

8011.

**การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย  
ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช  
จังหวัดนครศรีธรรมราช**

**นายอรุณ จุติผล**

**การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช**

**พ.ศ. 2551**

**A Study of Marketing Mix Factors Affecting in Selection of Tutorial School of  
Secondary School Students in Nakhon Si Thammarat Municipality City Area  
of Nakhon Si Thammarat Province**

**Mr. Arun Jutiphon**

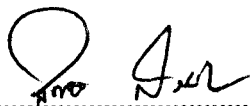
An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Business Administration  
School of Management Science  
Sukhothai Thammathirat Open University

2008

หัวข้อการศึกษาคั่นคว่ำอิสระ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้  
บริการ โรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย  
ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช

ชื่อและนามสกุล นายอรุณ จุติผล  
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ  
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร

คณะกรรมการสอบการศึกษาคั่นคว่ำอิสระได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาคั่นคว่ำอิสระ  
ฉบับนี้แล้ว



..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร)



..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์สุวิณา ตังโพธิสุวรรณ)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ อนุมัติให้รับการศึกษา  
คั่นคว่ำอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ ประเสริฐศรี)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วันที่ 30 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2552

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาล  
นครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช

**ผู้ศึกษา** นายอรุณ จุติผล **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (วิทยาการจัดการ)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวิไมไกร **ปีการศึกษา** 2551

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช” ครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เคยเรียนและกำลังเรียนกวดวิชา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา ที่มีที่ตั้งในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จำนวน 8 โรงเรียน และใช้ขนาดตัวอย่าง 357 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม โดยใช้สถิติร้อยละ และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ข้อเสนอแนะต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำผลของการศึกษาไปใช้ คือ ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าว มีผลในระดับมากต่อการเลือก และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป คือ ควรจะขยายขอบเขตของประชากรกลุ่มเป้าหมาย ในการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมในวงที่กว้างมากขึ้นและควรมีการศึกษาส่วนประสมสำหรับตลาดบริการอื่นๆ เช่น ด้านสาธารณสุขไปโรค ด้านโรงแรม-ท่องเที่ยว ฯลฯ

**คำสำคัญ** ส่วนประสมทางการตลาด โรงเรียนกวดวิชา เทศบาลนครนครศรีธรรมราช

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี เพราะผู้ทำการศึกษาได้รับความกรุณาอย่าง ยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวิฎฒิไกร และ รองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิสุวรรณ อาจารย์ทั้งสองท่านที่ได้เสียสละเวลา อันมีค่าเพื่อประสิทธิ์ประสาท องค์ความรู้ในวิชาการการตลาด และการวิจัย คอยให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ทุกขั้นตอน อีกทั้งทำให้ผู้ ศึกษาได้รับประสบการณ์ในการศึกษาค้นคว้าอิสระและรู้ถึงคุณค่าของงานในอันที่จะช่วยให้มีการ พัฒนาเป็นไปอย่างมีคุณค่ามากขึ้น และท่านทั้งสองยังเป็นแบบฉบับของอาจารย์ที่ทุ่มเทให้กับศิษย์และ งานด้านวิชาการอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ ดร. ทรงพล โสภณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุรรัตน์ ศรีเปา ทยะคุณอนุรักษ์ รักษ์ทอง อาจารย์อู่สำห้ ศิวโมกษ์ คุณจามร เจริญอภิบาล และคุณสุธิกา ธรรมสุนทร ที่ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ อันเป็นประโยชน์ เพื่อปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่อง ให้ความอนุเคราะห์เป็น ผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือและให้คำแนะนำในการศึกษาในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุก ๆ ท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจน ถวายทอดประสพการณ์ในด้านต่าง ๆ แก่ผู้ศึกษา อีกทั้งขอกราบขอบพระคุณผู้อำนวยการโรงเรียน มัธยมศึกษา ทั้ง 8 โรงเรียน ที่ให้ความกรุณาอนุญาตให้เก็บข้อมูลเพื่อการศึกษา อีกทั้งขอขอบคุณ นักเรียนทั้ง 357 คน ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการทำการศึกษาเป็นอย่างดี

รองศาสตราจารย์ ดร. ไมตรี จันทรา ได้กล่าวไว้ว่า ไม่มีงานวิจัยใดในโลกนี้จะมีความถูกต้อง ครบถ้วน ร้อยเปอร์เซ็นต์ ผู้ศึกษาได้ตระหนักในประเด็นนี้เช่นกันและหากว่าการศึกษารั้งนี้ มี ข้อบกพร่องและผิดพลาดในประเด็นใดๆก็ตาม ผู้ศึกษาขอน้อมรับความผิดพลาดนั้นๆเพื่อนำไป ปรับปรุงแก้ไข ขณะเดียวกัน หากคุณประโยชน์และความดี อันพึงมีจากการศึกษานี้ ผู้ศึกษาขอ มอบให้บิดา มารดา ที่ได้อบรมสั่งสอน ปลูกฝังคุณงามความดีและความมานะอดทน ตลอดจนครูบา อาจารย์ ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ อันเป็นพื้นฐานสำคัญ ทำให้เกิดผลสำเร็จและเพื่อน ทุกคนที่ให้ทั้งกำลังกายและกำลังใจที่ดียิ่ง

อรุณ จุติผล

กันยายน 2551

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญภาพ .....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ .....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
ขอบเขตของการวิจัย .....	4
กรอบแนวคิด .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	7
ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค .....	7
แนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ .....	10
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ .....	11
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค .....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการกวดวิชาและการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา .....	14
ส่วนที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	18
บทที่ 3 วิธีการศึกษา .....	23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	23
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	24
เครื่องมือสถิติที่ใช้ในการศึกษา .....	24
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	26
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป .....	27
ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลให้การตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา .....	39
ส่วนที่ 3 ข้อมูลความต้องการด้านต่างๆ ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา .....	51

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ข้อมูลแนวโน้มในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา .....	72
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	76
สรุปการศึกษา .....	76
อภิปรายผลการศึกษา .....	80
ข้อเสนอแนะ .....	84
บรรณานุกรม .....	87
ภาคผนวก .....	90
ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	91
ข สำเนาหนังสือขอความอนุเคราะห์ที่ตกลงใช้เครื่องมือเพื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ .....	98
ค แบบสอบถาม .....	100
ประวัติผู้ศึกษา .....	113

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ ..... 27
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้น ที่กำลังศึกษา ..... 27
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแผนก ที่เรียน ..... 28
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อ เดือนของผู้ปกครอง ..... 29
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม โรงเรียนกวดวิชาที่เคยเรียนกวดวิชา ..... 30
ตารางที่ 4.6	แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับ ความพอใจในโรงเรียนกวดวิชา ..... 31
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับ ความพอใจในโรงเรียนกวดวิชาจำแนกตามการศึกษา ..... 33
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับ ความพอใจในโรงเรียนกวดวิชาจำแนกตามแผนการเรียน ..... 34
ตารางที่ 4.9	แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม จุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชา ..... 36
ตารางที่ 4.10	แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละจุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาของ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา ..... 37
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาของ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแผนก ..... 38
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัย ด้านเนื้อหาหลักสูตรเอกสารและสถานที่เรียน ..... 39
ตารางที่ 4.13	แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัย ด้านเนื้อหาหลักสูตรเอกสารและสถานที่เรียน ..... 41



**สารบัญตาราง (ต่อ)**

	หน้า
ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในปัจจัยด้านสถานที่ .....	42
ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด .....	43
ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาดโดยใช้สื่อโฆษณาในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชา .....	44
ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ ตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา .....	45
ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขายในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ ตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา .....	46
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัย ด้านบุคลากร .....	47
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ ..	48
ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ทางกายภาพ .....	50
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการในด้านรูปแบบหลักสูตรในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา .....	51
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการด้านปัจจัยด้านรูปแบบหลักสูตร ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นเรียน .....	50
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของความความต้องการด้านปัจจัย ด้านรูปแบบ หลักสูตรของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนการเรียน .....	53
ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความ ต้องการในด้านจำนวนผู้เรียนต่อห้องเรียนในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา .....	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการในด้านจำนวนผู้เรียนต่อห้อง ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นเรียน .....	55
ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการด้านจำนวนผู้เรียนต่อห้องของ นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนการเรียน .....	56
ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการในด้านจำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตรที่เหมาะสมในการเลือกโรงเรียน กวดวิชา .....	57
ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการด้านจำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตร ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นเรียน .....	58
ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการในด้านจำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตร ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนการเรียน .....	59
ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการเอกสารประกอบการสอนที่เหมาะสม .....	60
ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการด้านราคาค่าเรียนที่เหมาะสม .....	61
ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการด้านทำเลที่เหมาะสมของโรงเรียนกวดวิชา .....	62
ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการด้านอาคารสถานที่ที่เหมาะสม .....	63
ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการการส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณาที่เหมาะสม .....	64
ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม .....	65
ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการการส่งเสริมการตลาดด้านการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม .....	66
ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความ ต้องการด้านอาจารย์ผู้สอนที่เหมาะสม .....	67

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม .....	68
ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านกระบวนการหลักที่เหมาะสม .....	69
ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านกระบวนการเสริมที่เหมาะสม .....	70
ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาที่ดี .....	71
ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละแนวโน้มของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างในการเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป .....	72
ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ในปีการศึกษาต่อไป .....	73
ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาเหตุที่มีแนวโน้มในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ในปีการศึกษาต่อไป .....	74
ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิชาที่จะเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา ที่มีแนวโน้มจะเลือกเรียนในปีการศึกษาต่อไป .....	75

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่ายหรือ S-R Theory .....	7
ภาพที่ 2.2 รายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค .....	8
ภาพที่ 2.3 ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ .....	9
ภาพที่ 5.1 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	77

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้เป็นที่ไปได้อย่างต่อเนื่องและได้ผลในระยะยาวจะต้องเริ่มจากการพัฒนาคนให้ประสบความสำเร็จเป็นอันดับแรก ซึ่งจะประสบความสำเร็จได้อยู่ที่ความสำคัญของการจัดการศึกษาสำหรับทุกคน โดยทั่วถึงและเสมอภาคมากที่สุด โดยถือว่า คน คือ ทรัพยากรอันมีค่ายิ่งของประเทศ

การศึกษาจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ในฐานะที่มีบทบาทโดยตรงต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การให้การศึกษาเป็นการสร้างบุคคลในสาขาต่าง ๆ เพื่อป้อนให้แก่ธุรกิจทุกแขนง และทุกภาคของการพัฒนาการศึกษานั้น นอกจากจะทำหน้าที่ผลิตกำลังคนให้มีคุณสมบัติตามความต้องการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองการพัฒนาทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมแล้ว ยังฝึกให้คนเกิดการเรียนรู้ ทักษะ สามารถนำความรู้ไปปรับตัวให้เข้ากับสังคมและดำรงชีวิต อยู่ได้โดยใช้ความรู้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม จากความสำคัญดังกล่าวของการศึกษา จึงก่อให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มผู้เรียน เพื่อนำตนเองไปอยู่ในระดับต้นของผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญของแต่ละสาขาวิชา เพื่อเข้าสู่อาชีพที่ตนเองคาดหวังและนำมาซึ่งชื่อเสียง เกียรติยศ ฐานะที่มั่นคง (กาญจนา ภูมมา, 2545, หน้า 1-2)

ในอนาคตมีแนวโน้มสูงว่า การแข่งขันทางการศึกษาจะเป็นไปอย่างเข้มข้นและรุนแรงกว่าในอดีตอย่างมากมาย ธุรกิจการศึกษาจะอาศัยกลยุทธ์และความคิดใหม่ๆ โดยที่การรับรู้เรื่องคุณภาพของบริการทางการศึกษาจะดีขึ้น ตามพัฒนาการทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการแข่งขันทางการตลาด มหาวิทยาลัยชั้นนำบางแห่งในสหรัฐ เห็นความสำคัญแม้กระทั่ง การให้มีคณะวิชาที่มีชื่อเหมือนกันเพื่อบรรลุเป้าหมายในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญกับการสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐอย่างมาก ในขณะที่สถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความสามารถในการรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อได้เพียงจำนวนจำกัด กล่าวคือ ในปีการศึกษา 2548 มีนักเรียนสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐได้เพียง 58,446 คน แต่มีจำนวนนักเรียนที่ต้องการเรียนต่อ จำนวน 109,637 คน (กลุ่มรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2548) และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในทุกปี ทำให้การแข่งขันเพื่อสอบคัดเลือกเข้าเรียนต่อในสถาบันอุดมศึกษา (Entrance) เป็นไปอย่างรุนแรง จึงเป็นที่มาของการประกอบการธุรกิจกวดวิชา

ในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อสนองความต้องการของนักเรียนทั่วประเทศ บางแห่งประสบความสำเร็จ แต่มีจำนวนไม่น้อย ที่ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ (ดิเรก พงศ์พัฒน์ มติชนรายวัน วันที่ 15 มิถุนายน 2548 ปีที่ 28 ฉบับที่ 9958)

โรงเรียนกวดวิชาทั่วประเทศมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2540 ทบวงมหาวิทยาลัยได้มีการปรับปรุงหลักเกณฑ์ ในการคัดเลือกนักเรียนเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา โดยกำหนดให้ใช้เกรดเฉลี่ย (GPA) ให้เริ่มนับ ตั้งแต่มัธยมศึกษาปีที่ 4 ทำให้ในปี 2542 มีโรงเรียนกวดวิชาทั่วประเทศ 363 แห่ง และมีนักเรียนจำนวน 66,702 คน โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของโรงเรียนกวดวิชา และนักเรียนเรียนกวดวิชาอย่างรวดเร็ว ปรากฏว่าในปี 2543 มีโรงเรียนกวดวิชาทั่วประเทศถึง 527 แห่ง และจำนวนนักเรียนที่เข้าเรียนกวดวิชามีมากถึง 147,093 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 31 และร้อยละ 120 ตามลำดับ

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และศาสนา มากที่สุดจังหวัดหนึ่งในภาคใต้และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางมาไม่น้อยกว่า 1,800 ปีมาแล้ว มีหลักฐานทางโบราณคดีและหลักฐานทางเอกสารที่ปรากฏ ในขณะนี้ยืนยันได้ว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีกำเนิดมาแล้วตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 7 เป็นอย่างน้อย การจัดการศึกษาของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีหลายระดับ ตั้งแต่ระดับก่อนประถมศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย (สายสามัญและอาชีพ) และระดับอุดมศึกษา มีมหาวิทยาลัยด้วยลักษณะ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ และศูนย์วิทย์พัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช โดยมีการแบ่งพื้นที่เขตการศึกษาออกเป็น 4 เขต มีสถานศึกษารวมทั้งจังหวัด 1,045 แห่ง จำนวนครู - อาจารย์ 17,711 คน จำนวนนักเรียน - นักศึกษา 360,059 คน (ข้อมูล ณ ธันวาคม 2549)

จากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2545 - 2549 พบว่า ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามราคาประจำปี พ.ศ. 2549 จำแนกตามสาขาการผลิต พบว่าด้านการศึกษา มีมูลค่า 7,870 ล้านบาท

ธุรกิจ โรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีการเปิดดำเนินการอันหลากหลายและกระจายไปทั่วจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา จังหวัดนครศรีธรรมราช เขต 1 ได้อนุมัติให้ดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาโดยถูกต้องกฎหมายและทำให้มีการเปิดดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาอย่างต่อเนื่อง จนถึงปี 2551 มีโรงเรียนกวดวิชาที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 11 แห่ง การแข่งขันในธุรกิจมีทั้งผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชาในท้องถิ่น และผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชาจากกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้การแข่งขันเป็นไป

อย่างรุนแรงมากขึ้น และนักเรียนมีความต้องการเรียนกวดวิชาของเพิ่มขึ้น ส่งผลให้โรงเรียนกวดวิชา มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการพัฒนารูปแบบการเรียนที่มีความหลากหลาย ได้แก่ การเปิดการเรียนการสอนเฉพาะสาขาวิชา, การเปิดการเรียนการสอนในหลายสาขาวิชา ในด้านการจัดการรูปแบบการสอน ได้แก่ การสอนเป็นกลุ่มใหญ่ (50 - 200 คน), การสอนผ่านโทรทัศน์วงจรปิด หรือเทปบันทึกภาพ, การสอนเป็นกลุ่มเล็กที่นักเรียนจัดหามา (5 -10 คน), การจัดบริการจัดหาครูผู้สอนให้กับนักเรียนตามบ้าน นอกจากนี้ยังมีการ ส่งเสริมการขายในด้านอื่นๆ ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ, ผ่านทาง internet, การแจกอุปกรณ์การเรียน, การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับนักเรียน ซึ่งความหลากหลายของรูปแบบของโรงเรียนกวดวิชานี้ เกิดจากผู้บริหารของแต่ละแห่ง ได้มี รูปแบบการดำเนินงาน วิธีการจัดการองค์กรที่แตกต่าง

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนคร นครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนคร นครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายต่อปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาในเขตเทศบาลนคร นครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ผู้ประกอบธุรกิจกวดวิชาสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงและวางแผนการตลาดที่เหมาะสมต่อไป

#### 4. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช” ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาในด้านต่างๆ ดังนี้

##### 4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่โรงเรียนตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5,301 คน จาก 8 โรงเรียน

##### 4.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ระหว่างเดือนมิถุนายน - พฤศจิกายน 2551

##### 4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

4.3.1 *ตัวแปรอิสระ* คือ ลักษณะส่วนบุคคล

4.3.2 *ตัวแปรตาม* คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ครั้งนี้ เป็นการศึกษาในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ รายละเอียดในการศึกษามีดังนี้ คือ

###### 1) ด้านผลิตภัณฑ์

- (1) รูปแบบหลักสูตร
- (2) จำนวนผู้เรียนต่อห้องเรียน
- (3) จำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตร
- (4) ช่วงเวลาเรียน
- (5) จำนวนชั่วโมง/คาบ
- (6) เอกสารประกอบการสอน
- (7) อาคารเรียนและห้องเรียน

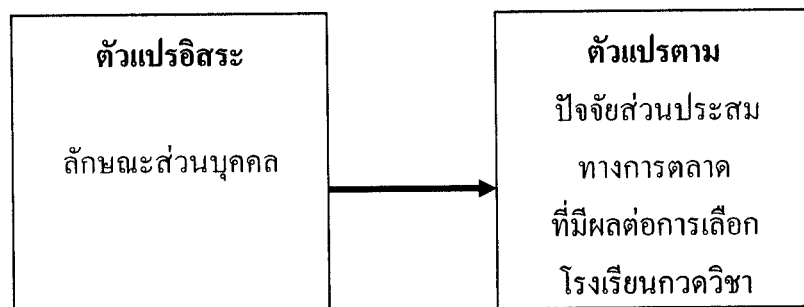
###### 2) ด้านราคา

- (1) ราคาการเรียน
- (2) วิธีการชำระค่าเรียน
- (3) ส่วนลดในค่าเรียน



- 3) ด้านสถานที่
  - (1) สถานที่หาพบได้ง่าย
  - (2) สถานที่จอดรถสะดวก
  - (3) ทำเลที่ตั้งใกล้โรงเรียน
  - (4) ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัย
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด
  - (1) การโฆษณา
  - (2) การประชาสัมพันธ์
  - (3) การส่งเสริมการขาย
- 5) ด้านบุคลากร
  - (1) อาจารย์ผู้สอน
  - (2) เจ้าหน้าที่
- 6) ด้านกระบวนการ
  - (1) การเปิดสอนหลายช่วงเวลา
  - (2) การจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง
  - (3) การสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ
- 7) ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ
  - (1) การมีชื่อเสียงมานาน
  - (2) การมีภาพพจน์ของความทันสมัย
  - (3) การมีคำรับรองจากคนใกล้ชิด
  - (4) สถิติการสอบเข้ามหาวิทยาลัย
  - (5) คำรับรองจากสถาบันที่เชื่อถือได้

## 5. กรอบแนวคิด



## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด สำหรับตลาดบริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่

6.1 **ผลิตภัณฑ์** หมายถึง การให้ความรู้ตามหลักสูตรที่โรงเรียนกวดวิชาจัดทำ อาคารสถานที่ และเอกสารประกอบการสอน

6.2 **ราคา** หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการเรียน

6.3 **สถานที่** หมายถึง ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชารวมทั้งสภาพแวดล้อม

6.4 **การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมต่างๆ ที่โรงเรียนกวดวิชาจัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาค่าเรียน แจกของชำร่วย ฯลฯ

6.5 **บุคลากร** หมายถึง บุคลากรที่ให้บริการในโรงเรียนกวดวิชา ได้แก่ ครู และเจ้าหน้าที่

6.6 **กระบวนการ** หมายถึง แนวทางการให้บริการของโรงเรียนกวดวิชา เช่น การจัดการสอนในช่วงเวลาต่างๆ การให้บริการแนะแนว ความรวดเร็วในการให้บริการ การจัดทดสอบความพร้อมก่อนสอบจริง การสอนโดยสื่อการสอนต่างๆ ฯลฯ

