที่	ประเด็นพิจารณา	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
3. ปัจจัยด้านทัศนคติ							
3.1	การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จในอนาคตต่อบุตรหลาน	+1	+1	+1	1	✓	
3.2	การเรียนกวดวิชาทำให้เด็กสอบเข้าโรงเรียนที่ต้องการได้	+1	+1	+1	1	✓	
3.3	การเรียนกวดวิชาเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่งที่คุ้มค่า	+1	+1	+1	1	✓	
3.4	สิ่งที่สอนในโรงเรียนกวดวิชามีเนื้อหาและรูปแบบดีกว่าในโรงเรียนปกติ	+1	+1	+1	1	✓	
4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ							
4.1	มีความชื่นชอบในอาจารย์ผู้สอน เช่น ดารา นักแสดง คนรู้จัก รุ่นพี่	+1	+1	+1	1	✓	
4.2	มีเพื่อนไปเรียนกวดวิชาด้วย	+1	+1	+1	1	✓	
4.3	สถาบันกวดวิชามีการกระตุ้นว่า จะสอบได้หลังจากเรียนจบหลักสูตร	+1	+1	+1	1	✓	

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับ ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

คำชี้แจง เขียนบรรยายความคิดเห็นของท่านในช่องว่าง

การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1

1. ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชา ให้เพิ่มประโยชน์ให้อ่านแล้วเข้าใจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2

1. ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 กลุ่มผู้กรอกแบบสอบถามควรจะแยกแบบสอบถามออกเป็นระหว่างผู้ปกครองและนักเรียน
2. เรื่องส่วนของเวลาเรียนมีส่วนด้วยหรือเปล่า เช่น เรียนช่วงเย็น หรือ เรียน เสาร์-อาทิตย์

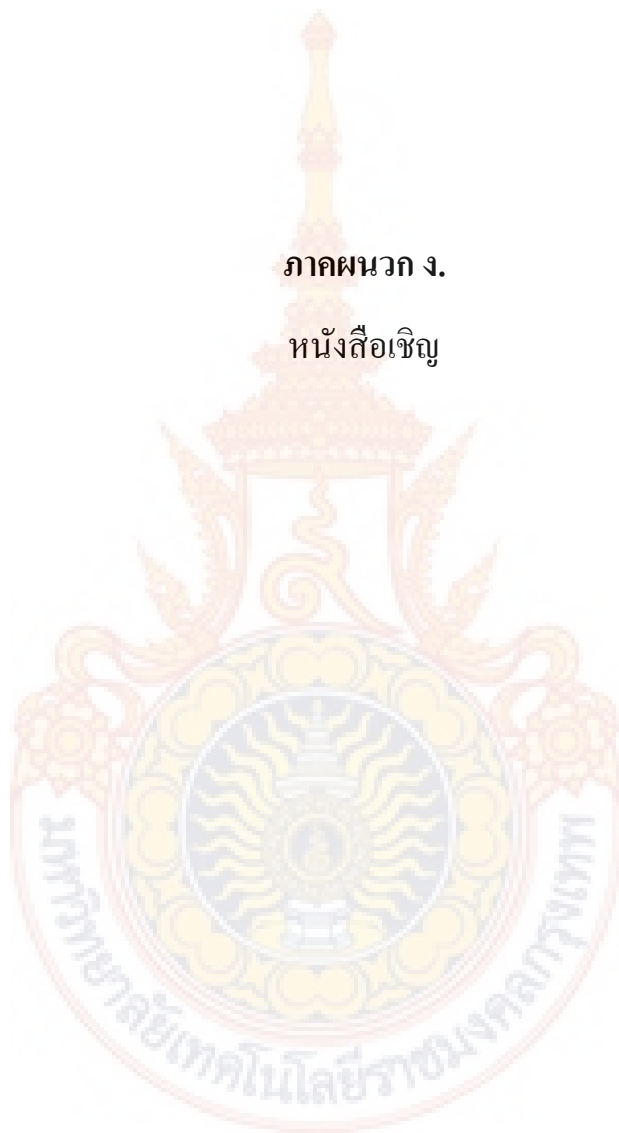
ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3

1. ส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 กลุ่มผู้กรอกแบบสอบถามควรจะแยกแบบสอบถามออกเป็นระหว่างผู้ปกครองและนักเรียน
2. ควรปรับปรุงแบบการเขียนประโยชน์ให้อ่านเข้าใจมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ผู้จัดทำจึงได้นำมาปรับปรุงแก้ไขจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านแล้วเพื่อให้บทเรียนสำเร็จรูปสมบูรณ์ที่สุด

ภาคผนวก ง.

หนังสือเชิญ



ที่ ศธ ๐๕๓๙.๐๔/ ๐๒๕



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
๘๗๘ ถนนอาคารสงเคราะห์
แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ ๑๐๑๒๐

๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.มนตรี ลีงษ์ทอง

ด้วย นางสาวสุภาวดี สิงห์มัจฉา นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา ๒๕๕๕ (รุ่นที่ ๑) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัย ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวสุภาวดี สิงห์มัจฉา โทรศัพท์ ๐๘๕ ๐๒๒ ๒๔๔๕

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางหทัยกร พันธุ์งาม)
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานคณบดี คณะบริหารธุรกิจ

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๘๗ ๙๖๗๓

โทรสาร ๐ ๒๒๘๖ ๘๙๖๒



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๒๒๖๘

ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/ ๑๕๖

วันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.คุณากร ไวยวุฒิ

ด้วย นางสาวสุภาวดี สิงห์มัจฉา นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา ๒๕๕๕ (รุ่นที่ ๑) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัย ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวสุภาวดี สิงห์มัจฉา โทรศัพท์ ๐๘๕ ๐๒๒ ๒๔๔๕

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(นางหทัยกร พันธุ์งาม)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๒๒๖๘

ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/๑๕๕ วันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ปรมินทร์ โฆษิตกุลพร

ด้วย นางสาวสุภาวดี สิงห์มัจฉา นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา ๒๕๕๕ (รุ่นที่ ๑) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา ในระดับมัธยมศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัย ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวสุภาวดี สิงห์มัจฉา โทรศัพท์ ๐๘๕ ๐๒๒ ๒๔๔๕

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(นางหทัยกร พันธุ์งาม)
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	สุภาวดี สิงห์มัจฉา
วัน เดือน ปีเกิด	20 สิงหาคม 2530
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ที่อยู่ปัจจุบัน	52 ซอย วชิรธรรมสาริต 34 แขวง บางจาก เขต พระโขนง กรุงเทพ 10260
สถานที่ทำงาน	บริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่ธุรการ