6.7 **ภาพลักษณ์ทางกายภาพ** หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ส่งเสริมภาพพจน์ของโรงเรียน เช่น ลักษณะห้องเรียน การตกแต่งอาคารเรียน เครื่องแบบเจ้าหน้าที่ ฯลฯ

6.8 **โรงเรียนกวดวิชา** หมายถึง โรงเรียนที่จัดตั้งขึ้นตาม พ.ร.บ. โรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 มาตรา 6 มาตรา 17 มาตรา 45 และระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานโรงเรียนเอกชน ประเภทกวดวิชา พ.ศ. 2545 โดยวัตถุประสงค์ เพื่อสอนเสริมวิชาต่างๆ เป็นการทบทวนความรู้ โดยอาจกำหนดเวลาเรียนต่างจากเวลาเรียนปกติของนักเรียน เช่น เรียนเฉพาะวันหยุด เฉพาะภาคฤดูร้อน หรือเรียนเฉพาะตอนเย็น

6.9 **นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย** หมายถึง นักเรียนที่กำลังเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เคยใช้หรือกำลังใช้บริการในโรงเรียนกวดวิชา

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช ผู้ศึกษาได้ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและขอเสนอหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

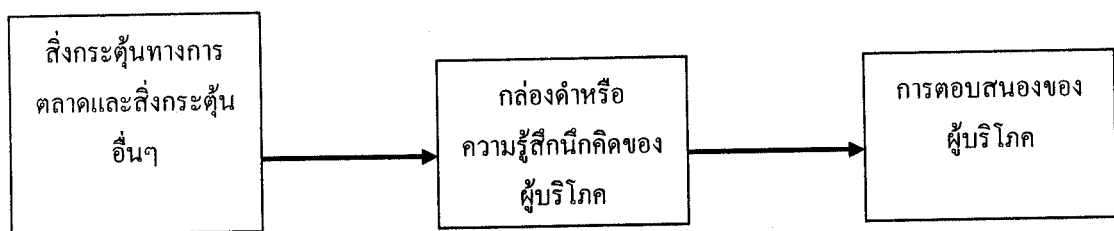
1. แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดทางด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
5. แนวคิดเกี่ยวกับการกวดวิชาและการดำเนินธุรกิจ โรงเรียนกวดวิชา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

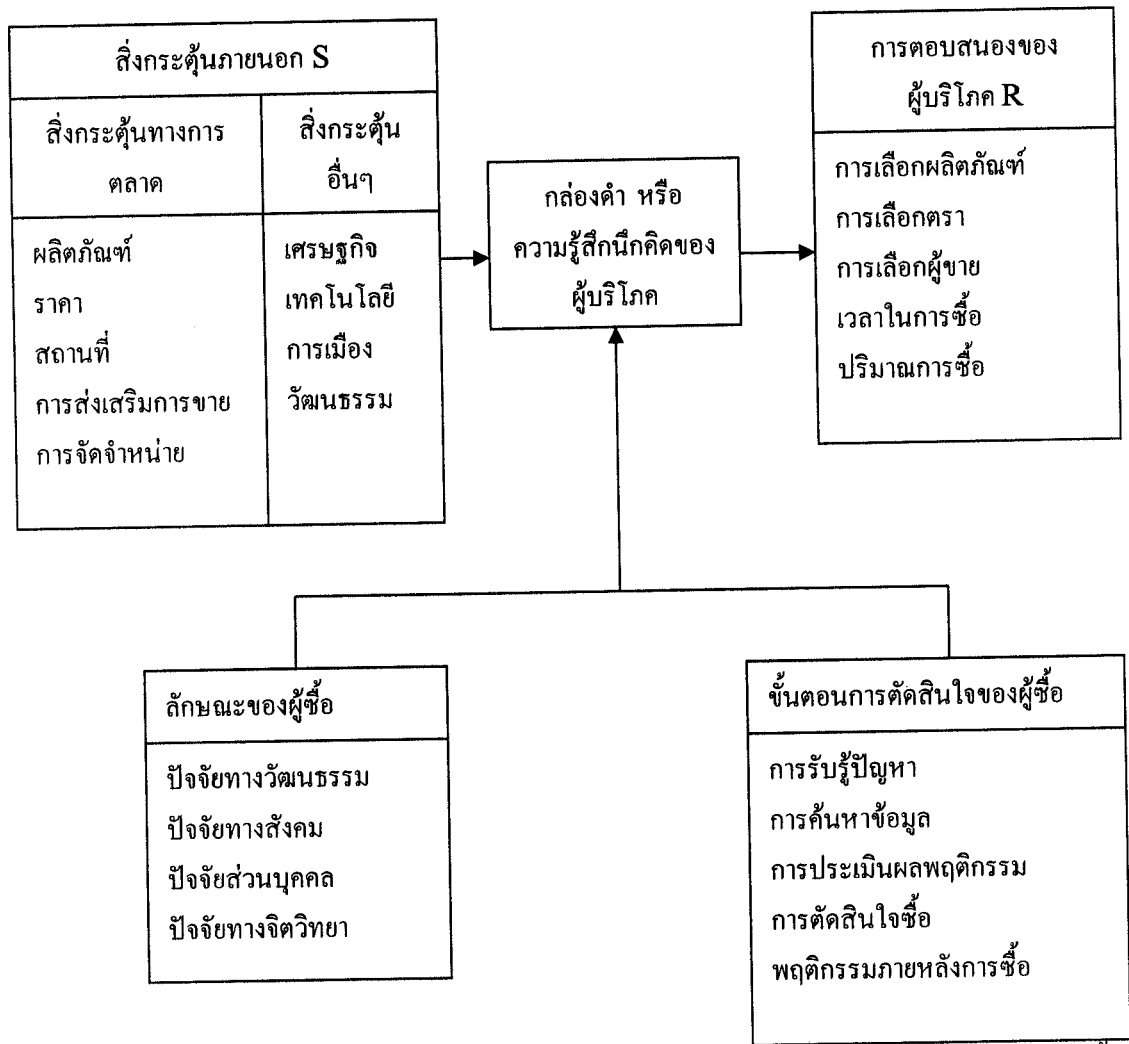
##### 1.1 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจ ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการโดยมีจุดเริ่มจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งจะได้รับอิทธิพลต่างๆ แล้วผู้บริโภคจะเกิดการตอบสนอง (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยการซื้อหรือไม่ซื้อ

จุดเริ่มต้นของโมเดลอยู่ที่การมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการ แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงสามารถเรียกว่า S-R Theory



ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่ายหรือ S-R Theory



ภาพที่ 2.2 แสดงรายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค S-R Theory มีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งสิ่งกระตุ้นเหล่านี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buyer Motive) ซึ่งอาจเป็นเหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลหรือเหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาดบริการ (Service Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับ ส่วนผสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ซึ่งจะประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น คุณภาพของการบริการ รูปแบบของงานบริการต่างๆ ความสามารถของผู้ให้บริการ เป็นต้น

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น อัตราค่าธรรมเนียมการบริการ เป็นต้น

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel / Place) เช่น ที่ตั้งของสถานบริการ สถานที่จอดรถ เป็นต้น

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

1.1.5 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

ก. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ รายได้ของผู้บริโภค เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

ข. สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

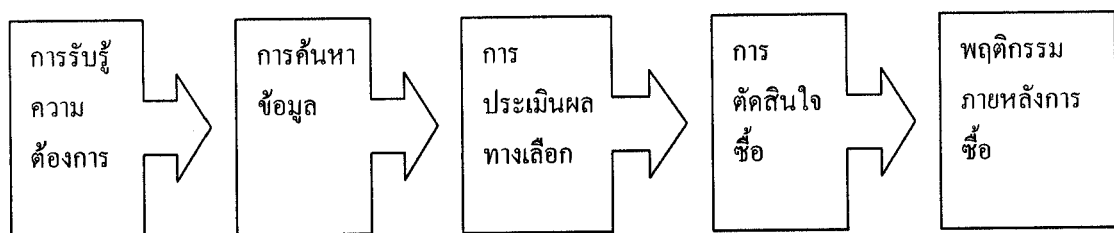
ค. สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง (Law and Political)

ง. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristic) ซึ่งลักษณะผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นต้น

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) พิจารณาแผนผังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.3 แสดงขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ก. การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- ข. การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- ค. การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- ง. การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
- จ. การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

## 2. แนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ

การบริหารการตลาด ประเภทตลาดบริการนั้น Bernard H.Booms และ Mary Jo Bitner (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2542 : 50) ซึ่งเป็นนักวิชาการชาวอเมริกัน กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ว่ายังไม่เพียงพอ จึงได้นำเสนอส่วนประสมทางการตลาด เพิ่มอีก 3 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจเสนอ เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของบุคคลให้พึงพอใจ

2.2 ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน

2.3 สถานที่ (Place) หมายถึง สถานที่ให้บริการ ท่าเรือ ที่ตั้ง หรือช่องทางการจำหน่าย

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่มุ่งใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ การลดราคา การโฆษณา เป็นต้น

2.5 บุคลากร (People) หมายถึง บุคลากรในองค์กรที่คอยให้บริการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ ในธุรกิจบริการส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการจะเกี่ยวข้องโดยตรงกับพนักงานและประเมินผลความพอใจจากการบริการที่ได้รับ ดังนั้นบุคลากรจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับตลาดบริการ

2.6 ขั้นตอนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนต่างๆ ของการให้บริการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ เนื่องจากในธุรกิจบริการลูกค้าจะสัมผัสกับกระบวนการให้บริการโดยตรง ดังนั้นองค์ประกอบด้านนี้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

2.7 ภาพลักษณ์ต่างๆ ขององค์กร (Physical Evidence) หมายถึง ส่วนประกอบขององค์กรที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ และเป็นส่วนที่เพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ

### 3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

นักวิชาการที่สนใจในด้านการตัดสินใจให้ความหมายของคำว่า การตัดสินใจแตกต่างกัน ดังนี้

เฟรมอน ชูล (Fremont Shull) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2546, หน้า 235) ให้นิยามว่า กระบวนการตัดสินใจเป็นกระบวนการของมนุษย์ เกี่ยวพันทั้งในแง่บุคคลและสังคม การตัดสินใจจะเกิดจากการใช้ดุลพินิจซึ่งนำมาจากข้อเท็จจริงและค่านิยมของแต่ละคนที่จะเลือกทางเลือกที่เขาคิดว่า จะสนองความมุ่งมาดปรารถนา ความต้องการของเขา

เบอร์ตัน (Gene Burton) และชาร์เกอร์ (Manab Thakur) นิยามว่า “การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการที่รวมเอาการวิเคราะห์และการนิยามสถานการณ์ของปัญหา การวิเคราะห์เพื่อกำหนดทางเลือก การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดหนึ่งทางเลือก (The best one) และกำหนดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ” โดยเขาพิจารณาว่า “ทางเลือกที่ดีที่สุดหนึ่งทางเลือก (The best one) หมายถึง ทางเลือกที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งในแง่ของกำไรและการพิจารณาในเชิงคุณภาพ

ลิว (Leslie W.rue) และ ไบอาร์ส (Lloyd L. Byars) นิยามว่า “การตัดสินใจ (decision making) พิจารณาตามนัยของความหมายอย่างแคบ หมายถึง กระบวนการในการเลือกทางเลือกจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่” และ “การแก้ปัญหา” (Problem solving) หมายถึง กระบวนการในการตอบสนองอย่างเหมาะสมในการแก้ปัญหาใดๆ” (ทองใบ สุธาธิ, 2542, หน้า 302)

#### 3.1 ทฤษฎีการตัดสินใจ (จิตติมา อัจฉริยกุล, 2544, หน้า 6-8)

3.1.1 ทฤษฎีการใช้เหตุผลสมบูรณ์แบบ (The Rational Comprehensive Theory) มีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

- 1) ผู้ตัดสินใจเผชิญกับปัญหา ซึ่งสามารถแยกออกมาจากปัญหาอื่น ได้อย่างแท้จริงหรืออย่างน้อยที่สุดปัญหาเช่นนั้นก็มี ความหมายที่ชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับปัญหาอื่นๆ
- 2) เป้าหมาย ค่านิยม หรือวัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นแนวทางในการตัดสินใจของ ผู้ตัดสินใจลักษณะชัดเจนและ สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาได้
- 3) การพิจารณาทางเลือกต่างๆ ที่จะใช้ในการแก้ปัญหาทั้งหมดด้วยความรอบคอบผลที่จะตามการเลือกทางเลือกแต่ละทางทั้งทางบวกและทางลบได้รับการพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วน
- 4) มีการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของทางเลือกแต่ละทางเลือกด้วยความ

รอบคอบ ผู้ตัดสินใจจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่จะช่วยให้เป้าหมายค่านิยมหรือวัตถุประสงค์บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

### 3.1.2 ทฤษฎีส่วนเพิ่ม (The Incremental Theory) มีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

- 1) การเลือกเป้าหมาย หรือ วัตถุประสงค์ และ การวิเคราะห์ข้อมูลข้อเท็จจริงเพื่อหาทางปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาด แต่ยังมี ส่วนเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอยู่
- 2) ในการพิจารณาทางเลือก ผู้ตัดสินใจจะพิจารณาเฉพาะทางเลือกในการแก้ปัญหาที่สำคัญๆ บางทางเลือกเท่านั้นและแต่ละทางเลือกก็จะมี ความหมายแตกต่างกันไม่มากนัก
- 3) ในการประเมินผลที่จะเกิดขึ้นของแต่ละทางเลือกนั้นๆ ผู้ตัดสินใจประเมินเฉพาะผลที่สำคัญๆ เท่านั้น
- 4) สนใจพยายามนิยามปัญหาที่เผชิญอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนเป้าหมายและวิธีที่ให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมและนำไปใช้ในการแก้ปัญหาได้

### 3.1.3 ทฤษฎีผสม (Mixed Scanning Theory) มีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

- 1) ทฤษฎีผสมพยายามนำส่วนดีของทฤษฎีการใช้เหตุผลสมบูรณ์แบบ และทฤษฎีส่วนเพิ่มมาใช้ คือ พยายามวิเคราะห์ปัญหาอย่างหยาบๆ ก่อน แล้วทำการวิเคราะห์ในรายละเอียดเฉพาะจุดที่เห็นเป็นปัญหาสำคัญ
- 2) ทฤษฎีผสมเอื้ออำนวยให้ผู้ตัดสินใจสามารถเลือกใช้ ทั้งทฤษฎีการใช้เหตุผลสมบูรณ์แบบและทฤษฎีส่วนเพิ่ม ในสถานการณ์ต่างๆ ได้ตามความเหมาะสม
- 3) ทฤษฎีผสมเป็นการประนีประนอมระหว่างทฤษฎีส่วนเพิ่มกับ ทฤษฎีการใช้เหตุผลสมบูรณ์แบบ

## 3.2 ประเภทของการตัดสินใจ (Types of Decisions)

3.2.1 การตัดสินใจแบบมีโครงสร้าง (Programmed Decision) หมายถึงการตัดสินใจซึ่งมักจะเกิดขึ้นเป็นประจำ และมีกฎเกณฑ์การตัดสินใจ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.2 การตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้าง (Non Programmed Decision) หมายถึงการตัดสินใจที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน หรือเป็นการตัดสินใจที่ไม่สามารถนำกฎเกณฑ์ระเบียบปฏิบัติที่มีอยู่ไปประกอบการตัดสินใจได้ทันที จำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาทางเลือกให้เหมาะสมกับเงื่อนไขและสถานการณ์ ความแตกต่างของการตัดสินใจทั้ง 3 ประเภท จะเห็นได้ดังนี้



ประเภทของการตัดสินใจ	ข้อมูลในการตัดสินใจ	ผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือก	ความน่าจะเป็นของแต่ละทางเลือก	การตัดสินใจเลือก
แน่นอน	มีเพียงพอในการตัดสินใจ	ทราบผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือก	ทราบความน่าจะเป็นของแต่ละทางเลือกว่าทุกทางมีโอกาสเกิดอย่างแน่นอน	สามารถเลือกที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดได้
เสี่ยง	มีข้อมูลไม่เพียงพอในการตัดสินใจ	ทราบผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือก	ทราบความน่าจะเป็นของแต่ละทางเลือกมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นแตกต่างกัน	ทางเลือกควรคำนึงถึงผลตอบแทนสูงสุดและโอกาสที่จะเกิดขึ้นของแต่ละทางเลือก
ไม่แน่นอน	ไม่ทราบข้อมูล	ไม่ทราบผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือก	ไม่ทราบความน่าจะเป็นเลยเพราะมีสถานะนอกบังคับ (State of nature) ซึ่งเป็นตัวแปรที่คุมไม่ได้	ไม่ทราบว่าทางเลือกใดจะให้ผลตอบแทนสูงสุด ต้องใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจเลือก

ภาพที่ 2.4 แสดงความแตกต่างของการตัดสินใจทั้ง 3 ประเภท

ที่มา : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2546, หน้า 239)

#### 4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยพื้นฐานที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (สมยศ นาวิกาน, 2538, หน้า 215) ได้แก่

4.1 ความต้องการ (Need) หมายถึง สิ่งจำเป็นใด ๆ สำหรับร่างกายทางกายภาพหรือจิตใจ

4.2 แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำหรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน

4.3 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะพิเศษหรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้นในตัวบุคคล ทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างไปจากคนอื่น

**4.4 การรู้ (Awareness)** คือ การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาททั้งห้า สามารถแบ่งย่อยได้ 3 ประการคือ

**4.4.1 การรับรู้ (Perception)** เป็นการตีความหมายของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้

**4.4.2 การเรียนรู้ (Learning)** เป็นการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภคการตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติหรือประสบการณ์

**4.4.3 ทศนคติ (Attitude)** หมายถึง กลุ่มกว้าง ๆ ของความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์หรือความเห็นที่เป็นรูปแบบของบุคคล

สาเหตุที่นักเรียนต้องการเรียนกวดวิชาเพิ่มมากขึ้นทุกปี เพราะ

1. การเพิ่มของประชากร ก่อให้เกิดการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นจึงต้องเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
2. ประชากรได้รับอรรถประโยชน์จากการเรียนกวดวิชา การที่ประชากรได้รับการศึกษาทำให้เพิ่มความรู้
3. บิดามารดาส่งให้เรียน ผู้มีฐานะดีจะสนับสนุนและให้กำลังใจเอาใจใส่ดูแลเพื่อให้ลูกหลานของตนได้เรียนสูง ๆ

## 5. แนวคิดเกี่ยวกับการกวดวิชาและการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

### 5.1 ความหมายของการเรียนกวดวิชา

การเรียนกวดวิชาเป็นคำกลางๆที่ใช้กันอยู่ทั่วไปซึ่งอาจมีความหมายแฝงที่แตกต่างกัน นอกจากคำว่ากวดวิชาแล้ว ปัจจุบันยังมีคำอื่น ที่ใช้เรียกกันอย่างแพร่หลาย เช่น ดิววิชา เรียนพิเศษ เรียนเสริม เรียนปรับสภาพ เรียนเพิ่ม และเรียนเร่ง เป็นต้น คำเหล่านี้มีความหมาย โดยเฉพาะแตกต่างกัน แต่คำที่นิยมใช้ทั่วไป คือ การกวดวิชา (จิตติมา อัจฉริยกุล, 2544, หน้า 24-26)

**5.1.1 การเรียนซ่อมเสริม** ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชา หรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูให้แก่ นักเรียนเรียนตามปกติแล้วไม่ทันผู้อื่น เพราะเหตุผลต่างๆ เช่น มีความสามารถไม่เพียงพอ มีเวลาไม่พอ หรือขาดเรียนทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนให้ทัน หรือเรียนให้ผ่านวัตถุประสงค์ขั้นต่ำในการเรียนหรือสถานศึกษาที่ได้กำหนดไว้เป็นต้น หรืออาจกล่าวสั้นๆ การเรียนซ่อมนั่นคือ การเรียนกวดวิชา ให้สามารถมีความรู้ความสามารถมากกว่าเหมือนการวิ่งกวด หรือไล่กวด ผู้ข้างหน้าให้ทัน นั่นเอง

**5.1.2 การเรียนเสริม** ได้แก่การเรียนเนื้อหาวิชา หรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูให้ จัดแก่ผู้เรียนเรียนตามปกติแล้วเรียนได้เก่งกว่าผู้อื่น เพราะเหตุผลต่างๆ เช่นมีการเรียนมากกว่า มีสติปัญญาดี หรือเพราะรู้เรื่องเหล่านี้ดีแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนมีสิ่งอื่นที่ได้เรียนรู้ ไม่ต้องเสียเวลาผู้อื่นหรือให้ผู้เรียน ไล่กวดผู้อื่นที่อยู่ในระดับสูงกว่าตนเอง เช่นนักเรียนชั้น ม. 4 เรียนกวดเพื่อสอบเทียบ ม.6 นักเรียนชั้น ม.6 เรียนกวดวิชา เพื่อให้มีความรู้มากๆ ที่จะสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ เป็นต้น

**5.1.3 การเรียนปรับสภาพ** ได้แก่การเรียนเนื้อหาวิชา หรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูให้จัดแก่ผู้เรียนที่มีความรู้พื้นฐานทางวิชาการ หรือความพร้อมไม่เพียงพอที่จะไปเรียนร่วมกับผู้อื่นได้ จึงต้องมีการเรียนเพิ่มเติมและแก้ไข สิ่งเหล่านี้ก่อน เช่น นักเรียนอนุบาลต้องเรียนปรับสภาพความพร้อมทางร่างกายและจิตใจก่อนไปเรียนในชั้นประถมปีที่ 1 นิสิตนักศึกษาทั่วไปที่รับจากโครงการพิเศษต้องปรับสภาพภาษาอังกฤษก่อน เปิดเรียนภาคต้นก่อนที่จะไปเรียนรวมนิสิตนักศึกษาทั่วไป เป็นต้น

**5.1.4 การเรียนแก้ไข** ได้แก่การเรียนเนื้อหาวิชา หรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูให้ จัดแก่ผู้เรียนเพื่อแก้ไขความรู้ความเข้าใจของผู้เรียนบางอย่างให้ถูกต้อง ในเมื่อสิ่งที่ผู้เรียนรู้นั้นคลาดเคลื่อน หรือไม่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง

**5.1.5 การเรียนเร่งหรือการเรียนเร่งรัด** ได้แก่การเรียนเนื้อหาวิชา หรือกิจกรรม หรือ ประสบการณ์ที่ครูให้จัดแก่ผู้เรียนที่ฉลาด เพื่อให้เรียนให้มากขึ้นกว่าที่จะควรเป็น ทั้งนี้ทำให้ผู้เรียนฉลาดยิ่งขึ้น เรียนรู้เนื้อหามากขึ้นและเรียนในชั้นที่สูงขึ้น การเรียนประเภทนี้จุดมุ่งหมายหลักได้แก่ เรียนเร่ง (รัด) เพื่อ สอบเทียบ ม.3 และ ม.6 เป็นต้น

**5.1.6 การเรียนเฉพาะ** ได้แก่การเรียนเนื้อหาวิชา หรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูให้จัดแก่ผู้เรียนโดยเฉพาะ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการหรือความสนใจ เฉพาะบุคคลของผู้เรียน เช่น การเรียนเฉพาะวิชา

**5.1.7 การเรียนพิเศษ** ได้แก่การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูให้แก่ ผู้เรียนนอกชั้นเรียน หรือนอกหลักสูตร เช่น นักเรียน ม.5 เรียนพิเศษวิชาภาษาอังกฤษกับชาวต่างประเทศวันอาทิตย์ เป็นต้น

**5.1.8 การเรียนตัว** ได้แก่การเรียนเนื้อหาวิชา หรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูหรือเพื่อนในชั้นหรือรุ่นพี่ จัดให้แก่ผู้เรียนสำหรับเนื้อหาบางอย่างเป็นครั้งคราว ซึ่งนิยมจัดทำกันเป็นกลุ่มเล็กๆ หรือเป็นการส่วนตัว

การกวดวิชา คือ การเรียนบางวิชาตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการนอกเวลาเรียน การเรียนนี้มีไว้เป็นการศึกษาที่มีเนื้อหาใหม่ แต่เป็นการเน้นเนื้อหาในบางเรื่องบางตอนของเนื้อหาทั้งหมดที่ได้ศึกษาแล้ว เพื่อให้เรียนทันกับผู้อื่นหรือรู้มากกว่าผู้อื่น แต่เดิมการกวดวิชามุ่งเน้นเฉพาะ

การสอบเข้ามหาวิทยาลัย หรือการสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร หรือโรงพยาบาล แต่ในปัจจุบันการ  
เรียนกวดวิชา ครอบคลุมเกือบทุกวิชาที่มีการเรียนการสอน และเป็นการกวดวิชาในทุกระดับ  
การศึกษา นับตั้งแต่การสอบแข่งขันเข้าเรียนระดับอนุบาล มัธยมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่ 4 หรือ  
แม้แต่การสอบบรรจุเข้าทำงานก็ยังมีกวดวิชา บางครั้งการเรียนกวดวิชา มีคำอื่นที่ใช้เรียกกัน  
เช่น ติว เรียนพิเศษ เรียนเสริม (ปริญญา แก้วไพโรจน์, 2545, หน้า 33)

การกวดวิชานั้นมิใช่เป็นการศึกษาเล่าเรียนที่มีเนื้อหาใหม่ แต่เป็นการเน้นเนื้อหาใน  
บางเรื่อง บางตอนของเนื้อหาทั้งหมดที่ได้ศึกษาไปแล้ว แต่ผู้สอน หรือผู้กวดวิชาต้องการจะเน้นให้  
ผู้เข้ารับการ กวดวิชาให้ความสนใจเข้าใจ หรือจำได้เป็นพิเศษ ทั้งนี้เพื่อหวังว่าผลความรู้เหล่านั้นอัน  
จะเกิดประโยชน์โดยตรงทันทีหรืออนาคตอันใกล้ ต่อผู้เข้ารับการกวดวิชาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์  
ประสงค์อย่างใด อย่างหนึ่งแน่นอนภายในเวลาจำกัด และเป้าหมายที่แน่นอนนั้นก็คือเพื่อใช้  
ประกอบการแข่งขัน (ปริญญา แก้วไพโรจน์, 2545, หน้า 32)

สรุปได้ว่า การเรียนกวดวิชา หมายถึง การเรียนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาการ  
นอกเวลาเรียนปกติ โดยมิใช่เป็นการศึกษาที่มีเนื้อหาใหม่ แต่เป็นการเรียนเน้นเนื้อหาในบางเรื่อง  
บางตอนของเนื้อหา ทั้งหมดที่ผู้เรียนกวดวิชาได้เคยศึกษาไปแล้วจากการเรียนแบบปกติโดยที่ผู้สอน  
จะเน้นให้ผู้เข้ารับการกวดวิชาให้ความสนใจเข้าใจ หรือจำได้เป็นพิเศษ ทั้งนี้เพื่อหวังว่าผลความรู้  
เหล่านั้นจะเกิดประโยชน์โดยตรงทันที หรืออนาคตอันใกล้ต่อผู้เรียนกวดวิชา เพื่อให้บรรลุ  
วัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งภายในเวลาจำกัด บางครั้งการเรียนกวดวิชามีคำอื่นที่ใช้เรียกกัน เช่น  
การติว การเรียนพิเศษ การเรียนเสริม เป็นต้น

## 5.2 รูปแบบและลักษณะในการเรียนกวดวิชา

รูปแบบของโรงเรียนกวดวิชา (ปริญญา แก้วไพโรจน์, 2545, หน้า 32-33) ได้  
จำแนกสอดคล้องกันเป็น 2 ประเภท คือ

### 5.2.1 ประเภทเฉพาะกาล เป็นโรงเรียนที่เปิดสอนเฉพาะเวลาหรือเฉพาะ

กิจโรงเรียนประเภทนี้จะเปิดเรียนภาคฤดูร้อน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนที่ไม่มีโอกาสเรียนใน  
โรงเรียนที่เชื่อกันว่ามี มาตรฐานดี ได้มีโอกาสเพิ่มเติมความรู้ สาเหตุที่นักเรียนเลือกเรียนใน  
โรงเรียนประเภทนี้ เนื่องจาก โอกาสในการเลือกสถานที่เรียนของนักเรียนมีไม่เท่ากัน เมื่อเรียนใน  
โรงเรียนที่มีมาตรฐานไม่ดีก็เกรงว่าจะสอบแข่งขัน เพื่อเข้าเรียนต่อในสถาบันชั้นสูงไม่ได้ ดังนั้น  
ผู้เรียนจึงหาที่เรียนเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการสอบแข่งขันต่อไป ผู้เข้าเรียนในโรงเรียน  
ประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนที่มาจากต่างจังหวัด

### 5.1.2 ประเภทเรียนตลอดปีเป็นโรงเรียนที่เปิดสอนตามหลักสูตรของ

กระทรวงศึกษาธิการโดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เลือกเรียนเสริมในวิชาที่ตนเรียนอยู่และยังไม่เข้าใจ บทเรียนนั้นดีพอ เพื่อเป็นพื้นฐานนำไปใช้ในโรงเรียนสามัญต่อไป นอกจากนี้ผู้เรียนต้องการนำ ความรู้ที่ได้จากการเรียนไปใช้ในการสอบแข่งขันเข้าเรียนต่อในสถาบันชั้นสูงอื่น ๆ ต่อไป

นอกจากนี้ ได้จำแนกโรงเรียนกวดวิชาเพิ่มเติมอีกหนึ่งรูปแบบคือ โรงเรียนประเภท เรียนลัด เป็นโรงเรียนที่ผู้เรียนต้องการเรียนเพื่อนำความรู้ไปสมัครสอบเทียบ เช่น สอบเทียบความรู้ ชั้น ตัวประโยค ซึ่งโรงเรียนประเภทนี้จะสามารถลดค่าใช้จ่ายและประหยัดเวลาสำหรับผู้เรียนเป็น อย่างมาก เพราะใช้เวลาเรียนน้อยและเสียค่าใช้จ่ายน้อย (ปริญา แก้วไทรนันท์, 2545, หน้า 33) และได้จำแนกโรงเรียนกวดวิชาเป็น 2 รูปแบบ เช่นกัน (ปริญา แก้วไทรนันท์, 2545, หน้า 33) คือ

#### 1. โรงเรียนกวดวิชา ที่ได้รับอนุญาต ตามกฎหมายในปัจจุบันนี้ มีจำนวนจำกัด

เนื่องจากกระทรวงศึกษาธิการ มีนโยบายในการควบคุม ไม่อนุญาตให้มีการจัดตั้งโรงเรียน กวดวิชา เพิ่มขึ้น โรงเรียนประเภทนี้จึงรับผู้เรียนแต่ละรุ่นจำนวนมาก ๆ การจัดการเรียนการสอนมักจะมี ชั้น เรียนขนาดใหญ่ มีครูอาจารย์สอนแบบบรรยาย อาศัยเครื่องโสตทัศนูปกรณ์ช่วยในการสอน มีการ จัดตำราเรียนขึ้นเป็นพิเศษ มีคุณภาพดีแต่ใช้เรียนด้วยตนเองไม่ได้ต้องอาศัยการบรรยายช่วยด้วย

#### 2. โรงเรียนกวดวิชาที่ไม่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย โรงเรียนประเภทนี้

จะดำเนินงานโดยกลุ่มบุคคลหรือผู้ประกอบการอิสระในการสอนพิเศษ เนื่องจากในโรงเรียน กฎหมายอนุญาตให้มีการดำเนินการสอนพิเศษในลักษณะที่มีผู้เรียนน้อยกว่า 7 คนได้ การสอน ประเภทนี้จะดัดแปลงแก้ไขจากตำราของผู้ประกอบการใน โรงเรียนกวดวิชาที่ถูกกฎหมาย รูปแบบ การสอนใช้แบบบรรยาย ครูมีความใกล้ชิดกับผู้เรียนมากกว่าแบบแรก เพราะสามารถดูแลเอาใจใส่ และให้ความสนใจผู้เรียนได้มากกว่าและดีกว่าประเภทแรก

นอกจากนี้ (ปริญา แก้วไทรนันท์, 2545, หน้า 34) ได้กล่าวว่าแนวการสอน กวดวิชา ในปัจจุบันมี 2-3 แบบใหญ่ๆ คือ แบบแรกเน้นการสอนวิชาเฉพาะด้าน เช่น แมทส์-เซ็นเตอร์ เน้นหนักวิชาคณิตศาสตร์ รองลงมาคือวิชาฟิสิกส์ แบบที่สองเน้นการสอนแบบครบวงจร คือสอน ทุกระดับชั้นทุกวิชา และตลอดทั้งปี เช่น โรงเรียนกวดวิชา เสริมศึกษา และแบบที่สาม เน้นการสอน ภาษา เช่น ศูนย์สอนภาษาสากล เป็นต้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดพอสรุปได้ว่า สถานที่ใช้เรียนกวดวิชา มีอยู่ 3 รูปแบบ คือ รูปแบบแรกเป็น โรงเรียนที่จัดตั้งเพื่อกวดวิชาโดยเฉพาะ จึงเรียกว่าโรงเรียนกวดวิชา จำแนกได้เป็น 3 ประเภท คือ โรงเรียนเฉพาะกาล ซึ่งนิยมเปิดสอนภาคฤดูร้อน โรงเรียนประเภทเรียนตลอดปี และ โรงเรียนลัด ซึ่งผู้เรียนจะเรียนเพื่อสมัครสอบเทียบความรู้ รูปแบบที่สองเป็นการกวดวิชาในสถานที่ ต่างๆ ตามสะดวก เช่นบ้านผู้เรียน บ้านผู้สอน และสถานที่ราชการ ได้แก่ ตามโรงเรียน มหาวิทยาลัย

เป็นต้น รูปแบบที่สาม เป็นการกวัดวิชาที่เปิดสอนในโรงเรียนปกติแต่สอนนอกเวลาเรียน ส่วนใหญ่จะเป็นโรงเรียนขนาดใหญ่และ มักจะดำเนินงานโดยสมาคมครูและผู้ปกครองของโรงเรียนนั้น ๆ

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทวิเคราะห์ “โรงเรียนกวัดวิชา” โดยกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ สรุปความได้ว่า ความสำเร็จของสถาบันกวัดวิชา มักจะอยู่ที่ความมุ่งมั่นที่จะเป็นสถาบันที่ให้บริการทางด้านการศึกษาระบบวงจร โดยมุ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ด้วยหลักสูตรที่หลากหลาย คุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม มีบริการที่เป็นกันเอง รวดเร็วและประทับใจ พร้อมทั้งความสะดวกสบายในการใช้บริการ สร้างผลตอบแทนสูงสุดให้กับผู้บริโภค มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศทางการศึกษา โดยขยายเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

กาญจนา ภูมมา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก โรงเรียนกวัดวิชา ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6” เพื่อศึกษาปัจจัยที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวัดวิชา และความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้งโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนที่เรียนในโรงเรียนกวัดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยสะดวก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้ Chi-Square เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในการประมวลผลข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวัดวิชา คือ ความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน ความสะดวกในการเดินทาง ความมีชื่อเสียงของโรงเรียนกวัดวิชา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และราคาของคอร์สที่โรงเรียนกวัดวิชาเสนอ โดยที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การเรียนกวัดวิชาจะสามารถช่วยทบทวนวิชาที่เรียนมา ช่วยทำให้สอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยได้ คิดว่าดีกว่าอยู่เฉยๆ เทคนิคการสอนที่ดีของอาจารย์ที่สอนทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย และช่วยให้มีประสบการณ์กว้างขวางขึ้น จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับรายได้ของนักเรียนไม่มีผลต่อการกวัดวิชาในเรื่องการส่งเสริมการขาย ระดับรายได้ของนักเรียนไม่มีผลต่อการกวัดวิชาในเรื่องราคาของคอร์สที่ทางโรงเรียนเสนอ ในขณะที่ผลการเรียนของนักเรียนเมื่อจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีผลต่อการกวัดวิชาในเรื่องจำนวนวิชาที่เปิดสอนในโรงเรียนกวัดวิชา

จิตติมา อัจฉริยะกุล (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนกวัดวิชา ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษา การตัดสินใจเข้าเรียนกวัดวิชา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนกวัดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนสหศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ปีการศึกษา 2543 ในเขต บางกะปิ และเขตสะพานสูง จำนวน 270 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามได้ทั้งหมด 270 ชุด คิดเป็น ร้อยละ 100 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สมมติฐานที่ใช้สถิติ การใช้ค่าไคสแควร์ ในการทดสอบ ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีผลการเรียนอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่นักเรียนอยากเข้าศึกษา คือคณะวิศวกรรมศาสตร์ หลังจบชั้นอุดมศึกษามีความ คาดหวังในการประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างเอกชนต่างๆ ครอบครัวของนักเรียนส่วนใหญ่ มีบิดาจบการศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพ นักธุรกิจ-ค้าขาย/เจ้าของกิจการ ส่วนมารดาจบการศึกษา ระดับ ป.4 ถึง ม.3 เป็นนักธุรกิจ-ค้าขาย/เจ้าของกิจการ และครอบครัวของนักเรียนมีรายได้ระดับ ปานกลางคือระหว่าง 10,001 บาทถึง 20,000 บาทต่อเดือน ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ได้แก่ ผลการเรียนของนักเรียน ระดับการศึกษาบิดา ระดับการศึกษาของมารดา ค่านิยมของนักเรียน ค่านิยมทางสังคม การได้รับข้อมูลข่าวสาร การได้รับการแนะนำ จากอาจารย์ การพูดคุยและชักชวนจากเพื่อน และการแนะนำและการสนับสนุนจากบิดามารดาและญาติพี่น้อง ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้แก่ ระดับชั้นเรียน อาชีพของบิดา อาชีพของมารดาและการรับรู้สภาพแวดล้อมของโรงเรียนกวดวิชา

ปริญญา แก้วไทรนันท์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาศึกษาเฉพาะกรณี โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษา เพื่อศึกษาลักษณะการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่อการเรียนกวดวิชา ครอบคลุมเนื้อหา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลที่ได้รับจากการเรียน กวดวิชา ด้านการสอนของอาจารย์กวดวิชา และด้านการเรียนกวดวิชากับการสอบเอ็นทรานซ์ กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย ที่เรียนกวดวิชาควบคู่ไปกับการเรียนปกติ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นและการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ได้จำนวน ตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.0 เรียนกวดวิชา วิชาภาษาอังกฤษ มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 43.5 เรียนกวดวิชาจำนวน 2 วิชา ใน 1 ภาคเรียน และส่วนใหญ่ร้อยละ 91.5 เรียนกวดวิชาที่โรงเรียนกวดวิชา กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.0 เรียนกวดวิชา กับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง ลักษณะการสอนของอาจารย์ร้อยละ 57.0 เน้นสอนสรุปเนื้อหาวิชา กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 29.5 เสียค่าเรียนกวดวิชา ต่อ 1 ภาคเรียนประมาณ 2,000-4,000 บาท ส่วนใหญ่ร้อยละ 81.0 เรียนกวดวิชาในวันหยุด (วันเสาร์และ วันอาทิตย์) ใน 1 สัปดาห์ร้อยละ 39.0 เรียนกวดวิชา 2 วัน และร้อยละ 37.5 ใช้เวลาในการ

เรียนกวดวิชา 4-6 ชั่วโมง/สัปดาห์ ส่วนใหญ่อ้อยละ 81.0 ระบุว่าผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชามากที่สุด คือ ตัวนักเรียนเอง ส่วนใหญ่อ้อยละ 59.5 ระบุว่าเหตุผลในการเรียนกวดวิชาอันดับที่หนึ่ง คือ เพื่อเตรียมตัวใน การสอบเอนทรานซ์ รองลงมาอ้อยละ 23.5 ระบุว่าเพื่อเป็นการทบทวนเนื้อหาวิชาที่เรียนจากการเรียนปกติ และอ้อยละ 26.5 ระบุว่า เพื่อต้องการเรียนรู้เทคนิค การจำ การคำนวณ และการทำข้อสอบตามลำดับ ส่วน 3 ปัจจัยแรก ในการพิจารณาเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา คือ ชื่อเสียงของอาจารย์ที่สอนกวดวิชาและระยะทางระหว่างสถาบันกวดวิชาที่บ้านตามลำดับ ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความคิดเห็นต่อการเรียนกวดวิชาโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในแต่ละด้าน เรียงลำดับ จากมากไปน้อย คือ 1. ด้านการสอนของอาจารย์กวดวิชา 2. ด้านการเรียนกวดวิชากับการสอบเอนทรานซ์ และ 3. ด้านผลที่ได้รับจากการเรียนกวดวิชา โดยอยู่ในระดับดีมากทั้ง 3 ด้าน

ไพฑูรย์ สีนลรัตน์ (2545) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย โดยทำการศึกษาในประเด็นปริมาณการกวดวิชา ความแตกต่างในการกวดวิชาและลักษณะการเรียนกวดวิชา ศึกษาเหตุผลในการกวดวิชา ประโยชน์ที่ได้รับจากการกวดวิชา ปัญหา และผลกระทบของการกวดวิชาต่อนักเรียน ผู้ปกครอง และ ครูในสถานศึกษา ศึกษาค่าใช้จ่ายโดยรวมของการกวดวิชา และจัดทำข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายเกี่ยวกับการกวดวิชาในประเทศไทย ผลการศึกษาสภาพทั่วไปของการกวดวิชาประมาณการได้ว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั่วประเทศมีอัตราการกวดวิชาประมาณร้อยละ 30 ลักษณะการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในปัจจุบัน ร้อยละ 73.9 ของนักเรียน ที่กวดวิชาเรียนกับโรงเรียนกวดวิชา ร้อยละ 36.7 เรียนจากที่อื่น ซึ่งไม่ใช่โรงเรียนกวดวิชา เช่น เรียนกับโครงการที่โรงเรียนจัดให้ เรียนกับครูในโรงเรียน และเรียนจากที่อื่นที่อยู่ใกล้โรงเรียน สำหรับวิชาที่มีการเรียนกวดวิชามากที่สุด ในทุกระดับการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการเรียนจากโรงเรียนกวดวิชา หรือเรียนจากที่อื่นซึ่งไม่ใช่โรงเรียนกวดวิชาคือวิชาคณิตศาสตร์ สำหรับเหตุผลในการกวดวิชานั้น พบว่า ส่วนใหญ่ของกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ที่กวดวิชามีเหตุผล เพื่อช่วยให้ผลการเรียนดีขึ้น กลุ่มครูส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าการที่นักเรียนกวดวิชานั้น เพื่อเตรียมสอบเข้าศึกษาต่อ กลุ่มโรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ มีความเห็นว่านักเรียนนักศึกษา กวดวิชา เพราะต้องการให้ผลการเรียนดีขึ้น ในขณะที่ส่วนใหญ่ของผู้ปกครองก็มีความเห็นในทำนองเดียวกัน ส่วนข้อเสนอแนะ เพื่อการลดการกวดวิชานั้น ส่วนใหญ่ของทุกกลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ต้องพัฒนาการสอนของครูในโรงเรียน ให้ดีขึ้น เป็นปริมาณมากที่สุด ร้อยละ 68.9 นอกจากนั้นแล้ว ยังเสนอว่า ต้องพัฒนาให้โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยทุกแห่ง มีคุณภาพ



เท่าเทียมกัน และลดค่านิยมในการเข้าศึกษาต่อ ในสถาบันที่มีชื่อเสียง ร้อยละ 66.4 และร้อยละ 50.9 ตามลำดับ

วราวุฒิ ชันชศิริ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของการสอบคัดเลือกเพื่อศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาระบบใหม่ ต่อสถาบันสอนพิเศษ” เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการสอบคัดเลือกระบบใหม่ ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ผลกระทบต่อการจัดการสถาบันสอนพิเศษ และศึกษาถึงกลยุทธ์ที่สามารถนำมาประยุกต์ได้ วิธีการศึกษาโดยการทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ โดยเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามสำหรับนักเรียน และสัมภาษณ์สถาบันสอนพิเศษ ในเขตกรุงเทพมหานคร บริเวณสยาม สแควร์ ผลการศึกษาพบว่า การสอบคัดเลือกระบบใหม่ สร้างโอกาสให้แก่สถาบันสอนพิเศษเนื่องจากมีผลทำให้นักเรียนต้องการเรียนพิเศษเพิ่มขึ้นร้อยละ 60 และต้องการเริ่มเรียนพิเศษเร็วมากขึ้น คือ มีความสนใจเรียนพิเศษ ตั้งแต่มัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงร้อยละ 49 แต่ขณะเดียวกัน การสอบคัดเลือกระบบใหม่นี้ ได้สร้างอุปสรรคแก่สถาบันสอนพิเศษอันได้แก่ การทำให้สถาบันสอนพิเศษต้องงดหลักสูตรระหว่างสอบปลายภาคถึงการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยน้อยลง

วิจิตร ศรีสอ้าน (2550) ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ เรื่อง “โรงเรียนกวดวิชาในสายตารัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ” เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2550 เวลา 08:53 น. พอสรุปได้ว่า “การกวดวิชาเป็นปรากฏการณ์ตามธรรมชาติ ในทุกสังคม เมื่อคนใฝ่หาความรู้ และต้องการที่จะเข้าถึงความรู้แล้วเอาความรู้ไปใช้ เพื่อสอบคัดเลือกหรืออะไรก็แล้วแต่ เขาก็มีสิทธิแสวงหาความรู้จากทุกแหล่ง ที่เขาจะได้ความรู้ ในระดับที่เขาต้องการ ในสังคมไทย สถานศึกษาที่ให้การศึกษาแก่เด็ก ยังมีคุณภาพเลื่อมล้ำ ลักลั่นกันอยู่มาก และเมื่อใดก็ตามที่มีการแข่งขันทุกคนก็ต้องเกรงกลัวไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันเข้าทำงาน จึงทุนการศึกษา เรียนต่อมหาวิทยาลัย ในขบวนการเตรียมตัวก็เป็นสิทธิของบุคคล ว่าเขาจะใช้ช่องทางการเตรียมตัวอย่างไร ที่จะทำให้เขาประสบความสำเร็จ โรงเรียนกวดวิชาจะมีจำนวนมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสังคมนั้นๆว่า ได้มีการจัดการศึกษา ให้กับเยาวชน โดยอาศัยสถานศึกษาปกติ ได้อย่างสมบูรณ์เพียงพอแล้วหรือยัง และเราต้องยอมรับว่า ปัญหาความเลื่อมล้ำทางด้านคุณภาพการศึกษาของบ้านเรา โดยเฉพาะการศึกษาระดับพื้นฐานยังมีอยู่ เมื่อมีอยู่ คนจะใช้สถาบันที่เรียนอยู่เพียงอย่างเดียว มองว่าอาจไม่เพียงพอ เหมือนกับคนที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษเพื่อไปศึกษาต่อยังต่างประเทศ เขาจะต้องเข้ารับการศึกษเพิ่มเติม(TOEFL) โรงเรียนกวดวิชา จะเป็นภาพสะท้อนที่ดีของผู้ที่เกี่ยวข้อง ในวงการศึกษ ให้เห็นถึง การตอบสนองความต้องการของนักเรียนหากจัดให้ดีและเพียงพอแล้วนักเรียนก็คงไม่ไปใฝ่หาอะไรเพิ่มเติมเพราะเขาจะต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่าเดิมโรงเรียนกวดวิชาจำนวนไม่น้อยเลือกที่จะสอนผ่านโทรทัศน์ วิดีโอหรือสื่อการเรียนการสอนอื่นๆ ที่มีคุณภาพทำให้คนเกิดการเรียนรู้ อย่างวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาริราช ก็สอนทางไกล ในแต่ละปีมีคนจบเป็นหมื่นคน ทุกวันนี้ระบบการสอนทางไกลก็ใช้อยู่

แล้วในระบบปกติ หากมีสื่อการเรียนการสอนที่ดี ก็ไม่จำเป็นต้องเสมอไป ที่จะต้องสอนสด อะไรก็ตามที่ทำให้เด็กได้ประโยชน์และสิ่งนั้นโรงเรียนให้ได้ไม่เต็มที่ จนต้องพึ่งพาคนนอก ก็เป็นหลักธรรมดา”

วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่เคยเรียนกวดวิชาจากโรงเรียน 12 โรงเรียน 540 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.9 กำลังศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 35.4 ศึกษาอยู่ในแผนกวิทย์ คิดเป็นร้อยละ 46.3 และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองอยู่ในระหว่าง 11,001 – 50,000 บาท ต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 54.8 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ผลการศึกษาด้านความต้องการ พบว่า นักเรียนมีความต้องการมากที่สุด ได้แก่ ต้องการมีอาจารย์ ที่มีเทคนิคการสอน ต้องการคำรับรองจากรุ่นพี่และเพื่อน ต้องการรูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม ต้องการสถานที่ที่มีการคมนาคมสะดวก ต้องการความหลากหลายของช่วงเวลาให้บริการ ต้องการได้รับส่วนลดค่าเรียน และต้องการเอกสารแนะนำหลักสูตรและโรงเรียน

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยและบทความข้างต้น สรุปได้ว่า การกวดวิชาเป็นการสนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถ ความมั่นใจเพิ่มขึ้นและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ปัจจัย มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับนักเรียนต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชา

## บทที่ 3

### วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาไว้ดังนี้ คือ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง การรวบรวม ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการศึกษาและระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังเรียนในโรงเรียนปกติที่โรงเรียนตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5,301 คน จาก 8 โรงเรียน จึงกำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาจาก 8 โรงเรียน จำนวน 357 ตัวอย่าง โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักเรียนที่เคยเรียน หรือกำลังเรียน ในโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดวิธีเก็บตัวอย่างแบบโควตา จากระดับการศึกษาและโรงเรียน ใช้ขนาดตัวอย่างที่เสนอโดย Krejcie และ Morgan โดยใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 357 หน่วยตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่างโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย แยกเป็น ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยทำการแจกแบบสอบถามในโรงเรียนต่างๆ ทั้งหมด 8 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช โรงเรียนจรัสพิชากร โรงเรียนสาธิตเทศบาลวัดเพชรจริกโรงเรียนศรีธรรมราชศึกษา โรงเรียนเบญจมราชูทิศ โรงเรียนอำมาตย์พิทยานุสรณ์ โรงเรียนพระมหาธาตุมูลนิธิมัธยม และโรงเรียนมุสลิมสันติธรรมมูลนิธิ รวมนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง 357 ตัวอย่าง

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ใช้แบบสอบถาม โดยจะประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชา

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการด้านต่างๆ ในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

### 3. การทดสอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ตรวจสอบ วิเคราะห์ ปรับปรุงแก้ไข เพื่อความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหาที่จะวัด (Content Validity) มากยิ่งขึ้น และนำไปทดสอบกับกลุ่มนักเรียนโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ภาคใต้ ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนในโรงเรียนกวดวิชา จำนวน 20 ราย เพื่อหาข้อบกพร่องของแบบสอบถาม แล้วนำมาปรับปรุงเพื่อใช้ต่อไป

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary of Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากการใช้แบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสำรวจโดยตรงด้วยตัวเอง จากนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่เรียนในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา ที่โรงเรียนตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาจากกลุ่มประชากร ที่ต้องการศึกษาเป็นผู้ตอบ เป็นการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) ได้ศึกษาแหล่งข้อมูลสนับสนุนการศึกษาค้นคว้าในแนวทางที่ถูกต้องและทำให้ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์มากขึ้น แหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผลงานการศึกษา การวิจัยในอดีต หนังสือ อินเทอร์เน็ต วารสาร บทความ และเอกสารอ้างอิงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 5. เครื่องมือและสถิติใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม นำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป “SPSS for Windows” โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ อธิบายลักษณะต่างๆ ไป ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ เช่น ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) โดยที่การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยมีเกณฑ์ในการวัดระดับต่างๆ ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

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

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

#### ระดับความสำคัญ

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับความสำคัญ
4.50-5.00	สำคัญมากที่สุด
3.50-4.49	สำคัญมาก
2.50-3.49	สำคัญปานกลาง
1.50-2.49	สำคัญน้อย
1.00-1.49	สำคัญน้อยที่สุด

#### ระดับความพอใจ

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับความพอใจ
4.50-5.00	มากที่สุด
3.50-4.49	มาก
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	น้อย
1.00-1.49	น้อยที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช จะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างในส่วนนี้จะพิจารณาถึงขั้นพื้นฐานของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วย เพศ ระดับชั้นการเรียน แผนกที่เรียน รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง รวมถึงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงเรียนกวดวิชา โดยจะพิจารณาถึงประสบการณ์ ความพอใจในโรงเรียนกวดวิชา และจุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชา
2. ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ด้านเนื้อหาหลักสูตร เอกสารและสถานที่เรียน ด้านราคาค่าเรียน ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (โดยพิจารณาถึงการใส่สื่อโฆษณาในด้านต่างๆและการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ) ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ และศึกษาถึงลำดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา
3. ข้อมูลความต้องการด้านต่างๆ ในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา จะพิจารณาถึงความต้องการด้านเนื้อหาหลักสูตร เอกสารและสถานที่เรียน ด้านราคาค่าเรียน ด้านสถานที่เรียน ด้านราคาค่าเรียน ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ และศึกษาถึงลำดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา
4. ข้อมูลแนวโน้มในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาถึงแนวโน้มในการเลือกเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาหน้า โรงเรียนกวดวิชาที่จะเลือกเรียนสาเหตุในการเลือกเรียนและรวมถึงวิชาที่จะเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา

## 1. ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละโดยจำแนกตามเพศของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	N = 357	ร้อยละ
ชาย	124	34.73
หญิง	233	65.27

จากตารางที่ 4.1 พบว่า เพศของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 65.27 และเป็นเพศชาย จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 34.73

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละโดยจำแนกตามระดับชั้นเรียนของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

ระดับชั้นเรียน	N = 357	ร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 4	129	36.13
มัธยมศึกษาปีที่ 5	114	31.93
มัธยมศึกษาปีที่ 6	114	31.93

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับชั้นเรียนของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 36.13 รองลงมา คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 31.93 มีจำนวนเท่ากัน

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละโดยจำแนกตามแผนการเรียนของนักเรียน  
กลุ่มตัวอย่าง

แผนการเรียน	N = 357	ร้อยละ
วิทย์ - คณิต	148	41.46
ศิลป์ - คำนวณ	71	19.89
ศิลป์ - ภาษา	102	28.57
ศิลป์ - ทั่วไป	36	10.08
อื่นๆ	0	0

หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างจากนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนคร  
นครศรีธรรมราช จำนวน 8 โรงเรียน

จากตารางที่ 4.3 พบว่า แผนการเรียนของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะเป็นแผน  
วิทย์-คณิต คิดเป็นร้อยละ 41.46 รองลงมา คือ แผนศิลป์-ภาษา คิดเป็นร้อยละ 28.57 แผนศิลป์-  
คำนวณ คิดเป็นร้อยละ 19.89 และแผนศิลป์ - ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10.08 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง  
ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง	N = 357	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	93	26.05
10,001 – 50,000 บาท	196	<b>54.90</b>
50,001 – 100,000 บาท	46	12.88
มากกว่า 100,000 บาท	13	3.64
ไม่ระบุ	9	2.52

จากตารางที่ 4.4 พบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.90 รองลงมา คือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.05 และมีรายได้ 50,001 - 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโรงเรียนกวดวิชาที่เคยเรียน

ชื่อโรงเรียน	เคยเรียน (N = 357)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์ นครศรีธรรมราช (เคมีอาจารย์อู๋)	133	37.25
โรงเรียนกวดวิชานครศรี เอคดูเคชั่น (ซี ไบรท์ หัวอิฐ)	121	33.89
โรงเรียนนครศรีกวดวิชา (ด้านข้างโรบินสัน)	107	29.97
โรงเรียนกวดวิชา เดอะเบรน (ด้านข้างโรบินสัน)	92	25.77
โรงเรียนกวดวิชาสมาร์ท นครศรีธรรมราช (ถนนเอกนคร)	85	23.81
โรงเรียนนครคณิตกวดวิชา (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)	71	19.83
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)	64	17.93
โรงเรียนกวดวิชาสมาร์ทคิด (ถนนวันดีโฆษกุลพร)	38	10.64
โรงเรียนกวดวิชานครศรีธรรมราช (ถนนราชดำเนิน)	28	7.84
โรงเรียนกวดวิชาปัญญารักษ์ (ด้านหน้าโรงแรม ทวิน โลตัส)	19	5.32
โรงเรียนกวดวิชาว่ามี 프리 คาเทศ (ถนนพัฒนาการคูขวาง)	9	2.52

หมายเหตุ 1) นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเรียนที่โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์ นครศรีธรรมราช (เคมีอาจารย์อู๋) คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมาคือ โรงเรียนกวดวิชา นครศรี เอคดูเคชั่น(ซี ไบรท์ หัวอิฐ) คิดเป็นร้อยละ 33.89 และโรงเรียนนครศรีกวดวิชา (ด้านข้างโรบินสัน) คิดเป็นร้อยละ 29.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความพอใจในโรงเรียน  
กวดวิชา

ชื่อโรงเรียน	ระดับความพอใจในโรงเรียนกวดวิชา						$\bar{X}$	การแปลผล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	อันดับที่			
โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์นครศรีธรรมราช (เคมีอาจารย์อู๋)	25	38	28	7	6	1	3.66	มาก	
โรงเรียนกวดวิชานครศรีเอศดุเคชั่น (ซี ไบรท์ หัวอิฐ)	7	28	18	4	2	2	3.58	มาก	
โรงเรียนนครศรีกวดวิชา (ด้านข้างโรบินสัน)	25	80	69	19	4	3	3.52	มาก	
โรงเรียนกวดวิชา เดอะเบรน (ด้านข้างโรบินสัน)	9	70	43	8	6	4	3.50	มาก	
โรงเรียนกวดวิชาสมาร์ตนครศรีธรรมราช (ถนนเอกนคร)	37	54	35	11	22	5	3.46	ปานกลาง	
โรงเรียนนครคณิตกวดวิชา (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)	6	17	16	7	3	6	3.33	ปานกลาง	
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)	7	20	36	4	4	7	3.31	ปานกลาง	
โรงเรียนกวดวิชาสมาร์ทคิด (ถนนวันดี โฆษกุลพร)	9	34	66	8	8	8	3.13	ปานกลาง	
โรงเรียนกวดวิชานครศรีธรรมราช (ถนนราชดำเนิน)	2	15	22	5	5	9	3.00	ปานกลาง	
โรงเรียนกวดวิชาปัญญารักษ์ (ด้านหน้าโรงแรม ทวิน โลตัส)	3	16	31	6	6	10	2.88	ปานกลาง	
โรงเรียนกวดวิชาว่ามี ศรี คาเดช (ถนนพัฒนาการดูขวาง)	2	13	48	11	11	11	2.81	ปานกลาง	
	<b>ค่าเฉลี่ย</b>							<b>3.29</b>	<b>ปานกลาง</b>

หมายเหตุ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง มีความพอใจในการเรียนในโรงเรียนกวดวิชาโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และเมื่อพิจารณาใน

รายละเอียดของแต่ละโรงเรียน พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ให้ระดับความพอใจต่อโรงเรียนกวด  
วิชาวรรณสรณ์ นครศรีธรรมราช (เคมีอาจารย์อุ๋) ในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมา  
คือ โรงเรียนกวดวิชานครศรี เอดดูเคชั่น (ซี ไบรท์ หัวใจ) และ โรงเรียนนครศรีกวดวิชา (ด้านข้างโร  
บินสัน) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความพอใจในโรงเรียนกวดวิชาและจำแนกตามระดับชั้นเรียน

ชื่อโรงเรียน	ระดับความพึงพอใจในโรงเรียนกวดวิชา											
	มัธยมศึกษาปีที่ 4				มัธยมศึกษาปีที่ 5				มัธยมศึกษาปีที่ 6			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
โรงเรียนกวดวิชาการธรรมศาสตร์นครราชสีมา (เคมีอาจารย์)	3.54	0.66	มาก	3.67	0.65	มาก	3.78	0.73	มาก			
โรงเรียนกวดวิชาการนครศรีเอกนคร (ซี ไรท์ หัวฮิว)	3.64	0.48	มาก	3.53	0.64	มาก	3.57	0.75	มาก			
โรงเรียนนครศรีทศกวดวิชา (ด้านข้างโรบินสัน)	3.47	0.49	ปานกลาง	3.56	0.67	มาก	3.54	0.65	มาก			
โรงเรียนกวดวิชา เดอะเบรน (ด้านข้างโรบินสัน)	3.47	0.70	ปานกลาง	3.63	0.69	มาก	3.40	0.62	ปานกลาง			
โรงเรียนกวดวิชาตามารท์ นครศรีธรรมราช (ถนนเอกราช)	3.47	0.60	ปานกลาง	3.52	0.60	มาก	3.39	0.70	ปานกลาง			
โรงเรียนนครคณิตกวดวิชา (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)	3.26	0.40	ปานกลาง	3.51	0.64	มาก	3.23	0.65	ปานกลาง			
โรงเรียนกวดวิชาการภาษาอังกฤษ (ถนนวันดีโชคฤทธ)	3.10	0.57	ปานกลาง	3.54	0.67	มาก	3.29	0.72	ปานกลาง			
โรงเรียนกวดวิชาการนครศรีธรรมราช (ถนนราชดำเนิน)	3.11	0.59	ปานกลาง	3.19	0.64	ปานกลาง	3.09	0.85	ปานกลาง			
โรงเรียนกวดวิชาการนครศรีธรรมราช (ถนนราชดำเนิน)	2.98	0.48	ปานกลาง	3.12	0.65	ปานกลาง	2.90	0.68	ปานกลาง			
โรงเรียนกวดวิชาปัญญารักษ์ (ด้านหน้าโรงแรม ทวินโลตัส)	2.79	0.76	ปานกลาง	2.97	1.18	ปานกลาง	2.87	0.74	ปานกลาง			
โรงเรียนกวดวิชาวันมี ศรี คาแคท (ถนนพัฒนาการอุทวง)	2.83	0.79	ปานกลาง	2.86	0.63	ปานกลาง	2.74	0.73	ปานกลาง			

หมายเหตุ 1) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 357 คน

2) ค่าเฉลี่ยโดยรวม

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นเรียน มีความพึงพอใจในโรงเรียนกวดวิชา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พึงพอใจโรงเรียนกวดวิชาการธรรมศาสตร์นครราชสีมา (เคมีอาจารย์) ในขณะที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 พึงพอใจในโรงเรียนกวดวิชาการนครศรีเอกนคร (ซี ไรท์ หัวฮิว) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความพอใจในโรงเรียนกวดวิชาและจำแนกตามแผนการเรียน

ชื่อโรงเรียน	ระดับความพึงพอใจในโรงเรียนกวดวิชา											
	วิทย์ - คณิต		ศิลป์ - คำนวณ		ศิลป์ - ภาษา							
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล						
โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์นครศรีธรรมราช (เคมีอาจารย์)	4.01	0.45	มาก	3.67	0.67	มาก	3.54	0.70	มาก	3.43	0.39	ปาน กลาง
โรงเรียนกวดวิชานครศรี เอกดูเคชั่น (ซี ไบรท์ หัวอิฐ)	3.31	0.74	ปาน กลาง	3.45	0.65	ปาน กลาง	3.96	0.63	มาก	3.60	0.60	มาก
โรงเรียนนครศรีกวดวิชา(ด้านข้างโรบินสัน)	3.32	0.73	ปาน กลาง	3.71	0.68	มาก	3.44	0.70	ปาน กลาง	3.62	0.71	มาก
โรงเรียนกวดวิชา เคอะมรณ(ด้านข้างโรบินสัน)	3.47	0.67	ปาน กลาง	3.63	0.64	มาก	3.40	0.73	ปาน กลาง	3.50	0.62	มาก
โรงเรียนกวดวิชาสมาพันธ์ นครศรีธรรมราช (ถนนเอกนคร)	3.46	0.71	ปาน กลาง	3.39	0.73	ปาน กลาง	3.52	0.64	มาก	3.47	0.66	ปาน กลาง
โรงเรียนนครคณิตกวดวิชา (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)	3.33	0.68	ปาน กลาง	3.51	0.65	มาก	3.23	0.60	ปาน กลาง	3.26	0.45	ปาน กลาง
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)	3.10	0.69	ปาน กลาง	3.29	0.60	ปาน กลาง	3.54	0.80	มาก	3.31	0.77	ปาน กลาง



ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชา

จุดประสงค์ที่เรียนโรงเรียนกวดวิชา	N = 357	ร้อยละ
เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance)	101	28.29
เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Quota)	61	17.09
เพื่อทำเกรดที่โรงเรียน	150	42.02
เพื่อเป็นการปรับพื้นฐาน	38	10.64
อื่นๆ	7	1.96

หมายเหตุ 1) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
2) อื่นๆ ได้แก่ ทำความเข้าใจเพิ่มเติม ตามเพื่อน เพื่อทบทวนในสิ่งที่ไม่เข้าใจที่โรงเรียนปกติสอน

จากตารางที่ 4.9 พบว่า จุดประสงค์ที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเรียนในโรงเรียนกวดวิชา คือ เพื่อทำเกรดที่โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 42.01 รองลงมา เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย(Entrance) คิดเป็นร้อยละ 28.29 สอบเข้ามหาวิทยาลัย (Quota) คิดเป็นร้อยละ 17.08 เพื่อเป็นการปรับพื้นฐาน คิดเป็นร้อยละ 10.64 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของจุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นเรียน

จุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชา	ระดับชั้นเรียน					
	มัธยมศึกษาปีที่ 4		มัธยมศึกษาปีที่ 5		มัธยมศึกษาปีที่ 6	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance)	27	20.90	31	27.23	43	37.79
เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Quota)	21	16.38	12	10.47	28	25.00
เพื่อทำเกรดที่โรงเรียน	69	53.68	61	53.92	20	17.44
เพื่อเป็นการปรับพื้นฐาน	12	9.04	10	8.38	16	13.95
อื่นๆ	0	0	0	0	7	5.82
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>100</b>

**หมายเหตุ** นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 129 คน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 114 คน และ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 114 คน รวม 357 คน

จากตารางที่ 4.10 พบว่า จุดประสงค์ที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเรียนในโรงเรียนกวดวิชา โดยแยกเป็นระดับชั้นเรียน คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 เพื่อทำเกรดที่โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 53.68 และ 53.92 ส่วนจุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance) คิดเป็นร้อยละ 37.79

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของจุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนการเรียน

จุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชา	แผนการเรียน							
	วิทย์ - คณิต		ศิลป์ - คำนวณ		ศิลป์ - ภาษา		ศิลป์ - ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance)	55	37.16	6	8.45	27	26.47	13	36.12
เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Quota)	32	21.62	12	16.90	11	10.78	6	16.66
เพื่อทำเกรดที่โรงเรียน	44	29.73	50	70.42	42	41.18	14	38.88
เพื่อเป็นการปรับพื้นฐาน	12	8.11	3	4.23	20	19.61	3	8.34
อื่นๆ	5	3.38	0	0	1	1.96	0	0
<b>รวม</b>	<b>148</b>	<b>100</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง แผนวิทย์ - คณิต จำนวน 148 คน แผนศิลป์ - คำนวณ จำนวน 71 คน แผนศิลป์ - ภาษา จำนวน 102 คน และแผนศิลป์ - ทั่วไป จำนวน 36 คน ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.11 พบว่า จุดประสงค์ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่เรียนในแผนศิลป์ - คำนวณ แผนศิลป์ - ภาษา และแผนศิลป์ - ทั่วไป มีจุดประสงค์ในโรงเรียนกวดวิชาเพื่อทำเกรดที่โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 70.42, 41.18 และ 38.88 ตามลำดับ ส่วนแผนวิทย์ - คณิต มีจุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance) คิดเป็นร้อยละ 37.16

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนตามปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตรเอกสารและสถานที่เรียน

ปัจจัยด้านต่างๆ	ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา						$\bar{X}$	การแบ่งผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	อันดับที่		
1. ด้านเนื้อหาหลักสูตรเอกสารและสถานที่เรียน								
1.1 รูปแบบหลักสูตร เช่น เรียนเนื้อหาส่วนน้อยอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้า (Entrance) และ (Quota) เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ มีหลักสูตรแบบให้เลือกเรียนเฉพาะวิชา และอื่นๆ ส่งผลให้การตัดสินใจเลือกในโรงเรียนกวดวิชา	119	165	65	4	7	1	4.10	มาก
1.2 จำนวนผู้เรียนที่เหมาะสมต่อห้องเรียนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	67	146	112	29	8	7	3.70	มาก
1.3 จำนวนชั่วโมงเรียนที่เหมาะสมต่อหลักสูตรส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	65	161	109	17	6	5	3.74	มาก
1.4 การมีหลักสูตรให้เลือกเรียนได้หลายหลักสูตรส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	78	151	104	19	6	3	3.78	มาก
1.5 จำนวนชั่วโมงคาบที่เหมาะสมต่อผลการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	59	159	116	20	8	6	3.72	มาก

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ปัจจัยด้านต่างๆ (ต่อ)	ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนภาควิชา							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	การเบี่ยง	
1. ด้านเนื้อหาหลักสูตรเอกสารและสถานที่เรียน								
1.6 คุณภาพของเอกสารประกอบการสอน ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกโรงเรียนภาควิชา	106	147	81	15	10	2	3.92	มาก
1.7 การมีชื่อเสียงมานาน ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกโรงเรียนภาควิชา	96	130	100	12	19	4	3.76	มาก
							3.82	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนภาควิชาในปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร เอกสารและสถานที่เรียน โดยมีความเฉลี่ยโดยรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร เอกสารและสถานที่เรียน พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อทุกปัจจัย

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนตามระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในปัจจัยด้านราคาค่าเรียน

	ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา					$\bar{X}$	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
2.1 ราคาค่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่นๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	63	91	150	38	15	1	ปานกลาง
2.2 วิธีการชำระค่าเรียนที่สามารถผ่อนเป็นงวดๆ ได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	46	86	128	58	39	3	ปานกลาง
2.3 ส่วนลดในค่าเรียนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	66	77	126	56	32	2	ปานกลาง
รวม							ปานกลาง
							3.26

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในปัจจัยด้านราคาค่าเรียนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านราคาค่าเรียน นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญปานกลางต่อทุกปัจจัย

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในปัจจุบันสถานที่

3. ด้านสถานที่	ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา					$\bar{X}$	การแปลง	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			อันดับที่
3.1 สถานที่หาพบได้ง่ายส่งผลการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	55	146	120	24	12	1	3.58	มาก
3.2 สถานที่จอดรถสะดวกส่งผลการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	42	108	132	49	26	3	3.25	ปานกลาง
3.3 ท่ารถที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนของท่านส่งผลการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	37	104	124	54	38	5	3.13	ปานกลาง
3.4 อาคารเรียนและห้องเรียนส่งผลการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	42	130	127	39	19	2	3.38	ปานกลาง
3.5 ท่ารถที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยส่งผลการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	36	113	128	52	28	4	3.21	ปานกลาง
รวม							3.31	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียน กวดวิชา ในปัจจัยด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านสถานที่ พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ระดับ ให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านสถานที่หาพบได้ง่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และให้ระดับ ให้ความสำคัญปานกลาง ต่อปัจจัยด้านสถานที่อื่นๆ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	การแปลผล
4.1 สื่อโฆษณาในด้านต่างๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชา	2.85	ปานกลาง
4.2 การประชาสัมพันธ์ ในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกโรงเรียนกวดวิชา	2.97	ปานกลาง
4.3 การส่งเสริมการขาย ในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกโรงเรียนกวดวิชา	2.76	ปานกลาง
รวม	2.86	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียน กวดวิชา ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.86 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญปานกลางต่อทุกปัจจัย

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้สื่อโฆษณาในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา  
 เด็กโรงเรียนกวดวิชา

4.1 สื่อโฆษณาในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา เด็กโรงเรียนกวดวิชา	ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา					$\bar{X}$	การแบ่งผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
4.1.1 ใบปลิว	41	83	131	63	39	2	ปานกลาง
4.1.2 โฆษณาทางวิทยุ	19	61	128	86	63	3	ปานกลาง
4.1.3 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	15	45	122	109	66	5	ปานกลาง
4.1.4 แผ่นพับ เพื่อแนะนำโรงเรียนและหลักสูตร	50	122	108	44	33	1	ปานกลาง
4.1.5 ป้ายโฆษณา เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวเนด คัดเอาท์	12	78	120	77	70	4	ปานกลาง
รวม							2.85

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้สื่อโฆษณาในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาโรงเรียนกวดวิชา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้สื่อโฆษณาในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญตู่ปานกลางต่อทุกปัจจัย



ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการประสมสัมพัทธ์ด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจ  
เลือกโรงเรียนกวดวิชา

4.2 การประสมสัมพัทธ์ในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ ทัศนใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา				$\bar{X}$	การแปลผล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย			น้อยที่สุด
4.2.1 การจัดบรรยากาศ	20	67	129	81	60	4	ปานกลาง
4.2.2 การส่งเสริมการขาย	19	78	132	72	56	3	ปานกลาง
4.2.3 คำแนะนำจากอาจารย์ที่โรงเรียน	46	120	106	43	42	2	ปานกลาง
4.2.4 เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ	81	145	92	17	22	1	มาก
4.2.5 ทางอินเทอร์เน็ต	11	38	114	93	101	5	น้อย
รวม							ปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการประสมสัมพัทธ์ด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการประสมสัมพัทธ์ ด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขายในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา

4.3 การส่งเสริมการขายในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา					การแปลผล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		อันดับที่
4.3.1 มีการลดราคาต่ำเรียน	58	81	131	46	41	1	3.20
4.3.2 มีการแจกของแถม	30	59	116	71	81	2	2.68
4.3.3 มีการแจกอุปกรณ์การเรียน เช่น สมุด ปากกา	34	52	111	61	60	3	2.50
							2.79
							ปานกลาง

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขายด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขายด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปานกลาง ต่อทุกปัจจัย

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลิกภาพ

5. ด้านบุคลิกภาพ	ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา					$\bar{X}$	การแปลผล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อยที่สุด	อันดับที่			
5.1 อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	120	150	70	8	9	1	4.02	มาก
5.2 การบริการของเจ้าหน้าที่ในโรงเรียนกวดวิชาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	63	140	118	23	13	2	3.61	มาก
							3.82	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในปัจจัยด้านบุคลิกภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยของแต่ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดต่อทุกปัจจัย

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและของมัถเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	6. ด้านกระบวนการ				$\bar{X}$	การแปลง		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย			น้อยที่สุด	อันดับที่
6.1 การเปิดสอนหลายช่วงเวลาเพื่อให้เลือกเรียนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	80	170	87	12	8	1	3.84	มาก
6.2 การจัดหาสอบความพร้อมก่อนการสอบจริงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	59	137	115	28	18	3	3.53	มาก
6.3 การมีสื่อการสอนที่ทันสมัย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	80	140	98	24	15	2	3.69	มาก
6.4 มีการสอบวัดผลการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	66	118	118	32	23	4	3.49	ปานกลาง
รวม							3.64	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียน กวดวิชาในปัจจัยด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และเมื่อ พิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากต่อการเปิดสอนหลายช่วงเวลา เพื่อให้เลือกเรียนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชา การมีสื่อการสอนที่ทันสมัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาและการ จัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ยกเว้นปัจจัย กระบวนการในด้านมีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน กวดวิชาที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	ระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา					$\bar{X}$	การแปลผล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			อันดับที่
7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ								
7.1 การมีภาพพจน์ของความทันสมัย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	82	131	102	19	23	5	3.64	มาก
7.2 การมีค่ารับรองจากคนใกล้ชิดเพื่อนๆ หรือรุ่นพี่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	117	152	65	11	12	1	3.98	มาก
7.3 การมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ เป็นจำนวนมากส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	115	135	77	15	15	2	3.90	มาก
7.4 การมีค่ารับรองจากโรงเรียนที่เชื่อถือได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา	89	134	94	23	17	4	3.71	มาก
รวม							3.80	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียน กวดวิชาในปัจจุบันด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมากต่อทุกปัจจัย

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลความต้องการด้านต่างๆ ในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการในด้านรูปแบบหลักสูตรในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

รูปแบบหลักสูตร	N = 357	ร้อยละ
1. เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด	245	68.62
2. เน้นแนวข้อสอบเข้า เอนทรานซ์ (Entrance) และโควต้า (Quota) เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ	236	66.11
3. เน้นปูพื้นฐานให้แน่น	241	67.50
4. เน้นเนื้อหามัธยมปลายพร้อมแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย	227	63.59
5. มีหลักสูตรแบบให้เลือกเรียนเฉพาะวิชา	141	39.50
6. อื่นๆ	5	1.40

หมายเหตุ 1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
2. อื่นๆ ได้แก่ สรุปรูปเนื้อหาโดยละเอียดและเข้าใจง่าย

จากตารางที่ 4.22 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการรูปแบบหลักสูตรในการเรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด คิดเป็นร้อยละ 68.62 รองลงมาคือ เน้นปูพื้นฐานให้แน่น คิดเป็นร้อยละ 67.50 เน้นแนวข้อสอบเข้าเอนทรานซ์ (Entrance) และโควต้า(Quota) เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 66.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการด้านปัจจัยด้านรูปแบบหลักสูตร  
 ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นเรียน

รูปแบบหลักสูตร	ระดับชั้นเรียน					
	มัธยมศึกษาปีที่ 4		มัธยมศึกษาปีที่ 5		มัธยมศึกษาปีที่ 6	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เรียนเนื้อหาล่วงหน้า อย่างละเอียด	80	62.01	87	76.31	78	68.42
2. เน้นแนวข้อสอบเข้า เอนทรานซ์ (Entrance) และ โควตา (Quota) เพิ่ม ประสบการณ์โจทย์ต่างๆ	61	47.28	75	65.79	100	87.72
3. เน้นปูพื้นฐานให้แน่น	81	62.79	89	78.07	71	62.28
4. เน้นเนื้อหามัธยมปลาย พร้อมแนวข้อสอบเข้า มหาวิทยาลัย	69	53.48	89	78.07	69	60.53
5. มีหลักสูตรแบบให้เลือก เรียนเฉพาะวิชา	50	38.76	51	44.73	40	35.08
6. อื่นๆ	0	0	1	0.88	4	3.50

หมายเหตุ 1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง  
 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 129 คน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 114 คน  
 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 114 คน

2. อื่นๆ ได้แก่ สรุปเนื้อหาโดยละเอียด และเข้าใจง่าย

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านปัจจัยด้านรูปแบบ  
 หลักสูตรที่มีการศึกษา ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ส่วนใหญ่ต้องการเน้นปูพื้นฐานให้แน่นคิด  
 เป็นร้อยละ 62.79 ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ส่วนใหญ่ต้องการเน้นปูพื้นฐานให้แน่น และเน้น  
 เนื้อหามัธยมศึกษาตอนปลาย พร้อมแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 78.07 ในระดับชั้น  
 มัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่ต้องการเน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย เอนทรานซ์ (Entrance)  
 และ โควตา (Quota) เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 87.72



ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของความต้องการด้านปัจจัย ด้านรูปแบบหลักสูตรของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนตามแผนการเรียน

รูปแบบหลักสูตร	แผนการเรียน							
	วิทย์ - คณิต		ศิลป์ - คำนวณ		ศิลป์ - ภาษา		ศิลป์ - ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เรียนเนื้อหาว่าง่ายละเอียด	102	68.92	51	71.83	67	65.69	28	77.77
2. เน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance) และโควตา (Quota) เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ	113	76.35	39	54.94	60	58.82	31	86.11
3. เน้นปูพื้นฐานให้แน่น	113	76.35	42	59.15	61	59.80	30	83.33
4. เน้นเนื้อหาพร้อมปลายพร้อมแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย	96	64.86	49	69.01	60	58.82	24	66.66
5. มีหลักสูตรแบบให้เลือกเรียนเฉพาะวิชา	60	40.54	27	38.03	37	36.27	21	58.33
6. อื่นๆ	4	2.70	0	0	0	0	3	8.33

หมายเหตุ 1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากนักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่เรียนในแผนวิทย์ - คณิต จำนวน 148 คน

แผนศิลป์ - คำนวณ จำนวน 71 คน แผนศิลป์ - ภาษา จำนวน 102 คน และแผนศิลป์ - ทั่วไป จำนวน 36 คน

2. อื่นๆ ได้แก่ สรุปเนื้อหาโดยละเอียดและเข้าใจง่าย

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความต้องการด้านปัจจัยด้านรูปแบบหลักสูตรของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่เรียนอยู่ในแผนวิทย์ - คณิต ส่วนใหญ่เท่ากัน คือ ต้องการเน้นแนวข้อสอบเข้าเอนทรานซ์ (Entrance) และโควตา (Quota) เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ และเน้นปูพื้นฐานให้แน่น คิดเป็นร้อยละ 76.35 นักเรียนกลุ่มตัวอย่างในแผนศิลป์ - คำนวณและแผนศิลป์ - ภาษา ส่วนใหญ่ต้องการเรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด คิดเป็นร้อยละ 71.83 และ 65.69 ตามลำดับ ส่วนนักเรียนกลุ่มตัวอย่างในแผนศิลป์ - ทั่วไป ต้องการเรียนเพื่อเน้นแนวข้อสอบเข้า (Entrance) และโควตา (Quota) เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 86.11

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการในด้านจำนวนผู้เรียนต่อห้องเรียนในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา

ความต้องการในด้านจำนวนผู้เรียนต่อห้องเรียน	N = 357	ร้อยละ
ควรเรียนแบบกลุ่มย่อย ไม่ควรเกินกลุ่มละ 10 คน	122	34.17
11 – 20 คน	157	43.98
21 – 30 คน	61	17.08
31 – 40 คน	13	3.64
มากกว่า 40 คน	4	1.12

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการเรียน ห้องเรียนละ 11-20 คน คิดเป็นร้อยละ 43.98 รองลงมา คือ เรียนแบบกลุ่มย่อย ไม่เกินกลุ่มละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 34.17 และห้องเรียนละ 21-30 คน คิดเป็นร้อยละ 17.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการในด้านจำนวนผู้เรียนต่อห้องของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นเรียน

ความต้องการในด้านจำนวน ผู้เรียนต่อห้อง	ระดับชั้นเรียน					
	มัธยมศึกษาปีที่ 4		มัธยมศึกษาปีที่ 5		มัธยมศึกษาปีที่ 6	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ควรเรียนแบบกลุ่มย่อย ไม่ควรเกินกลุ่มละ 10 คน	34	26.35	50	<b>43.86</b>	38	33.33
11 – 20 คน	55	<b>42.63</b>	44	38.60	58	<b>50.88</b>
21 – 30 คน	26	20.15	18	15.79	16	14.03
31 – 40 คน	10	7.75	2	1.75	1	0.88
มากกว่า 40 คน	4	3.10	0	0	1	0.88
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความต้องการในด้านจำนวนผู้เรียนต่อห้องของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่เรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่ต้องการเรียนจำนวน 11-20 คนต่อห้อง คิดเป็นร้อยละ 42.63 และ 50.88 ตามลำดับ ส่วนนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ต้องการเรียนแบบกลุ่มย่อย ไม่ควรเกินกลุ่มละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 43.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการด้านจำนวนผู้เรียนต่อห้องของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนการเรียน

ความต้องการด้าน จำนวนผู้เรียนต่อ ห้อง	แผนการเรียน								
	วิทย์ - คณิต		ศิลป์ - คำนวณ		ศิลป์ - ภาษา		ศิลป์ - ทั่วไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ควรเรียนแบบกลุ่ม									
ย่อยไม่เกินกลุ่มละ 10คน	71	34.46	22	30.99	37	36.27	8	22.22	
11 – 20 คน	71	<b>47.97</b>	27	<b>38.03</b>	43	<b>42.16</b>	13	<b>36.11</b>	
21 – 30 คน	21	14.19	17	23.94	16	15.69	12	33.33	
31 – 40 คน	4	2.70	4	5.63	5	4.90	3	8.34	
มากกว่า 40 คน	1	0.68	1	1.41	1	0.98	0	0	
<b>รวม</b>	<b>148</b>	<b>100</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>36</b>	<b>100</b>	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ความต้องการในด้านจำนวนผู้เรียนต่อห้องของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ที่เรียนในแผนวิทย์ - คณิต แผนศิลป์ - คำนวณ แผนศิลป์ - ภาษา และแผนศิลป์ - ทั่วไป ส่วนใหญ่ต้องการเรียนจำนวน 11 – 20 คนต่อห้อง คิดเป็นร้อยละได้ดังนี้ แผนวิทย์ - คณิต คิดเป็นร้อยละ 47.97 แผนศิลป์ - คำนวณ คิดเป็นร้อยละ 38.03 แผนศิลป์ - ภาษา คิดเป็นร้อยละ 42.16 และแผนศิลป์ - ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 36.11

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการในด้านจำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตรที่เหมาะสมในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา

จำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตร	N = 357	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ชั่วโมงต่อวิชา	32	8.96
21 – 30 ชั่วโมงต่อวิชา	134	37.53
31 – 40 ชั่วโมงต่อวิชา	124	34.73
41 – 60 ชั่วโมงต่อวิชา	58	16.25
อื่นๆ	9	2.53

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ 2 ชั่วโมงต่อวิชา 160 ชั่วโมงต่อวิชา 64 ชั่วโมงต่อวิชา ตามความเหมาะสมกับเนื้อหาและหลักสูตร

จากตารางที่ 4.28 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการใช้เวลาเรียนต่อหลักสูตร 21 - 30 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 35.73 รองลงมาคือ 31 - 40 ชั่วโมงต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 34.73 และเวลาเรียน 41 - 60 ชั่วโมงต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการด้านจำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตร  
ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นเรียน

ความต้องการด้านจำนวน ชั่วโมงต่อหลักสูตร	ระดับชั้นเรียน					
	มัธยมศึกษาปีที่ 4		มัธยมศึกษาปีที่ 5		มัธยมศึกษาปีที่ 6	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ชั่วโมงต่อวิชา	15	11.63	14	12.28	3	2.63
21 -30 ชั่วโมงต่อวิชา	54	<b>41.86</b>	47	<b>41.23</b>	34	29.82
30 - 40 ชั่วโมงต่อวิชา	38	29.46	44	38.60	41	<b>35.96</b>
41 - 60 ชั่วโมงต่อวิชา	19	14.73	9	7.89	30	26.32
อื่นๆ	3	2.32	0	0	6	5.27
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ 2 ชั่วโมงต่อวิชา 160 ชั่วโมงต่อวิชา 64 ชั่วโมงต่อวิชา ตามความ  
เหมาะสมกับเนื้อหาและหลักสูตร

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความต้องการด้านจำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตรของนักเรียน  
กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 และมัธยมศึกษาปีที่ 5 ส่วนใหญ่คือ 21 -  
30 ชั่วโมงต่อวิชา คิดเป็นร้อยละ 41.86 และ 41.23 ตามลำดับ ส่วนความต้องการด้านจำนวน  
ชั่วโมงต่อหลักสูตรของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่คือ 31 - 40 ชั่วโมงต่อวิชา  
คิดเป็นร้อยละ 35.96

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละความต้องการในด้านจำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตร  
ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนการเรียน

ความต้องการใน ด้านจำนวน ชั่วโมงต่อ หลักสูตร	แผนการเรียน							
	วิทย์ - คณิต		ศิลป์ - คำนวณ		ศิลป์ - ภาษา		ศิลป์ - ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ชั่วโมงต่อวิชา	32	21.62	5	7.04	27	26.47	6	16.66
21 – 30 ชั่วโมงต่อวิชา	55	<b>37.16</b>	12	16.90	11	10.78	13	36.11
31 – 40 ชั่วโมงต่อวิชา	44	29.73	50	<b>70.42</b>	42	<b>41.18</b>	14	<b>38.89</b>
41 – 60 ชั่วโมงต่อวิชา	12	8.11	4	5.64	20	19.61	3	8.34
อื่นๆ	5	3.38	0	0	2	1.96	0	0
<b>รวม</b>	<b>148</b>	<b>100</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ 2 ชั่วโมงต่อวิชา 160 ชั่วโมงต่อวิชา 64 ชั่วโมงต่อวิชา ตามความ  
เหมาะสมกับเนื้อหาและหลักสูตร

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ความต้องการด้านจำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตร ของนักเรียน  
กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนในแผนวิทย์ - คณิต ส่วนใหญ่ ต้องการให้จำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตร 21 -  
30 ชั่วโมงต่อวิชา คิดเป็นร้อยละ 37.16 แผนศิลป์ - คำนวณ แผนศิลป์ - ภาษา และแผนศิลป์ -  
ทั่วไป ต้องการให้จำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตร 31 - 40 ชั่วโมงต่อวิชา คิดเป็นร้อยละ 70.42 , 41.18  
และ 38.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการเอกสารประกอบการสอนที่เหมาะสม

ความต้องการเอกสารประกอบการสอนที่เหมาะสม	N = 357	ร้อยละ
มีความถูกต้อง	285	79.83
มีความครบถ้วน	306	85.71
มีความสวยงาม	73	20.45
อื่นๆ	42	11.76

- หมายเหตุ
1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
  2. อื่นๆ ได้แก่ สารเนื้อหาหลากหลาย มีแบบฝึกหัดมาก มีแนวข้อสอบเกี่ยวกับการเอนทรานซ์และโควต้า มีมาตรฐาน

จากตารางที่ 4.31 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการความครบถ้วนของเอกสารประกอบการสอน คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมา คือ ความถูกต้องของเอกสารประกอบการสอน คิดเป็นร้อยละ 79.83 และความสวยงามของเอกสารประกอบการสอน คิดเป็นร้อยละ 20.45 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการด้านราคาค่าเรียนที่เหมาะสม

ราคาค่าเรียนที่เหมาะสม	N = 357	ร้อยละ
ชั่วโมงละไม่เกิน 20 บาท	101	28.29
ชั่วโมงละ 21 – 30 บาท	151	<b>42.30</b>
ชั่วโมงละ 31 – 40 บาท	64	17.93
ชั่วโมงละ 41 – 50 บาท	26	7.28
อื่นๆ	15	4.20

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ชั่วโมงละ 50 บาทขึ้นไป

จากตารางที่ 4.32 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการราคาค่าเรียนชั่วโมงละ 21 - 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมาคือ ราคาชั่วโมงละไม่เกิน 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.29 และราคาชั่วโมงละ 31 - 40 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการด้านทำเลที่เหมาะสมของโรงเรียนกวาดวิชา

ความต้องการด้านทำเลที่เหมาะสม	N = 357	ร้อยละ
ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า	25	7.00
ตั้งอยู่ในศูนย์การศึกษา	52	14.57
ตั้งอยู่ในชุมชน	25	7.00
ตั้งอยู่ในที่ๆ การคมนาคมสะดวก	198	55.46
ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	43	12.00
ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน	13	3.64
อื่นๆ	1	0.66

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ มีร้านอาหาร

จากตารางที่ 4.33 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โรงเรียนกวาดวิชาตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม คือ ตั้งอยู่ในที่ๆ การคมนาคมสะดวก คิดเป็นร้อยละ 55.46 รองลงมาคือตั้งอยู่ในศูนย์การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 14.57 และตั้งอยู่ใกล้บ้านคิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการด้านอาคารสถานที่ที่เหมาะสม

ความต้องการด้านอาคารสถานที่	N = 357	ร้อยละ
สวยงาม ทันสมัย	120	33.61
สะอาด	310	<b>86.83</b>
แสงสว่างเพียงพอ	241	67.50
มีการคิดเครื่องปรับอากาศ	247	69.19
มีสถานที่นั่งพักเพียงพอ	224	62.75
มีที่จอดรถสะดวก	245	68.62
มีความปลอดภัย	276	77.31
ขนาดของห้องเรียนเหมาะสม	270	75.63
มีห้องน้ำเพียงพอ	205	57.42
อื่นๆ	25	7.00

- หมายเหตุ 1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
 2. อื่นๆ ได้แก่ มีร้านอาหารและขนม อุปกรณ์การเรียน สื่อต่างๆ

จากตารางที่ 4.34 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ต้องการให้อาคารสถานที่ของโรงเรียนควรมีความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 86.83 รองลงมา คือ มีความปลอดภัยคิดเป็นร้อยละ 77.31 และมีขนาดของห้องเรียนเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 75.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณาที่เหมาะสม

ความต้องการส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณา	N = 357	ร้อยละ
การแจกใบปลิว	173	48.46
แผ่นพับ เพื่อแนะนำโรงเรียนและหลักสูตร	264	73.95
ป้ายโฆษณา เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวเนล คัทเอาท์	116	32.49
โฆษณาทางวิทยุ	102	28.57
โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	52	14.57
อื่นๆ	42	11.76

- หมายเหตุ
1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
  2. อื่นๆ ได้แก่ บอกต่อๆ กัน เพื่อน รุ่นพี่ ทดลองเรียน ผู้ปกครอง

จากตารางที่ 4.35 พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการโฆษณาในด้านแผ่นพับ เพื่อแนะนำโรงเรียนและหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 73.95 รองลงมาคือ การแจกใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 48.46 และป้ายโฆษณา เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวเนล คัทเอาท์ คิดเป็นร้อยละ 32.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม

ความต้องการการส่งเสริมการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์	N = 357	ร้อยละ
การจัดบรรยายพิเศษ	93	26.05
การส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์	127	35.57
คำแนะนำจากอาจารย์ที่โรงเรียน	228	63.87
เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ	288	80.67
ทางอินเทอร์เน็ต	58	16.25
อื่นๆ	12	3.36

- หมายเหตุ 1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
2. อื่นๆ ได้แก่ ผู้ปกครองแนะนำ

จากตารางที่ 4.36 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการการประชาสัมพันธ์จากเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 80.67 รองลงมา คือ คำแนะนำจากอาจารย์ที่โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 63.87 และการส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 35.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการการส่งเสริมการตลาดด้านการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม

ความต้องการการส่งเสริมการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย	N = 357	ร้อยละ
มีการลดราคาต่ำเรียน	300	84.03
การแจกของแถม	188	52.66
การแจกอุปกรณ์การเรียน เช่น สมุด ปากกา	134	37.54
อื่นๆ	32	8.96

- หมายเหตุ
1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
  2. อื่นๆ ได้แก่ ราคาถูก มีอาจารย์เก่งๆมาสอน

จากตารางที่ 4.37 พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาต่ำเรียน คิดเป็นร้อยละ 84.03 รองลงมาคือ การแจกของแถม คิดเป็นร้อยละ 52.66 และการแจกอุปกรณ์การเรียน เช่น สมุด ปากกา คิดเป็นร้อยละ 37.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการด้านอาจารย์ผู้สอนที่เหมาะสม

ความต้องการด้านอาจารย์ผู้สอน	N = 357	ร้อยละ
ประสบการณ์ที่ตีวในโรงเรียนกวดวิชา	213	59.66
คุณวุฒิการศึกษา	153	28.33
ความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน	130	36.41
เปิดโอกาสให้ซักถามนอกเวลาเรียน	159	44.54
เทคนิคการสอนที่ไม่น่าเบื่อ สอนสนุก	301	84.31
เทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจได้ง่าย	312	87.39
มีความเป็นกันเองกับนักเรียน	269	75.35
เป็นอาจารย์สอนในมหาวิทยาลัย	77	21.57
อื่นๆ	9	2.52

- หมายเหตุ 1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
2. อื่นๆ ได้แก่ ใจดี

จาดตารางที่ 4.38 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความต้องการอาจารย์ผู้สอนที่มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 87.39 รองลงมาคือ มีเทคนิคการสอนที่ไม่น่าเบื่อ สอนสนุก คิดเป็นร้อยละ 84.31 และมีความเป็นกันเองกับนักเรียน คิดเป็นร้อยละ 75.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการด้านเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม

ความต้องการด้านเจ้าหน้าที่	N = 357	ร้อยละ
การให้ข้อมูลที่ต้องการและรวดเร็ว	286	80.11
การให้บริการที่ดี	303	84.87
การมีมนุษย์สัมพันธ์เอาใจใส่และช่วยเหลือ	306	<b>85.71</b>
อื่นๆ	17	4.76

- หมายเหตุ 1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
2. อื่นๆ ได้แก่ ยิ้มแย้ม แจ่มใส

จากตารางที่ 4.39 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเจ้าหน้าที่ที่มีมนุษย์สัมพันธ์ เอาใจใส่และช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมา คือ การให้บริการที่ดีคิดเป็นร้อยละ 84.87 และการให้ข้อมูลถูกต้องและรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 80.11 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการด้านกระบวนการหลักที่เหมาะสม

ความต้องการด้านกระบวนการหลัก	N = 357	ร้อยละ
มีการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเพื่อให้เหลือเรียน	278	77.87
มีการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง	209	58.54
มีสื่อการสอนที่ทันสมัย	194	54.34
มีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ	177	49.58
อื่นๆ	17	4.76

- หมายเหตุ
1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
  2. อื่นๆ ได้แก่ มีความหลากหลายของสื่อการสอน

จากตารางที่ 4.40 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการกระบวนการหลัก คือมีการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเพื่อให้เหลือเรียน คิดเป็นร้อยละ 77.87 รองลงมาคือ มีการจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง คิดเป็นร้อยละ 58.54 และมีสื่อการสอนที่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 54.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการด้านกระบวนการเสริมที่เหมาะสม

ความต้องการด้านกระบวนการเสริม	N = 357	ร้อยละ
มีการให้บริการแนะแนว เทคนิคการเลือกคณะ ในการสอบเอนทรานซ์	297	83.19
มีการจัดรูปแบบการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจ	292	81.79
มีการบริการให้ยืมหนังสือ	148	41.46
อื่นๆ	10	2.80

- หมายเหตุ 1. นักเรียนกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
2. อื่นๆ ได้แก่ มีการแจกสูตร เคล็ดลับต่างๆ แนะนำโน้มนำของข้อสอบ เอนทรานซ์

จากตารางที่ 4.41 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการกระบวนการเสริมในด้านมีการให้บริการแนะแนว เทคนิคการเลือกคณะในการสอบเอนทรานซ์ คิดเป็นร้อยละ 83.19 รองลงมา คือ มีการจัดรูปแบบการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 81.79 และมีการบริการให้ยืมหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 41.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาที่ดี

ความต้องการด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	N = 357	ร้อยละ
มีชื่อเสียงมานาน	95	26.61
มีภาพจน์ของความทันสมัย	35	9.80
มีคำรับรองจากคนใกล้ชิด เพื่อนๆ หรือรุ่นพี่	124	34.73
มีสถิติที่เรียนแล้ว สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนมาก	77	21.57
มีคำรับรองจากโรงเรียนที่เชื่อถือได้	19	5.33
อื่นๆ	7	1.96

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เรียนแล้ว ทำให้เข้าใจในเนื้อหาได้ดี

จากตารางที่ 4.42 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการภาพลักษณ์ทางกายภาพของโรงเรียนกวดวิชา การมีคำรับรองจากคนใกล้ชิด เพื่อนๆ หรือรุ่นพี่ คิดเป็นร้อยละ 34.73 รองลงมา คือ การมีชื่อเสียงมานาน คิดเป็นร้อยละ 26.61 และการมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 21.57 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 แนวโน้มในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มในการเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป

แนวโน้มในการเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป	N = 357	ร้อยละ
ไม่เรียน	121	33.89
เรียน	236	66.11

จากตารางที่ 4.43 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป คิดเป็นร้อยละ 66.11 และไม่เรียน คิดเป็นร้อยละ 33.89

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ในปีการศึกษาต่อไป

ชื่อโรงเรียน	N = 236	ร้อยละ
โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์ นครศรีธรรมราช (เคมีอาจารย์อู๋)	40	16.95
โรงเรียนกวดวิชานครศรีเอคดูเคชั่น (ซี ไบรท์ หัวอิฐ)	37	15.68
โรงเรียนนครศรีกวดวิชา (ด้านข้างโรบินสัน)	33	13.98
โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน (ด้านข้างโรบินสัน)	28	11.86
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)	26	11.02
โรงเรียนกวดวิชานครศรีธรรมราช (ถนนราชดำเนิน)	9	3.82
โรงเรียนนครคณิตกวดวิชา (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)	22	9.32
โรงเรียนกวดวิชาสมาร์ท นครศรีธรรมราช (ถนนเอกนคร)	20	8.47
โรงเรียนกวดวิชาว่ามี่ 프리คาเดท (ถนนพัฒนาการลูขวาง)	3	1.28
โรงเรียนกวดวิชาสมาร์ทคิด (ถนนวันดีโฆษกุลพร)	12	5.08
โรงเรียนกวดวิชาปัญญารักษ์ (ด้านหน้าโรงแรมทวินโลตัส)	6	2.54

หมายเหตุ นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ที่มีแนวโน้มจะเรียนในปีการศึกษาต่อไป

จากตารางที่ 4.44 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีแนวโน้มในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป ที่โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์นครศรีธรรมราช(เคมีอาจารย์อู๋) คิดเป็นร้อยละ 16.95 รองลงมา คือ โรงเรียนกวดวิชานครศรี เอคดูเคชั่น(ซี ไบรท์ หัวอิฐ) คิดเป็นร้อยละ 15.68 และโรงเรียนนครศรีกวดวิชา (ด้านข้างโรบินสัน) คิดเป็นร้อยละ 13.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาเหตุที่มีแนวโน้มในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา ในปีการศึกษาต่อไป

สาเหตุที่มีแนวโน้มในการเลือกเรียน	N = 236	ร้อยละ
อาจารย์สอนเข้าใจ	114	48.30
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านและโรงเรียน	38	16.10
เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ	37	15.69
เพิ่มเติมความรู้ เพื่อเตรียมเอ็นทรานซ์	23	9.75
มีชื่อเสียง	9	3.81
เคยเรียน	8	3.39
มีสถิติคนสอบเข้าได้มาก	4	1.69
ราคาถูก	3	1.27

จากตารางที่ 4.45 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป จากเหตุผล คือ อาจารย์สอนเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมา คือ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านและโรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 16.10 และเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 15.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิชาที่จะเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา ที่มีแนวโน้มจะเลือกเรียนในปีการศึกษาต่อไป

วิชาที่จะเลือกเรียนในปีการศึกษาต่อไป	N = 236	ร้อยละ
คณิตศาสตร์	113	47.88
ภาษาอังกฤษ	95	40.25
เคมี	83	35.17
ฟิสิกส์	71	30.08
ชีววิทยา	50	21.19
สังคม	39	16.52
ภาษาฝรั่งเศส	38	16.10
ภาษาไทย	34	14.40
วิทยาศาสตร์กายภาพ	31	13.14
ภาษาญี่ปุ่น	3	1.27

หมายเหตุ นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.46 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มจะเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป ส่วนใหญ่เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 47.88 รองลงมา คือ วิชาภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 40.25 และวิชาเคมี คิดเป็นร้อยละ 35.17 ตามลำดับ

## บทที่ 5

### สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ว่าอิสระครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการเก็บข้อมูลจากนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 357 คน ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

#### 1. สรุปผลการศึกษา

##### 1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

นักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 357 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.27 กำลังเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 36.13 กำลังเรียนในแผนวิทย์-คณิต คิดเป็นร้อยละ 41.46 และรายได้ของผู้ปกครองอยู่ระหว่าง 10,001-50,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 54.90

##### 1.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการเรียนในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

ผลจากการศึกษา พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยเรียน โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์ นครศรีธรรมราช (เคมีอาจารย์อู๋) คิดเป็นร้อยละ 37.25 โดยนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อทำเกรดที่โรงเรียน ในขณะที่นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพอใจในโรงเรียนกวดวิชาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง

##### 1.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลที่ได้ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย ได้แก่ ด้านเนื้อหาหลักสูตร เอกสารที่เรียน ราคาการเรียน ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญแก่

1.3.1 ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตรและด้านบุคลากร เป็นอันดับที่ 1 เท่ากัน มีคะแนนเฉลี่ย 3.82 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก



1.3.2 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ เป็นอันดับที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.80 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

1.3.3 ปัจจัยด้านกระบวนการ เป็นอันดับที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 3.64 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

1.3.4 ปัจจัยด้านสถานที่ เป็นอันดับที่ 4 มีคะแนนเฉลี่ย 3.31 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

1.3.5 ปัจจัยด้านราคาค่าเรียน เป็นอันดับที่ 5 มีคะแนนเฉลี่ย 3.26 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

1.3.6 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับที่ 6 มีคะแนนเฉลี่ย 2.86 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัย	ความสำคัญ	
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2
1.3.1 ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร	รูปแบบหลักสูตร	คุณภาพของเอกสารประกอบการสอน
1.3.2 ปัจจัยด้านบุคลากร	อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง	การบริหารของเจ้าหน้าที่โรงเรียน
1.3.3 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	การมีคำรับรองจากคนใกล้ชิด	การมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัย
1.3.4 ปัจจัยด้านกระบวนการ	การเปิดสอนหลายช่วงเวลา	มีการสอนที่ทันสมัย
1.3.5 ปัจจัยด้านสถานที่	สถานที่หาพบบาง	อาคารและห้องเรียน
1.3.6 ปัจจัยด้านราคา	ราคาเรียนถูกกว่าที่อื่น	ส่วนลดในราคาค่าเรียน
1.3.7 ปัจจัยส่งเสริมด้านการขาย	ด้านสื่อโฆษณา แผ่นพับ เพื่อแนะนำโรงเรียน ด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ ด้านการส่งเสริมการขาย มีการ ลดราคาค่าเรียน	ใบปลิว คำแนะนำจากโรงเรียน การแจกของแถมและ แจกอุปกรณ์การเรียน

ภาพที่ 5.1 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา

#### 1.4 ข้อมูลความต้องการด้านต่าง ๆ ในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

จากข้อมูลที่ได้ศึกษา สรุปว่า ความต้องการด้านต่าง ๆ ทั้ง 7 ปัจจัย นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการ ดังนี้

##### 1.4.1 ด้านเนื้อหาหลักสูตร เอกสารและสถานที่เรียน

จากการศึกษาด้านเนื้อหาหลักสูตร เอกสารและสถานที่เรียน พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการในด้านรูปแบบหลักสูตร เช่น เรียนเนื้อหาอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Quota) และ (Entrance) เป็นอันดับ 1 คุณภาพของเอกสารประกอบการสอน เป็นอันดับ 2 และการมีหลักสูตรให้เลือกเรียนได้หลายหลักสูตร เป็นอันดับ 3

##### 1.4.2 ด้านบุคลากร

จากการศึกษาด้านบุคลากร พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ อาจารย์ผู้สอนที่มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย เป็นอันดับ 1 เทคนิคการสอนที่ทำให้ไม่น่าเบื่อ เป็นอันดับ 2 อาจารย์ที่มีประสบการณ์ดีในโรงเรียนกวดวิชา เป็นอันดับ 3

จากการศึกษาด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการดี เป็นอันดับ 1 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นอันดับ 2

##### 1.4.3 ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

จากการศึกษาด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการมีคำรับรองจากคนใกล้ชิด เพื่อนๆหรือรุ่นพี่ เป็นอันดับ 1 การมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนมาก เป็นอันดับ 2 การมีคำรับรองจากโรงเรียนที่เชื่อถือได้ เป็นอันดับ 3

##### 1.4.4 ด้านกระบวนการหลักและกระบวนการเสริม

จากการศึกษาด้านกระบวนการหลัก พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการเปิดสอนหลายช่วงเวลา เพื่อให้เลือกเรียน เป็นอันดับ 1 ต้องการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง เป็นอันดับ 2 ส่วนด้านกระบวนการเสริม พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการให้มีบริการแนะแนวเทคนิคการเลือกคณะในการสอบเอนทรานซ์ เป็นอันดับ 1 และต้องการให้มีการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจ เป็นอันดับ 2

##### 1.4.5 ด้านทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและด้านอาคารสถานที่

จากการศึกษาความต้องการด้านทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการทำเลที่ตั้งในที่มีการคมนาคมสะดวก เป็นอันดับ 1 และตั้งอยู่ในศูนย์การศึกษา เป็นอันดับ 2 ส่วนความต้องการด้านอาคารสถานที่ พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการมีอาคารสถานที่ที่สะอาด เป็นอันดับ 1 และเป็นสถานที่ที่มีความปลอดภัย เป็นอันดับ 2

#### 1.4.6 ด้านราคาค่าเรียนที่เหมาะสม

จากการศึกษาราคาค่าเรียน พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการค่าเรียนชั่วโมงละ 21-30 บาท เป็นอันดับ 1 ชั่วโมงละไม่เกิน 20 บาท เป็นอันดับ 2 และชั่วโมงละ 31-40 บาท เป็นอันดับ 3

#### 1.4.7 ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

**1.4.8 ด้านการโฆษณา** โดยการแจกแผ่นพับ เพื่อแนะนำโรงเรียนและหลักสูตรเป็นอันดับ 1 การแจกใบปลิว เป็นอันดับ 2 และการโฆษณาโดยป้ายต่างๆ เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวเนล คัทเอ๊าท์ เป็นอันดับ 3

**1.4.9 ด้านการประชาสัมพันธ์** พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ โดยคนใกล้ชิด เพื่อนๆ หรือรุ่นพี่แนะนำ เป็นอันดับ 1 โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่โรงเรียน เป็นอันดับ 2 และโดยการส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์เป็นอันดับ 3

**1.4.10 ด้านการส่งเสริมการขาย** พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขาย โดยมีการลดค่าเรียน เป็นอันดับ 1 มีการแจกของแถม เป็นอันดับ 2 และแจกอุปกรณ์การเรียน เช่น สมุด ปากกา เป็นอันดับ 3

**1.5 ข้อมูลแนวโน้มของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ในการเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชาของปีการศึกษาต่อไป**

จากข้อมูลที่ได้ศึกษา สรุปได้ ดังนี้

**1.5.1 นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการเรียนในโรงเรียนกวดวิชา** ในปีการศึกษาต่อไป จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 66.11 และไม่เรียน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 33.89

**1.5.2 สาเหตุที่ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา** ในปีการศึกษาต่อไป คือ อาจารย์สอนเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 48.30

**1.5.3 โรงเรียนกวดวิชาที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างจะเลือกเรียนในปีการศึกษาต่อไป** อันดับ 1 คือ โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์ นครศรีธรรมราช อันดับ 2 คือ โรงเรียนกวดวิชานครศรีเอเดดูเคชั่น และอันดับ 3 คือ โรงเรียนนครศรีกวดวิชา

**1.5.4 วิชาที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกเรียนในปีการศึกษาต่อไป** อันดับ 1 คือ วิชาคณิตศาสตร์ อันดับ 2 คือ วิชาภาษาอังกฤษ อันดับ 3 คือ วิชาเคมี

## 2. อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบการอภิปรายผล ดังนี้

**2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย ทุกปัจจัยในระดับมากเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของวิจิตร ศรีสอาน(2550) ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ว่าโรงเรียนกวดวิชาจะเป็นภาพสะท้อนที่ดีของผู้ที่เกี่ยวข้อง ในวงการศึกษานี้ให้เห็นถึง การตอบสนองความต้องการของนักเรียนหากจัดให้ดีและเพียงพอแล้วนักเรียนก็คงไม่ไปไฝ่หาอะไรเพิ่มเติมเพราะเขาจะต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่าเดิม โรงเรียนกวดวิชาจำนวนไม่น้อย เลือกที่จะสอนผ่านโทรทัศน์ วีดีโอ หรือสื่อการเรียนการสอนอื่นๆ ที่มีคุณภาพทำให้คนเกิดการเรียนรู้ อย่างหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ก็สอนทางไกลในแต่ละปีมีคนจบเป็นหมื่นคน ทุกวันนี้ระบบการสอนทางไกลก็ใช้อยู่แล้วในระบบปกติ หากมีสื่อการเรียนการสอนที่ดี ก็ไม่จำเป็นเสมอไป ที่จะต้องสอนสด อะไรก็ตามที่ทำให้เด็กได้ประโยชน์และสิ่งนั้นโรงเรียนให้ได้ไม่เต็มที่ จนต้องพึ่งพาคนนอก ก็เป็นหลักธรรมดา

**2.2 ปัจจัยด้านราคา** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยเรียนกวดวิชา จากโรงเรียน 12 โรงเรียน 540 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประกอบทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นๆ ในระดับมาก แสดงถึง การรับรู้ความแตกต่างของบริการที่ได้รับจากโรงเรียนกวดวิชา จึงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา น้อยกว่าด้านอื่นๆ

**2.3 ปัจจัยด้านสถานที่** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กาญจนา ภูมมา (2545) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6” เพื่อศึกษาปัจจัยที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา และความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้งโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา คือ ความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน ความสะดวกในการเดินทาง ความมีชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และราคาของคอร์สที่โรงเรียนกวดวิชาเสนอ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านสถานที่ จะเห็นได้ว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากต่อสถานที่ ในส่วนของการหาพบได้ง่าย ทำเลที่ตั้ง สถานที่จอดรถ ซึ่งนักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

**2.4 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่เคยเรียนกวดวิชา จากโรงเรียน 12 โรงเรียน 540 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง อีกทั้งสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ การที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ น้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น แสดงว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา น้อยกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ

**2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการอาจารย์ผู้สอนที่มีเทคนิคการสอนสนุกสนาน เข้าใจง่ายและมีประสบการณ์ และนักเรียนกลุ่มตัวอย่างต้องการเจ้าหน้าที่ที่มีมนุษยสัมพันธ์และมีการให้บริการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยทุกคน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า **บุคลากร** หมายถึง ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ ความสามารถและทักษะในการให้บริการมีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

**2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการหลักในระดับมาก คือ มีการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเรียน มีการจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง มีสื่อการสอนที่ทันสมัยและมีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปริญญา แก้วไทรนันท์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาศึกษาเฉพาะกรณี โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษา เพื่อศึกษาลักษณะการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่อการเรียนกวดวิชา ครอบคลุมเนื้อหา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลที่ได้รับจากการเรียน กวดวิชา ด้านการสอนของอาจารย์กวดวิชา และด้านการเรียนกวดวิชากับการสอบเอนทรานซ์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.0 เรียนกวดวิชา วิชาภาษาอังกฤษ มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 43.5 เรียนกวดวิชาจำนวน 2 วิชา ใน 1 ภาคเรียน

และส่วนใหญ่ร้อยละ 91.5 เรียนกวดวิชาที่โรงเรียนกวดวิชา กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.0 เรียนกวดวิชา กับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง ลักษณะการสอนของอาจารย์ร้อยละ 57.0 เน้นสอนสรุปเนื้อหาวิชา กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 29.5 เสียค่าเรียนกวดวิชา ต่อ 1 ภาคเรียนประมาณ 2,000-4,000 บาท ส่วนใหญ่ร้อยละ 81.0 เรียนกวดวิชาในวันหยุด (วันเสาร์และ วันอาทิตย์) ใน 1 สัปดาห์ร้อยละ 39.0 เรียนกวดวิชา 2 วัน และร้อยละ 37.5 ใช้เวลาในการเรียนกวดวิชา 4-6 ชั่วโมง/สัปดาห์ ส่วนผลการศึกษาค้นคว้าคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความคิดเห็นต่อการเรียนกวดวิชาโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) เมื่อพิจารณา ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในแต่ละด้าน เรียงลำดับ จากมากไปน้อย คือ 1. ด้านการสอนของอาจารย์กวดวิชา 2. ด้านการเรียนกวดวิชากับการสอบเอนทรานซ์ และ 3. ด้านผลที่ได้รับจากการเรียนกวดวิชา โดยอยู่ในระดับดีมากทั้ง 3 ด้าน

**2.7 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยภาพลักษณ์ทางกายภาพในระดับมาก ได้แก่ การมีคำรับรองจากคนใกล้ชิดเพื่อนๆ หรือรุ่นพี่ มีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้จำนวนมาก มีชื่อเสียงมานาน ซึ่งสอดคล้องกับบทวิเคราะห์ “โรงเรียนกวดวิชา” โดยกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ สรุปความได้ว่าความสำเร็จของสถาบันกวดวิชา มักจะอยู่ที่ความมุ่งมั่นที่จะเป็นสถาบันที่ให้บริการทางการศึกษาครบวงจร โดยมุ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ด้วยหลักสูตรที่หลากหลาย คุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม มีบริการที่เป็นกันเอง รวดเร็วและประทับใจ พร้อมทั้งความสะดวกสบายในการใช้บริการ สร้างผลตอบแทนสูงสุดให้กับผู้บริโภคมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศทางการศึกษา โดยขยายเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่เคยเรียนกวดวิชา จากโรงเรียน 12 โรงเรียน 540 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญ

นอกจากนี้ ยังสามารถอธิบายได้ด้วยโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer Behavior Model) ดังนี้

**1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด** นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านต่างๆ คือ

- 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ เนื้อหาหลักสูตรที่เหมาะสม
- 1.2 ด้านราคา สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ การลดราคาค่าเรียน
- 1.3 ด้านสถานที่ สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ ทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก

- 1.4 ด้านส่งเสริมทางการตลาด สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ คำแนะนำจากเพื่อนหรือรุ่นพี่
- 1.5 ด้านกระบวนการให้บริการ สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ การเปิดสอนหลายช่วงเวลา
- 1.6 ด้านบุคลากร สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ อาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน
- 1.7 ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ โรงเรียนได้รับการรับรองจากผู้เรียน

## 2. กล่องดำหรือความรู้ลึกลับของผู้นซ้ (Black Box)

2.1 ลักษณะของผู้นซ้ (Buyer Characteristic) จากการศึกษาคพบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้น จึงมีการตอบสนองไม่ต่างกันมากนัก

### 2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้นซ้ (Black Decision Process)

การรับรู้ความต้องการ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการเรียนเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย

การค้นหาข้อมูล นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หาข้อมูลโดยการปรึกษาเพื่อนหรือรุ่นพี่

การประเมินผลทางเลือก นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประเมินผลทางเลือกจากคำแนะนำของเพื่อน

การตัดสินใจซ้ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาโดยให้ความสำคัญมากจากปัจจัยทางการตลาดด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปานกลาง

พฤติกรรมหลักการซ้ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจในการรับบริการจากโรงเรียนกวดวิชาในระดับปานกลาง และมีแนวโน้มจะใช้บริการต่อไป

2.3 การตอบสนองของผู้นซ้ (Buyer's Response) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชา ดังนี้

2.3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกหลักสูตรเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย

2.3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกโรงเรียนวรรณสรณ์ นครศรีธรรมราช

2.3.3 การเลือกผู้นขาย (Dealer Choice) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจได้ง่าย ไม่น่าเบื่อ สอนสนุกและมีความเป็นกันเอง

2.3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Choice) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการเลือกเรียนในช่วงเวลาต่างๆ กัน

2.5.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Choice) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกเรียนคาบละชั่วโมงครึ่งและ 30 ชั่วโมงต่อวิชาต่อหลักสูตร

### 3. ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ศึกษาขอเสนอแนะบางประการ ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลของการศึกษาไปใช้

3.1.1 จากการศึกษา ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักเรียนต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา โดยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเรียนกวดวิชาเนื่องจาก

##### 3.1.1.1 ต้องทำเกรดที่โรงเรียนและเป็นการวางแผนเพื่อสอบ

เข้ามหาวิทยาลัยในที่สุด ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่า รูปแบบการรับนักเรียนเข้ามหาวิทยาลัยจะเน้นใช้ จีพีเอและผลสอบ เนชั่นแนล เทสต์ แทนการพิจารณาจากผลสอบเอนทรานซ์ร้อยเปอร์เซ็นต์ ซึ่งจะทำให้ ผู้เรียนต้องแข่งขันกับตัวเองมากขึ้น อาจทำให้ครูฉวยโอกาสในการสอนที่โรงเรียนและสถาบันกวดวิชา โดยมีสองมาตรฐาน

##### 3.1.2.2 เรียนไม่ทัน ไม่เข้าใจเนื้อหาจากที่โรงเรียน วิธีการเรียนการสอนที่

โรงเรียนของนักเรียนขาดการจูงใจในการเรียนการสอน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องในแวดวงการศึกษาต้องตระหนักถึงกระบวนการ วิธีการถ่ายทอดเทคนิคในการจัดการเรียนการสอน ทั้งนี้ต้องตระหนักถึง พรบ.การศึกษาแห่งชาติ ในส่วนของบทบาทของผู้สอนและผู้เรียน

##### 3.1.2 ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ควรจะให้ความสำคัญ

สำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าว มีผลในระดับมากต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกใช้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1) ด้านบุคลากร ควรมีการสรรหาบุคลากรทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านอาจารย์ ควรเป็นอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจได้ง่าย ไม่น่าเบื่อ สอนสนุกและมีความเป็นกันเอง และประสบการณ์ ในการสอนกวดวิชา ด้านเจ้าหน้าที่ควรมีการจัดอบรมเพื่อให้เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์และให้บริการที่ดี



2) ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ควรมีการจัดทำสถิตินักเรียนที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ มีการจัดทำคำนิยามจากรุ่นพี่ที่เคยเรียน เผยแพร่สิ่งพิมพ์แนะนำโรงเรียนหรือดีบอร์ดแสดงผลสัมฤทธิ์ภายในโรงเรียน

3) ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีรูปแบบหลักสูตรที่หลากหลายและเหมาะสมต่อผู้เรียน จัดทำเอกสารประกอบการสอนที่มีคุณภาพและเปิดสอนหลายช่วงเวลา เพื่อให้นักเรียนได้เลือกเรียนในช่วงเวลาที่เหมาะสม

4) ด้านกระบวนการ ควรมีการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเรียน มีสื่อการสอนที่ทันสมัย มีการจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริงและมีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ

**ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ** ซึ่งมีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาน้อยกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

**ด้านสถานที่** ควรจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาในสถานที่ที่เข้าถึงได้ง่าย การคมนาคมสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มีความสะอาดและปลอดภัย

**ด้านราคา** ปัจจัยด้านราคามีผลน้อย เมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ควรใช้งบประมาณอย่างจำกัดในการส่งเสริมการตลาดและนำงบประมาณเพื่อพัฒนาปัจจัยด้านอื่นๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนมากกว่าเลือกการส่งเสริมการตลาดแบบเดิมๆ เช่น ด้านประชาสัมพันธ์ควรมีการประชาสัมพันธ์จากเพื่อน หรือรุ่นพี่ด้านการโฆษณาควรจัดทำแผ่นพับเพื่อแนะนำโรงเรียนและหลักสูตร ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการลดค่าเรียนและมีของแถม ของที่ระลึก ในบางโอกาส

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

**3.2.1 การศึกษาครั้งนี้** มีการกำหนดขอบเขตของประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช เท่านั้น ซึ่งอาจจะไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตของประชากรกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมในวงที่กว้างมากขึ้น

**3.2.2 โรงเรียนปกติที่นักเรียนกำลังเรียนอยู่** ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์และการเปลี่ยนแปลงผลการเรียนของนักเรียนที่เรียนและไม่เรียนกวดวิชา อีกทั้งต้องมีการวิเคราะห์และประเมินกิจกรรมการเรียน การสอน ศึกษาจุดอ่อน-จุดแข็ง รวมทั้งศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาว่า ข้อดี-ข้อเสีย แตกต่างกันอย่างไร

3.2.3 การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นลักษณะส่วนประสมสำหรับตลาดบริการ ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาส่วนประสมสำหรับตลาดบริการอื่นๆ เช่น ด้านสาธารณูปโภค ด้านโรงแรม-ท่องเที่ยว ฯลฯ

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจรายวัน (ฉบับประจำวันอาทิตย์ที่ 23 มกราคม 2543)  
\_\_\_\_\_ . หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจรายวัน (ฉบับประจำวันอาทิตย์ที่ 23 มกราคม 2543)  
\_\_\_\_\_ . หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ (ฉบับประจำวันที 10 กันยายน 2550)
- กลุ่มรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา  
กระทรวงศึกษาธิการ, 2548
- กาญจนา ภูมมา (2545) เอกสารการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของ  
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร”
- จิตติมา อัจฉริยะกุล (2544) เอกสารการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนกวดวิชา  
ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร”
- ดิเรณ พงศ์พัฒน์ หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน (ฉบับประจำวันที 15 มิถุนายน 2548)
- ทองใบ สุทธาริ (2542) *ภาวะผู้นำและการจูงใจ* อุบลราชธานี สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี  
หน้า 302
- ปริญญา แก้วไทรนันท์ (2545) เอกสารการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่  
6 ที่มีต่อการเรียนกวดวิชา ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนสามเสนวิทยาลัย  
กรุงเทพมหานคร”
- ประชุม สุวดี การสุ่มกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย พัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่ 38 ฉบับที่ 3  
(ก.ค. – ก.ย. 2541): นักเรียนและผู้ปกครองของนักเรียนในกรุงเทพมหานคร  
ที่มีต่อโรงเรียนกวดวิชาระหว่างวันที่ 28 – 30 เมษายน 2540
- ไพฑูริย์ สีนลรัตน์ (2545) รายงานการวิจัยเรื่อง “การกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย  
ในประเทศไทย
- วราวุฒิ ชันศิริ (2545) เอกสารการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของการสอบคัดเลือกเพื่อศึกษาต่อใน  
สถาบันอุดมศึกษาระบบใหม่ ต่อสถาบันสอนพิเศษ”
- วิจิตร ศรีสอาน (2550) บทสัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการเรื่อง “*โรงเรียนกวดวิชาในสายตา  
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ*”
- วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ  
เลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัด  
เชียงใหม่”
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539) *การบริหารการตลาดยุคใหม่* หน้า 110 – 123

- กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา
- ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย จำกัด เอกสารการศึกษาเรื่องโรงเรียนกวดวิชา : สํารวจทัศนคติของนักเรียน
- สายจิต ลิลิต (2537) การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อ.เมือง จ. เชียงใหม่
- สมยศ นาวิการ (2538) *การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : ผู้จัดการ
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช เขต 1 (2551) สารสนเทศทางการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช เขต 1
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2545 – 2549 เอกสารเผยแพร่ผลิตภัณฑ์จังหวัดของจังหวัดนครศรีธรรมราชตามราคาประจำปี พ.ศ. 2549 จำแนกตามสาขาการผลิต
- สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช (2549) เอกสารเผยแพร่ข้อมูลจังหวัดนครศรีธรรมราช
- สำนักทดสอบกลาง ทบวงมหาวิทยาลัย สาระสังเขปออนไลน์ (เข้าถึงเมื่อ 17 กรกฎาคม 2551) จาก [www.entranceinfo.mue.go.th](http://www.entranceinfo.mue.go.th)
- Roland t. Rust, Anthony J, Zahorlk, and Timothy L. Keiningham (1996). Service Marketing Page 10 – 13
- Sudman, S. Appling. New York. Academic Press. Pp. 87

ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามในการศึกษา

## รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ได้แก่

1. ดร. ทรงพล โสภณ  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
2. นายอนุรักษ์ รักษ์ทอง  
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช เขต 1
3. อาจารย์อุส่าห์ ศิวโมกษ์  
ผู้อำนวยการโรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช
4. รองศาสตราจารย์ ดร. สุรรัตน์ ศรีเปารยะ  
เจ้าของ / ผู้จัดการโรงเรียนกวดวิชานครศรี เอ็ดดูเคชั่น (ซี ไบรท์ หัวฮีฐ)
5. นายจามร เจริญอภิบาล  
ประธานหอการค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช



(สำเนา)

556/10 หมู่บ้านเคหะชุมชนนครศรีธรรมราช 2

หมู่ที่ 5 ถนนอ้อมค่ายวิชราวุธ ตำบลปากพูน

อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

08 กรกฎาคม 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ดร.ทรงพล โสภณ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นายอรุณ จุติผล นักศึกษาระดับปริญญาโท แผนกวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังศึกษาและทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัด นครศรีธรรมราช” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ข้าพเจ้าพิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในเรื่องที่ ข้าพเจ้ากำลังศึกษาค้นคว้าเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ เพื่อจะได้นำเครื่องมือไปดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณในการอนุเคราะห์ครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ จุติผล)

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

(สำเนา)

556/10 หมู่บ้านเคหะชุมชนนครศรีธรรมราช 2

หมู่ที่ 5 ถนนอ้อมค่ายวิชราวุธ ตำบลปากพูน

อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

09 กรกฎาคม 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน คุณอนุรักษ รัชนีทอง

ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช เขต 1

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นายอรุณ จุติผล นักศึกษาระดับปริญญาโท แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กำลังศึกษาและทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัด นครศรีธรรมราช” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ข้าพเจ้าพิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในเรื่องที่ ข้าพเจ้ากำลังศึกษาค้นคว้าเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ เพื่อจะได้นำเครื่องมือไปดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณในการอนุเคราะห์ครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ จุติผล)

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(สำเนา)

556/10 หมู่บ้านเคหะชุมชนนครศรีธรรมราช 2

หมู่ที่ 5 ถนนอ้อมค่ายวิชราวุธ ตำบลปากพูน

อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

10 กรกฎาคม 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน อาจารย์อุส่าห์ ศิวโมกษ์

ผู้อำนวยการ โรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นายอรุณ จุติผล นักศึกษาระดับปริญญาโท แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังศึกษาและทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยมีรองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวิถิไกร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ข้าพเจ้าพิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในเรื่องที่ข้าพเจ้ากำลังศึกษาค้นคว้าเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ เพื่อจะได้นำเครื่องมือไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณในการอนุเคราะห์ครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ จุติผล)

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

(สำเนา)

556/10 หมู่บ้านเคหะชุมชนนครศรีธรรมราช 2

หมู่ที่ 5 ถนนอ้อมค่ายวีรราช ตำบลปากพูน

อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

11 กรกฎาคม 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ  
เรียน รองศาสตราจารย์ ดร. สุรรัตน์ ศรีเปารยะ  
เจ้าของ / ผู้จัดการ โรงเรียนกวดวิชานครศรี เอ็ดดูเคชั่น (ซี ไบรท์ หัวอิฐ)

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นายอรุณ จุติผล นักศึกษาระดับปริญญาโท แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังศึกษาและทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยมีรองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ข้าพเจ้าพิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในเรื่องที่ข้าพเจ้ากำลังศึกษาค้นคว้าเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ เพื่อจะได้้นำเครื่องมือไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณในการอนุเคราะห์ครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ จุติผล)

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

(สำเนา)

556/10 หมู่บ้านเคหะชุมชนนครศรีธรรมราช 2

หมู่ที่ 5 ถนนอ้อมค่ายวิชราวุธ ตำบลปากพูน

อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

12 กรกฎาคม 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน คุณจามร เจริญอภิบาล

ประธานหอการค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นายอรุณ จุติผล นักศึกษาระดับปริญญาโท แผนกวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังศึกษาและทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยมีรองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ข้าพเจ้าพิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในเรื่องที่ข้าพเจ้ากำลังศึกษาค้นคว้าเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ เพื่อจะได้นำเครื่องมือไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณในการอนุเคราะห์ครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ จุติผล)

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

**ภาคผนวก ข**

**สำเนาหนังสือขอความอนุเคราะห์ทดลองใช้เครื่องมือเพื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ**

(สำเนา)

556/10 หมู่บ้านเคหะชุมชนนครศรีธรรมราช 2

หมู่ที่ 5 ถนนอ้อมค่ายวิชราวุธ ตำบลปากพูน

อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

08 กรกฎาคม 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์นักเรียนในการทดลองใช้เครื่องมือการศึกษาค้นคว้าอิสระ  
เรียน ผู้อำนวยการ โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ภาคใต้

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นายอรุณ จุติผล นักศึกษาระดับปริญญาโท แผนกวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กำลังศึกษาและทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยมีรองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จึงใคร่ขออนุญาตจากท่าน ในการทดลองใช้เครื่องมือที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ โดยขอบความอนุเคราะห์นักเรียนในการทดลองใช้เครื่องมือครั้งนี้จำนวน 20 คน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณในการอนุเคราะห์ครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ จุติผล)

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

**ภาคผนวก ค**  
**แบบสอบถาม**



## แบบสอบถาม

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชา  
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช  
จังหวัดนครศรีธรรมราช

### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อต้องการศึกษาหาข้อมูล ประกอบการค้นคว้าอิสระ เรื่อง  
“การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของ  
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช”  
ของนักศึกษาหลักสูตรบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

การศึกษาครั้งนี้จะสำเร็จลงได้ด้วยความร่วมมือของท่าน ในการตอบแบบสอบถาม  
จึงขอความกรุณา โปรดให้ข้อมูลที่ครบถ้วนทุกข้อและถูกต้องตามสภาพความเป็นจริงมากที่สุด  
เพื่อความถูกต้องและสมบูรณ์ของผลการศึกษา ซึ่งจะช่วยให้การศึกษาครั้งนี้ มีผลสรุปที่น่าเชื่อถือ  
และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

การตอบแบบสอบถามครั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีผลกระทบต่อ  
ตัวท่านแต่อย่างใดและคำตอบของท่านจะไม่นำไปเผยแพร่ในที่ใด

แบบสอบถามฉบับนี้ มี 11 หน้า แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา

ตอนที่ 3 ความต้องการด้านต่างๆ ในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

ตอนที่ 4 แนวโน้มในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับ ความกรุณาจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณ  
เป็นอย่างสูงในความกรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ จุติผล)

ผู้ศึกษา

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

### 1. เพศ

 ชาย

 หญิง

### 2. กำลังเรียนอยู่ในระดับชั้น

 ม. 4

 ม. 5

 ม. 6

### 3. แผนการเรียน

 วิทยาศาสตร์ - คณิต

 ศิลป์ - คำนวณ

 ศิลป์ - ภาษา

 ศิลป์ - ทั่วไป

 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### 4. รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง

 ต่ำกว่า 10,000 บาท

 10,000 - 50,000 บาท

 50,001 - 100,000 บาท

 มากกว่า 100,000 บาท

## 5. ประสบการณ์และความพอใจในโรงเรียนกวดวิชา

ชื่อโรงเรียนกวดวิชา	ไม่เคยเรียน	เคยเรียน	หากท่านเคยเรียน ท่านมีระดับความพอใจต่อโรงเรียนดังกล่าวในระดับใด				
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. โรงเรียนกวดวิชานครศรีเขตคูเคชั่น (ซี ไบรท์ หัวฮิฐ)							
2. โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์ (เคมีอาจารย์อู๋)							
3. โรงเรียนกวดวิชาสมาร์ท นครศรีธรรมราช(ถนนเอกนคร)							
4. โรงเรียนกวดวิชาสมาร์ทคิด (ถนนวันดีโฆษกุลพร)							
5. โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ (หมู่บ้านราชพฤกษ์2)							
6. โรงเรียนกวดวิชานครศรีธรรมราช (ถนนราชดำเนิน)							
7. โรงเรียนนครคณิตกวดวิชา (หมู่บ้านราชพฤกษ์ 2)							
8. โรงเรียนนครศรีกวดวิชา (ด้านข้างโรบินสัน)							
9. โรงเรียนกวดวิชาว่ามี่ พรีคาเคท (ถนนพัฒนาการคูขวาง)							
10. โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน (ด้านข้างโรบินสัน)							
11. โรงเรียนกวดวิชาปัญญารักษ์ (ด้านหน้าโรงแรมทวินโลดส์)							

6. จุดประสงค์ที่ท่านเรียนในโรงเรียนกวดวิชา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance)  
 เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Quota)  
 เพื่อทำเกรดที่โรงเรียน  
 เพื่อเป็นการปรับพื้นฐาน  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา**

ปัจจัยด้านต่างๆ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านเนื้อหาหลักสูตร เอกสารและสถานที่เรียน 1.1 รูปแบบหลักสูตร เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด, เน้นแนวข้อสอบเข้า Entrance และ Quota เพิ่มประสิทธิภาพทำโจทย์ต่างๆมีหลักสูตรแบบให้เลือกเรียนเฉพาะวิชาและอื่นๆ ส่งผลในการตัดสินใจเลือกในโรงเรียนกวดวิชา					
1.2 จำนวนผู้เรียนที่เหมาะสมต่อห้องเรียนส่งผลให้การตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
1.3 จำนวนชั่วโมงเรียนที่เหมาะสมต่อหลักสูตรส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
1.4 การมีช่วงหลักสูตรให้เลือกเรียนได้หลายหลักสูตร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
1.5 จำนวนชั่วโมง/คาบที่เหมาะสมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					

ปัจจัยด้านต่างๆ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.6 คุณภาพของเอกสารประกอบการสอนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
1.7 การมีชื่อเสียงมานาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
<b>2. ด้านราคาค่าเรียน</b>					
2.1 ราคาค่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่นๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
2.2 วิธีการชำระค่าเรียนที่สามารถผ่อนเป็นงวดๆ ได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
2.3 ส่วนลดในค่าเรียนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
<b>3. ด้านสถานที่</b>					
3.1 สถานที่หาพบได้ง่ายส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
3.2 สถานที่จอดรถสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
3.3 ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนของท่าน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
3.4 ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
4.1 สื่อโฆษณาในด้านต่างๆ เหล่านี้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา คือ					
4.1.1 ใบปลิว					

ปัจจัยต่างๆ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.1.2 โฆษณาทางวิทยุ					
4.1.3 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์					
4.1.4 แผ่นพับ เพื่อแนะนำโรงเรียน และหลักสูตร					
4.1.5 ป้ายโฆษณา เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวเนิล คัทเอาท์					
4.2 การประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เหล่านี้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชา					
4.2.1 การจัดบรรยายพิเศษ					
4.2.2 การส่งเอกสารแนะนำทาง ไปรษณีย์					
4.2.3 แนะนำจากอาจารย์ที่โรงเรียน					
4.2.4 เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ					
4.2.5 ทางอินเทอร์เน็ต					
4.3 การส่งเสริมการขายในด้านต่างๆ เหล่านี้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชา					
4.3.1 มีการลดราคาการเรียน					
4.3.2 มีการแจกของแถม					
4.3.3 มีการแจกอุปกรณ์การเรียน เช่น สมุด ปากกา					
5. ด้านบุคลากร					
5.1 อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
5.2 การบริการของเจ้าหน้าที่ในโรงเรียน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน					

ปัจจัยด้านต่างๆ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>6. ด้านกระบวนการ</b>					
6.1 การเปิดสอนหลายช่วงเวลาเพื่อให้ เลือกเรียน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชา					
6.2 การจัดทำสอบความพร้อมก่อนการ สอบจริง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชา					
6.3 การมีสื่อการสอนที่ทันสมัย ส่งผล ต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา					
6.4 มีการสอบวัดผลการเรียนอย่าง สม่ำเสมอ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชา					
<b>7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ</b>					
7.1 อาคารเรียนและห้องเรียนส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวด					
7.2 การมีภาพพจน์ของความทันสมัย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน กวดวิชา					
7.3 การมีคำรับรองจากคนใกล้ชิด เพื่อนๆ หรือรุ่นพี่ ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกโรงเรียนกวดวิชา					
7.4 สถิติที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้า มหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกโรงเรียน					
7.5 การมีคำรับรองจากสถาบันที่เชื่อถือ ได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน กวดวิชา					

จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้น ให้ท่านเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของท่าน 3 อันดับแรก โดยเขียนหมายเลข 1,2, และ 3 หน้าปัจจัยที่มีความสำคัญ ตามลำดับ

อันดับ	ปัจจัย
.....	ด้านเนื้อหาหลักสูตร
.....	ด้านราคาค่าเรียนและวิธีการชำระค่าเล่าเรียน
.....	ด้านอาคารสถานที่ สถานที่ตั้ง
.....	ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา การลดแลกแจกแถม
.....	ด้านบุคลากร เช่น ผู้สอน เจ้าหน้าที่ของโรงเรียน
.....	ด้านกระบวนการ
.....	ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

### ตอนที่ 3 ความต้องการด้านต่างๆ ในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

#### 1. ด้านเนื้อหาหลักสูตร, เอกสารและสถานที่เรียน

1.1 รูปแบบหลักสูตรที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด
- เน้นแนวข้อสอบเข้า Entrance และ Quota เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ
- เน้นเพื่อการปูพื้นฐานให้แน่น
- เน้นเนื้อหามัธยมศึกษาตอนปลาย พร้อมแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย
- มีหลักสูตรแบบให้เลือกรเรียนเฉพาะวิชา
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.2 ท่านคิดว่าจำนวนผู้เรียนต่อห้องควรจะเป็นเท่าไร

- ควรเรียนแบบกลุ่มย่อยและไม่ควรเกินกลุ่มละ 10 คน
- 11-20 คน
- 21-30 คน
- 31-40 คน
- มากกว่า 40 คน (โปรดระบุ จำนวน.....คน)



## 1.3 จำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตรที่เหมาะสม

- น้อยกว่า 20 ชั่วโมง/วิชา
- 20-30 ชั่วโมง/วิชา
- 31-40 ชั่วโมง/วิชา
- 41-60 ชั่วโมง/วิชา
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 1.4 เอกสารประกอบการสอนที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีความถูกต้อง  มีความสวยงาม
- มีความครบถ้วน  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 2. ด้านราคาเรียน

ท่านคิดว่าราคาเรียนที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

- ชั่วโมงละไม่เกิน 20 บาท
- ชั่วโมงละ 21-30 บาท
- ชั่วโมงละ 31-40 บาท
- ชั่วโมงละ 41-50 บาท
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 3. ด้านสถานที่

## 3.1 ท่านคิดว่าทำเลที่เหมาะสมของโรงเรียนกวดวิชา ควรเป็นทำเลใด

- ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า  ตั้งอยู่ในที่ๆ การคมนาคมสะดวก
- ตั้งอยู่ในศูนย์การศึกษา  ตั้งอยู่ใกล้บ้าน
- ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน  ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 3.2 ท่านคิดว่าอาคารสถานที่ที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สวยงาม ทันสมัย  มีที่จอดรถสะดวก
- สะอาด  มีความปลอดภัย
- แสงสว่างเพียงพอ  ขนาดของห้องเรียนเหมาะสม
- มีการติดเครื่องปรับอากาศ  มีห้องน้ำเพียงพอ
- มีสถานที่นั่งพักเพียงพอ  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

4.1 การส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณาทางใดที่มีผลทำให้ท่านตัดสินใจเลือก

โรงเรียนกวดวิชา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การแจกใบปลิว
- แผ่นพับ เพื่อแนะนำโรงเรียนและหลักสูตร
- ป้ายโฆษณา เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวเนล คัดเอาท์
- โฆษณาทางวิทยุ
- โฆษณาทางหนังสือพิมพ์
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4.2 การส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ ทางใดที่มีผลทำให้ท่านตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การจัดบรรยายพิเศษ
- การส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์
- คำแนะนำจากอาจารย์ที่โรงเรียน
- เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ
- ทางอินเทอร์เน็ต
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4.3 การส่งเสริมการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย ทางใดที่มีผลทำให้ท่านตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีการลดราคาค่าเรียน
- การแจกของแถม
- การแจกอุปกรณ์การเรียน เช่น สมุด ปากกา
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

#### 5. ด้านบุคลากร

5.1 อาจารย์ผู้สอน

ท่านคิดว่าอาจารย์ผู้สอนที่เหมาะสม ควรมีลักษณะอย่างไรบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ประสบการณ์ที่ตัวในโรงเรียนกวดวิชา
- คุณวุฒิการศึกษา
- ความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน

- เปิดโอกาสให้ซักถามนอกเวลาเรียน
- เทคนิคการสอนที่ไม่น่าเบื่อ สอนสนุก
- เทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจได้ง่าย
- มีความเป็นกันเองของนักเรียน
- เป็นอาจารย์สอนในมหาวิทยาลัย
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### 5.2 เจ้าหน้าที่

ท่านคิดว่าเจ้าหน้าที่ในโรงเรียนกวดวิชา ควรมีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว
- การให้บริการที่ดี
- การมีมนุษยสัมพันธ์ เอาใจใส่และช่วยเหลือ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 6. ด้านกระบวนการ

### 6.1 กระบวนการหลัก

- มีการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเพื่อให้เลือกเรียน
- มีการจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง
- มีสื่อการสอนที่ทันสมัย
- มีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### 6.2 กระบวนการเสริม

ท่านคิดว่าโรงเรียนกวดวิชาที่ดี ควรมีกระบวนการเสริมในการดำเนินงานเช่นไร  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีการให้บริการแนะแนวเทคนิคการเลือกคณะในการสอบเอนทรานซ์
- มีการจัดรูปแบบการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจ
- มีบริการให้ยืมหนังสือ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### 7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ท่านคิดว่าโรงเรียนกวดวิชาที่ดีควรมีลักษณะอย่างไรบ้าง

- มีชื่อเสียงมานาน
- มีภาพพจน์ของความทันสมัย
- มีคำรับรองจากคนใกล้ชิด เพื่อนๆ หรือรุ่นพี่
- มีสถิติของผู้ที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนมาก
- มีคำรับรองจากสถาบันที่เชื่อถือได้
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### ตอนที่ 4 แนวโน้มในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

1. ในปีการศึกษาหน้า ท่านคิดว่าจะเรียนกวดวิชาหรือไม่

- ไม่เรียน                       เรียน

2. โรงเรียนกวดวิชาใดที่ท่านจะเลือกเรียน.....

.....

3. สาเหตุที่จะเรียนในโรงเรียนดังกล่าวเพราะ.....

.....

4. วิชาที่ท่านจะเรียน.....

.....

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายอรุณ จุติผล
วัน เดือน ปีเกิด	8 กรกฎาคม 2508
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2527 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาและวรรณคดี อังกฤษ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ. 2549 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (วิทยาการจัดการ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช พ.ศ. 2550 ประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2551 ประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนจรัสพิชชากรอาชีวศึกษา นครศรีธรรมราช
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ หัวหน้ากลุ่มสาระภาษาต่างประเทศ อาจารย์ประจำ ผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษ