

การศึกษาค้นคว้าอิสระ การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี

ผู้ศึกษา นางสาวหยุด ผาคำ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต **แขนงวิชา** บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์จรินทร์ ตันติชัยรัตนกุล **ปีการศึกษา** 2546

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี

กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 และกำลังเรียนพิเศษอยู่ตามสถานที่เรียนพิเศษต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี จำนวน 212 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ได้แก่ ครูผู้สอนที่มีเทคนิคการสอนดี มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้ดี การจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ ความมีชื่อเสียงของสถานที่เรียนพิเศษ เนื้อหาหรือโปรแกรมการเรียนดี ช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม พนักงานต้อนรับมีความสุภาพและอัธยาศัยดี มีการลดราคาค่าเรียน 2) บุคคลที่มีอิทธิพลได้แก่ตัวนักเรียนเอง ผู้ปกครอง แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลได้แก่ เพื่อน ผู้ปกครองและครูที่สอนในโรงเรียนตามปกติ 3) นักเรียนส่วนใหญ่เลือกเรียนพิเศษที่โรงเรียนราชดำวิทย (RAC) โดยเลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ฟิสิกส์และภาษาอังกฤษ และมีความพึงพอใจกับการเรียนในสถานที่เหล่านั้น ทำให้ไม่ต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียน และผลที่ได้รับจากการเรียนพิเศษ คือ ทำให้เข้าใจดีขึ้นเมื่อไปเรียนในชั้นเรียนปกติ

คำสำคัญ สถานที่เรียนพิเศษเอกชน นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 อำเภอเมืองอุดรธานี

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์จิระภรณ์ ตันติชัยรัตนกุล และรองศาสตราจารย์นวลเสนาห์ วงศ์เชิดธรรม ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำวิจัยอย่างใกล้ชิดเสมอมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ผู้สนใจศึกษาทั้งหมด

นางสายหยุด ผาคำ

พฤษภาคม 2547

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ.....	6
ปัจจัยกระตุ้นทางการตลาด.....	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	20
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	20
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	21
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	22
ตอนที่ 1 คำร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม.....	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 2 คำร้อยละขององค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ	25
ตอนที่ 3 คำร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่เรียนพิเศษ วิชาที่เรียน	
ระยะเวลาเรียน อัตราค่าเรียนและวัน – เวลาเรียน.....	31
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	38
ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิจัย.....	38
ส่วนที่ 2 อภิปรายผล.....	39
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ.....	42
บรรณานุกรม.....	43
ภาคผนวก.....	45
ภาคผนวก ก ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	46
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	47
ประวัติผู้วิจัย.....	54

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม.....	23
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละขององค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก สถานที่เรียนพิเศษ.....	25
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามสถานที่เรียน พิเศษ วิชาที่เลือกเรียน ระยะเวลาที่เรียน อัตราค่าเรียนและวันเวลาที่เรียน.....	31
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่เลือกวิชาเรียนจำแนกตามสถานที่เรียนพิเศษ.....	34
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่เลือกระยะเวลาเรียน จำแนกตามสถานที่เรียนพิเศษ.....	35
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่เลือกอัตราค่าเรียน จำแนกตามสถานที่เรียนพิเศษ.....	36
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่เลือกวัน เวลาเรียน จำแนกตามสถานที่เรียนพิเศษ.....	37

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 4.1 แสดงลักษณะสำคัญของสถานที่เรียนพิเศษที่นักเรียนตัดสินใจเลือก.....	29
ภาพที่ 4.2 แสดงปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ.....	29
ภาพที่ 4.3 แสดงปัจจัยด้านคุณสมบัติของครูผู้สอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ.....	30
ภาพที่ 4.4 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ.....	30
ภาพที่ 4.5 แสดงส่วนแบ่งตลาดสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง อุดรธานี.....	33

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันพบว่ามี การเปิดสถาน ที่เรียนพิเศษที่มีหลากหลายรูปแบบมากขึ้นในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนกวดวิชา โรงเรียนดนตรี โรงเรียนศิลปะ สถาบันภาษา และคอมพิวเตอร์ ซึ่งเปิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักเรียนและผู้ปกครอง โดยปัจจุบันผู้ปกครองไม่มีเวลาดูแลการบ้านและกวดขันการเรียนของบุตรหลานมากนัก เนื่องจากส่วนใหญ่ต้องทำงานทั้งสามเ้าและภรรยา ดังนั้น ผู้ปกครองจึงมักจะส่งเด็ก ๆ โดยเฉพาะเด็กที่เรียนอยู่ในเขตเมืองไปเรียนตามสถานกวดวิชาและสถาน ที่เรียนพิเศษต่าง ๆ เพื่อเตรียมนักเรียนสู่ความพร้อมในการสอบปกติ และการสอบคัดเลือกเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัย (สอบเอ็นทรานซ์) การสอนในโรงเรียนสอนพิเศษจะมีบริการสอนทั้งทางด้านวิชาการและทักษะพิเศษ อื่น ๆ ตามความสนใจของผู้เรียนและผู้ปกครอง

ดังนั้น ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานที่อยู่ในวัยเรียนจึงให้ความสนใจให้บุตรหลานได้เรียนพิเศษนอกเวลาเรียนปกติมากขึ้น และขณะเดียวกันสถาน ที่เรียนพิเศษต่าง ๆ ก็มีมากขึ้นและมีรูปแบบใหม่ ๆ พร้อมกับสรรพวิชาที่จัดให้ ผู้เรียนได้เลือกอย่างหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดอุดรธานีที่จัดว่าเป็นจังหวัดที่ใหญ่จังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการสำรวจพบว่าปัจจุบันมีสถาน ที่เรียนพิเศษทั้งสิ้น 13 แห่ง ที่เปิดสอนอยู่ในตัวเมือง ดังนี้

1. ศูนย์ภาษาและดนตรี Total Learning Center เปิดสอนภาษาอังกฤษและดนตรีทุกระดับชั้น
2. สถาบันภาษา Be-ez English กวดวิชาภาษาอังกฤษเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย
3. โรงเรียนครูคิม กวดวิชาภาษาอังกฤษเข้าเรียนต่อมหาวิทยาลัย ภาษาอังกฤษทุกระดับชั้น
4. โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นฮิมาวาริ เปิดสอนภาษาญี่ปุ่น และกวดวิชาเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย

5. โรงเรียนศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์อุดรธานี เปิดสอนคอมพิวเตอร์และกวดวิชา
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 – 6 และกวดวิชาเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย
6. โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา กวดวิชาชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 – มัธยมศึกษาปีที่ 6
เปิดสอนสนทนาภาษาอังกฤษและเยอรมันด้วย
7. โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC) กวดวิชาเข้มเพื่อทำระดับคะแนนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 – 6
รับรองผลสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย
8. สากลวิทยา กวดวิชาทุกระดับชั้น กวดวิชาเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
9. อุดรโฮมสกูล กวดวิชาทุกระดับชั้น กวดวิชาเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
10. ประชุมวิทยา กวดวิชาทุกระดับชั้น กวดวิชาเตรียมสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
11. โรงเรียนอุดรภัทรมณเฑียร กวดวิชาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4–5 กวดวิชาเตรียมสอบคัดเลือก
เข้ามหาวิทยาลัยชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
12. AMP 7200 สถาบันกวดวิชาสำหรับมัธยมปลาย กวดวิชาเข้มฟิสิกส์ คณิต
แบบตะลุยโจทย์
13. Enter กวดวิชาเข้มชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 กวดวิชาเตรียมสอบคัดเลือกเข้า
มหาวิทยาลัย

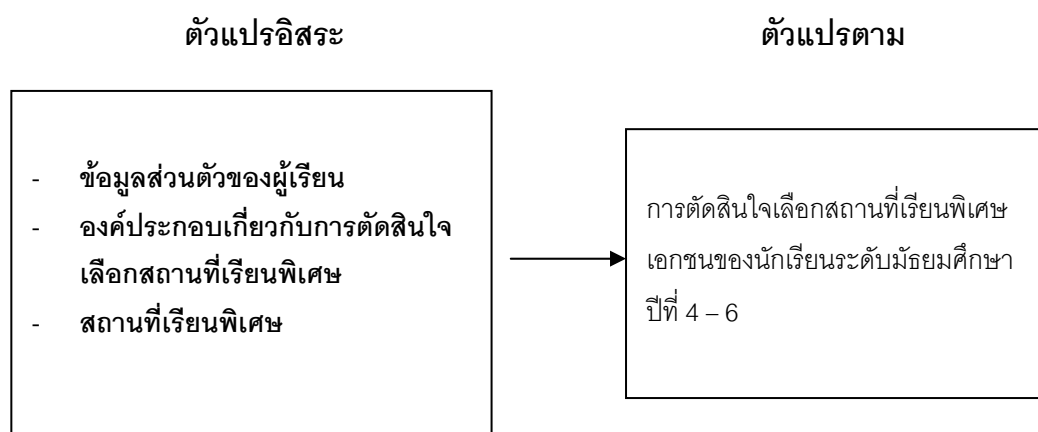
จากข้อมูลที่พบในปัจจุบัน ธุรกิจเกี่ยวกับการสอนพิเศษเริ่มที่จะมีการแข่งขันกันมากขึ้น มี
การพัฒนารูปแบบการสอน คุณภาพการเรียนการสอน การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์มาก
ขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนโดยพิจารณา
องค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจและสถานที่เรียนพิเศษ ซึ่งจะให้ได้แนวทางการตัดสินใจ
เลือกสถานที่เรียนพิเศษ และได้แนวทางสำหรับธุรกิจสอนพิเศษในเขตอำเภอเมืองอุดรธานีเพื่อใช้
ในการปรับปรุงการบริหารจัดการและการบริการในสถานที่เรียนพิเศษ

13. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา
ปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี

14. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดว่า ผู้เรียนคือผู้บริโภค ส่วนผู้ซื้ออาจเป็นผู้ปกครองหรือตัวผู้เรียนเองและเนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจบริการ ผู้วิจัยจำเป็นต้องปรับข้อความหรือถ้อยคำที่ใช้สำหรับเรียกปัจจัยทางการตลาดให้สอดคล้องกับธุรกิจ และเน้นใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษโดยแบ่งเป็นปัจจัยจากข้อมูลส่วนตัวผู้เรียน องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ และปัจจัยที่เกิดจากสถานที่เรียนพิเศษซึ่งปัจจัยที่เกิดจากสถานที่เรียนพิเศษนั้นผู้วิจัยได้ประยุกต์สิ่งจูงใจทางการตลาดจากส่วนประสมการตลาดและกรอบแนวคิดการวิจัยสามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



15. ขอบเขตการวิจัย

1. ช่วงเวลาของการวิจัยจะอยู่ในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2546 ถึง เดือนตุลาคม 2546
2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ที่กำลังเรียนพิเศษ อยู่ในสถานที่เรียนพิเศษในเขตอำเภอเมืองอุดรธานีเท่านั้น

16. นิยามศัพท์เฉพาะ

คำนิยามศัพท์ในการศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี มีดังนี้

5.1 สถานที่เรียนพิเศษเอกชน หมายถึง โรงเรียน สถาบันกวดวิชาต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยบุคคลหรือนิติบุคคล เปิดสอนวิชาต่าง ๆ นอกเวลาทำการของโรงเรียนทั่ว ๆ ไป โดยสถานที่เรียนพิเศษนี้จะต้องมีที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี

5.2 การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ หมายถึง การตัดสินใจขอบริการทางการศึกษาที่มีการพิจารณาข้อมูลทั้งจากตัวนักเรียนเอง ผู้ปกครองและสถานที่เรียนพิเศษ

5.3 นักเรียน หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในสถานที่เรียนพิเศษเอกชนในเขตอำเภอเมืองอุดรธานีซึ่งเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6

6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบแนวทางการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ
2. เป็นแนวทางสำหรับธุรกิจสอนพิเศษในเขตอำเภอเมืองอุดรธานีเพื่อใช้ในการปรับปรุงการบริหารจัดการและการบริการในสถานที่เรียนพิเศษ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ผู้ศึกษาได้ศึกษาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจ
 - 1.2 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 1.3 แนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
 - 1.4 ปัจจัยกระตุ้นทางการตลาด
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ฟิลลิป คอตเลอร์ (2545 : 91) ได้กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

พฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค (consumer buying behavior) หมายถึง พฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย ไม่ว่าจะส่วนบุคคลหรือครัวเรือนที่ทำการซื้อสินค้าและบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว ผู้บริโภคคนสุดท้ายเหล่านี้รวมกันเป็น ตลาดผู้บริโภค

พฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกในการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. พฤติกรรมซื้อแบบปกติกิจ
2. พฤติกรรมซื้อแล้วหาทางลดความกังวลใจ
3. พฤติกรรมซื้อแบบซับซ้อน
4. พฤติกรรมซื้อแบบแสวงหาความหลากหลาย

ยูทธนา ธรรมเจริญ (2544 : 187 – 189) กล่าวถึงความหมายและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นวิชาที่ศึกษาเรื่องการตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจสูงสุดตามแนวคิดการตลาด ถ้าถามว่าผู้บริโภคคือใคร ก็อาจตอบได้ว่า ผู้บริโภคก็คือผู้มีความต้องการซื้อ มีอำนาจการซื้อ มีพฤติกรรมซื้อ และมีพฤติกรรมใช้ วัตถุประสงค์ของกิจกรรมทางการตลาด คือ การพยายามกระตุ้นให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของกิจการแทนที่จะไปเลือกซื้อจากคู่แข่ง ความสำเร็จของการตลาดจะเกิดได้ก็โดยการวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคและการระมัดระวังในการแบ่งส่วนตลาดให้ถูกต้อง

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย 2 ประการใหญ่ ๆ ของสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ได้แก่ กลุ่มบุคคลในสังคมและหน่วยธุรกิจ ปฏิกริยาดังกล่าวอาจเกิดขึ้นโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ได้ เกิดโดยตรง ได้แก่ การโฆษณา หรือ เกิดโดยอ้อม ได้แก่ การที่ผู้ร่วมงานของผู้บริโภคแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภค ในทางกลับกัน ผู้บริโภคเองก็มีอิทธิพลต่อกลุ่มสังคมและหน่วยธุรกิจ เช่น การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าน้อยเกินไป หน่วยธุรกิจจำเป็นต้องปรับปรุงสินค้าและบริการเสียใหม่ นอกจากนี้สภาพการแข่งขันก็มีอิทธิพลทำให้หน่วยธุรกิจมีอิทธิพลระหว่างกันเองด้วย

ในฐานะผู้ซื้อ อาจกล่าวได้ว่า เป้าหมายของการซื้อสินค้าของผู้บริโภคก็คือการได้รับความพอใจในสินค้าที่ซื้อมา ผู้บริโภคจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบการตัดสินใจให้ได้ว่าจะซื้อดีไหม ถ้าซื้อจะซื้ออะไร ซื้อเมื่อไหร่ ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร เป็นต้น ผู้บริโภคอาจรู้โดยสัญชาตญาณว่าเขาต้องการสินค้านั้นหรือไม่ ในกรณีนี้ไม่จำเป็นต้องมีกิจกรรมทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง หรือในอีกแง่หนึ่ง การตัดสินใจที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคเข้าตลาดแล้ว การตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าดีไหม ขึ้นกับการเสาะหาข้อมูลและการประเมินสินค้าในตลาดนั้น

แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ฟิลลิป คอตเลอร์ (2545 : 109 – 108) ได้กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมการณ์การซื้อไว้ดังนี้ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (buyer decision process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การตระหนักถึงความต้องการ การเสาะหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งการเลือกสถานที่เรียนพิเศษจะเกี่ยวข้องกับการเสาะหาข้อมูล คือ การเสาะหาข้อมูล ผู้บริโภคที่ได้รับการกระตุ้นอาจจะเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ก็ได้ ถ้าแรงขับของผู้บริโภคมีมากและมีสินค้าที่เป็นที่พึงพอใจอยู่ใกล้มือ ผู้บริโภคมักจะซื้อทันที ไม่เช่นนั้น ผู้บริโภคเกิดความต้องการไว้ในความทรงจำหรือเสาะหาข้อมูล (information search) ที่สอดคล้องกับความต้องการนั้น ในขั้นนี้ ผู้บริโภคอาจให้ความสนใจกับข้อมูลมากขึ้นเท่าที่หาข้อมูลได้หรืออาจจะเสาะหาข้อมูลอย่างกระตือรือร้น ผู้บริโภคสามารถรับข้อมูลได้จากหลายแหล่ง ทั้งแหล่งบุคคล (personal sources) เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนคุ้นเคย แหล่งพาณิชย์ (commercial sources) เช่น การโฆษณา พนักงานขาย ผู้จัดการจำหน่าย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และจากประสบการณ์ เช่น การควบคุม การตรวจสอบ การใช้สินค้า อิทธิพลของแหล่งข้อมูลเหล่านี้แตกต่างกันตามผลิตภัณฑ์และผู้ซื้อ โดยทั่วไป ผู้บริโภครับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากแหล่งพาณิชย์มากที่สุด ซึ่งเป็นข้อมูลที่นักการตลาดสามารถควบคุมได้ อย่างไรก็ตาม แหล่งข้อมูลที่มีประสิทธิผลมากที่สุด คือ แหล่ง บุคคล โดยปกติแหล่งพาณิชย์จะแจ้งข่าวสารแก่ผู้ซื้อ แต่แหล่งบุคคลจะช่วยประเมินผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ซื้อ เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลเพิ่มเติม การรับรู้หรือความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับตราและลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายจะเพิ่มขึ้น ในการเสาะหาข้อมูลจะทำให้เรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายหลายตรา ข้อมูลยังช่วยในการเลือกตราผลิตภัณฑ์ กิจกรรมต้องออกแบบส่วนประสมการตลาดที่ทำให้ลูกค้าคาดหวังรู้จักตราและมีความรู้เกี่ยวกับ

ตราผลิตภัณฑ์ ซึ่งการระบุถึงแหล่งข้อมูลและความสำคัญของแต่ละแหล่งข้อมูลเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างรอบคอบ นักการตลาดควรสอบถามผู้บริโภคถึงแหล่งข้อมูลแรกที่ผู้บริโภคได้ยินเกี่ยวกับตราข้อมูลใดบ้างที่ได้รับและผู้บริโภคให้ความสำคัญกับแหล่งต่าง ๆ ในด้านใดบ้าง

การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค เป็นเรื่องที่สำคัญมากเพราะยอดขายของกิจการเกิดจากลูกค้า 2 กลุ่ม คือ ลูกค้าใหม่ และลูกค้าปัจจุบัน โดยปกติแล้วต้นทุนในการดึงลูกค้าใหม่จะสูงกว่าการรักษาลูกค้าปัจจุบัน และวิธีที่ดีที่สุดในการรักษาลูกค้าปัจจุบันคือ การรักษาความพึงพอใจของลูกค้าไว้ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าให้ยาวนาน เพื่อรักษาและเพิ่มพูนลูกค้ารวมถึงการเก็บเกี่ยวผลตอบแทนจากลูกค้าตลอดชีวิต ลูกค้าที่รู้สึกพึงพอใจจะซื้อสินค้าซ้ำ กล่าวถึงสินค้าในทางที่ดีให้เกิดความสนใจกับตราและโฆษณา รวมทั้งซื้อผลิตภัณฑ์อื่นจากกิจการของคุณแข่งน้อยกว่า นักการตลาดหลายคนสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ลูกค้าที่รู้สึกประทับใจมักจะซื้อซ้ำมากขึ้นและกล่าวถึงสินค้าและกิจการในทางที่ดี

กล่าวโดยสรุป การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี คือ การตัดสินใจซื้อในความหมายทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อดังกล่าวก็ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางด้านการตลาด ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งในการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบถึงสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมการซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความชัดเจนในการศึกษาและในการศึกษาคั้งนี้ จะมุ่งศึกษาปัจจัยสำคัญ ๆ ที่มีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนส่วนใหญ่

1.2 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

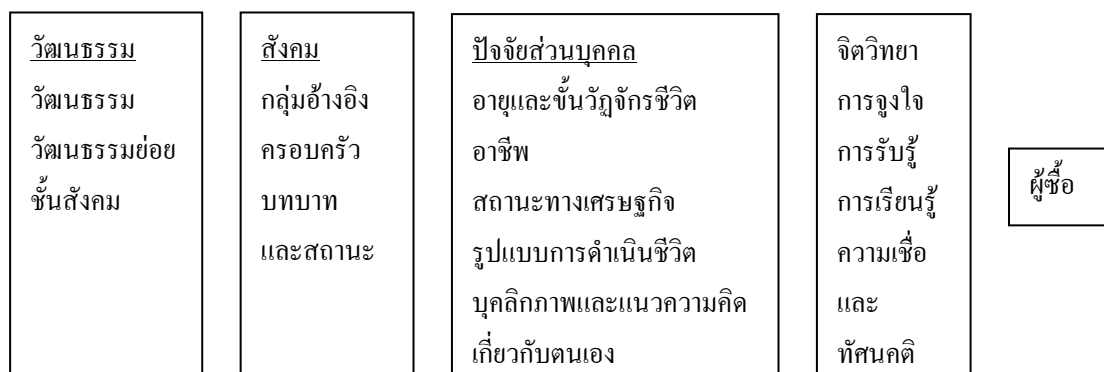
ธงชัย สันติวงษ์ (2538 : 108 – 110) ได้กล่าวถึงคำถามสำคัญของนักการตลาด คือ ผู้บริโภคตอบสนองต่อความพยายามทางการตลาดต่าง ๆ ที่กิจการอาจจะใช้อย่างไร กิจการสามารถเข้าใจถึงวิธีการตอบสนองของพฤติกรรมผู้ซื้อ (stimulus-response model of buyer behavior) โดยเกิดจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ซึ่งเรียกว่า กล้องดำของผู้บริโภค นักการตลาดจะต้องค้นหาหรือคาดเดาให้ได้ว่ามีอะไรซ่อนอยู่ในกล้องดำ

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด หรือ 4Ps สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ จะรวมถึงเหตุการณ์หรือสิ่งกีดขวางในสภาพแวดล้อมของผู้ซื้อ เช่น เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม ปัจจัยนำเข้าเหล่านี้จะนำเข้าสู่กล้องดำ เพื่อจะแลกเปลี่ยนเป็นการตอบสนองของผู้ซื้อโดยเห็นได้จาก การเลือก

ผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ ผู้จัดจำหน่าย เวลาในการซื้อ และจำนวนการซื้อ ภาพต่อไปนี้แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค



ต่อไปนี้เป็นลักษณะเฉพาะที่กระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค อันได้แก่ ลักษณะทางวัฒนธรรม สังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และลักษณะทางจิตวิทยาจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการซื้อของผู้บริโภค นักการตลาดไม่สามารถควบคุมปัจจัยเหล่านั้นได้ แต่ต้องให้ความสนใจ ปัจจัยดังกล่าว ดังแสดงในภาพ



1.3 แนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ฟิลลิป คอตเลอร์ (2545 : 101 – 103) ได้อธิบายถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อดังนี้

ปัจจัยทางสังคม

กลุ่ม

กลุ่ม หมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มี ปฏิสัมพันธ์กันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแต่ละคนหรือเป้าหมายร่วม พฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม กลุ่มที่มีอิทธิพลโดยตรงและมีอิทธิพลต่อคนที่อยู่ในกลุ่มที่เรียกว่า กลุ่มสมาชิก ในทางตรงข้าม กลุ่มอ้างอิงที่เป็นกลุ่มที่ใช้เปรียบเทียบทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือใช้อ้างอิงเพื่อสร้างทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคลมักจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงที่ตนไม่ได้อยู่ในกลุ่ม เช่น กลุ่มของผู้ฝันใฝ่ คือ กลุ่มที่ปรารถนาจะเข้าเป็นสมาชิก นักการตลาดพยายามที่จะกำหนดกลุ่มอ้างอิงของตลาดเป้าหมายของตนออกมาให้ได้ กลุ่มอ้างอิงจะแสดงให้เห็นพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ ๆ มีอิทธิพลต่อทัศนคติและแนวคิดของบุคคล และสร้างความกดดันทำให้เกิดการทำตามซึ่งจะกระทบต่อการเลือกผลิตภัณฑ์และตราของบุคคล

ความสำคัญของกลุ่มมีอิทธิพลแตกต่างกันไปตามผลิตภัณฑ์และตรา ความสำคัญของกลุ่มมีแนวโน้มที่จะมีอิทธิพลมากเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นสามารถสังเกตเห็นได้โดยผู้อื่นที่ผู้ซื้อให้การยกย่องยอมรับ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ด้อยอาศัยอิทธิพลกลุ่มอย่างมากต้องนึกถึงวิธีที่จะเข้าถึง **ผู้นำทางความคิด** ซึ่งเป็นบุคคลในกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อความคิดของบุคคลอื่นเนื่องจากเป็นผู้มีความสามารถ มีความรู้ มีบุคลิกภาพ หรือมีคุณลักษณะพิเศษอื่น ๆ

ครอบครัว

สมาชิกในครอบครัว จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อ ครอบครัวเป็นองค์การซื้อของผู้บริโภคที่มีความสำคัญมากที่สุด在社会 และมีการทำวิจัยเกี่ยวกับครอบครัวอย่างแพร่หลาย นักการตลาดสนใจในบทบาทและอิทธิพลของสามี ภรรยา และบุตรต่อการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ

บทบาทและสถานะ

แต่ละคนอาจจะอยู่ในหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว ชมรม องค์การต่าง ๆ ตำแหน่งของบุคคลในแต่ละกลุ่มสามารถกำหนดได้ในรูปของบทบาทและสถานะ แต่ละบทบาทจะปฏิบัติตามสถานะซึ่งสะท้อนถึงการให้การยอมรับจากสังคม บุคคลมักจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงสถานะในสังคม

ผู้วิจัยเห็นว่า ปัจจัยทางสังคม เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัวหรือตัวผู้ปกครอง ครู เป็นปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนเช่นกัน จึงได้วิเคราะห์และนำไปพิจารณาในการวิจัยครั้งนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

การตัดสินใจของผู้ซื้อยังได้รับอิทธิพลจากลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล เช่น อายุและชั้นวัยจักรชีวิต อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมถึงบุคลิกภาพและแนวคิดส่วนตัวของผู้ซื้อ

อายุและชั้นวัยจักรชีวิต

บุคคลมีการเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือบริการที่ซื้อไปตลอดชั่วชีวิต รสนิยมที่มีต่ออาหาร เสื้อผ้า เพอร์เนเจอร์ และการพักผ่อน มักจะเกี่ยวข้องกับอายุ การซื้อยังสอดคล้องกับชั้นวัยจักรชีวิต ครอบครัว ซึ่งเป็นลำดับขั้นของครอบครัวที่สมบูรณ์ที่จะมีขึ้นตลอดเวลา

อาชีพ

อาชีพของบุคคลจะส่งผลต่อสินค้าและบริการที่ซื้อ ผู้ทำงานนอกบ้าน มีแนวโน้มที่จะซื้อเสื้อผ้าทำงานที่หนาหนานมากกว่า ในขณะที่ผู้ที่ทำงานในสำนักงานจะซื้อเสื้อผ้าที่เป็นชุดสูทมากกว่า นักการตลาดพยายามที่จะกำหนดกลุ่มอาชีพที่สนใจในสินค้าและบริการมากกว่ากลุ่มอื่นให้ได้ กิจกรรมอาจจะเป็นผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใดอาชีพหนึ่ง ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตโปรแกรมสำเร็จรูปจึงออกแบบโปรแกรมที่แตกต่างกันสำหรับผู้จัดการตราผลิตภัณฑ์ นักบัญชี วิศวกร นักกฎหมาย และแพทย์

สถานะทางเศรษฐกิจ

สถานะทางเศรษฐกิจของบุคคลจะส่งผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์

สถานะทางเศรษฐกิจก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่มีส่วนทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนพิเศษและกวดวิชา

รูปแบบการดำเนินชีวิต

บุคคลที่มาจากวัฒนธรรมย่อยชั้นสังคมและอาชีพเดียวกันอาจจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ แบบแผนการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงในรูปของลักษณะจิตนิสัย รูปแบบการดำเนินชีวิตจะวัดจาก กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่เรียกว่า AIO กิจกรรม ได้แก่ การทำงาน งานอดิเรก การจับจ่าย กีฬาที่เล่น เหตุการณ์ทางสังคม ความสนใจ

ได้แก่ อาหาร แฟชั่น ครอบครัว การพักผ่อน และความคิดเห็น ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง หัวข้อทางสังคม ธุรกิจ สินค้า รูปแบบการดำเนินชีวิตบางอย่างน่าจับตามองมากกว่าชั้นสังคมหรือบุคลิกภาพ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงรูปแบบการปฏิบัติหรือปฏิกิริยาต่อกัน

บุคลิกภาพและแนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง

บุคลิกภาพที่แตกต่างของแต่ละบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่ซื้อของบุคคล บุคลิกภาพหมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นอย่างมั่นคงและถาวร บุคลิกภาพโดยปกติจะอธิบายในรูปของอุปนิสัย เช่น ความมั่นใจในตนเอง ความมีอำนาจ การชอบเข้าสังคม รักอิสระ ความก้าวร้าว บุคลิกภาพมีประโยชน์อย่างมากต่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกผลิตภัณฑ์หรือตราผลิตภัณฑ์

นักการตลาดใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ คือ แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง หรือที่เรียกว่า ภาพพจน์ของตนเอง แนวคิดเกี่ยวกับตนเองทำให้สามารถสรุปความคิดของบุคคลและสะท้อนถึง “ลักษณะที่ตัวเองมี” ดังนั้น การที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค นักการตลาดต้องเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองและความคิดของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก เช่น คนบางคนจะซื้อหนังสือเพื่อสร้างภาพพจน์ให้ตนเอง

เนื่องจากนักเรียนมัธยมปลาย กล้าที่จะตัดสินใจเองแล้วในบางเรื่องตามวัยและจะมีภาพลักษณ์ของตนเอง ดังนั้น การเลือกสถานที่เรียนพิเศษ จึงขึ้นอยู่กับตัวเองเป็นส่วนใหญ่ โดยอาจมีมุมมองว่าการได้เรียนพิเศษทำให้ตัวเองมีคุณค่า เป็นผู้เฝ้าหาความรู้และรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งการตัดสินใจอาจได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากกลุ่มเพื่อน ผู้ปกครอง ครู สถาบันกวดวิชา ใบบลิว หรือโฆษณาต่าง ๆ

ปัจจัยทางจิตวิทยา

การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลทางจิตวิทยาที่สำคัญ 4 ปัจจัย ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้และความเชื่อและทัศนคติ

การจูงใจ

ทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์

ฟรอยด์ตั้งสมมติฐานว่า บุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอน หรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์

อับราฮัม มาสโลว์ ค้นหาวิธีอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเอง แต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้นเพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบคือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงลำดับตามความสำคัญ คือ ความต้องการทางกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยกย่อง และความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ

บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นจะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป

ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจเรียนพิเศษเพื่อกววิชาต่าง ๆ ของนักเรียนระดับมัธยมปลาย ผลสำเร็จที่ได้รับ เช่น ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สอบผ่านในแต่ละวิชา และผ่านการสอบคัดเลือกเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยเพื่อก้าวสู่สาขาอาชีพที่ตนใฝ่ฝัน จึงเป็นแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนพิเศษของนักเรียนระดับมัธยมปลายเป็นอย่างมาก

การรับรู้

บุคคลที่ได้รับสิ่งกระตุ้นจะอยู่ในสภาพที่พร้อมจะกระทำ การกระทำของบุคคลได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ของบุคคลต่อสถานการณ์นั้นอย่างไร บุคคลเรียนรู้โดยการส่งข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า อันได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส อย่างไรก็ตาม แต่ละคนได้รับ จัดการ และแปลความรู้สึกเหล่านี้ด้วยวิธีของแต่ละคน การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกรับรู้ และตีความหมายข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้เกิดเป็นความเข้าใจ

การเรียนรู้

เมื่อบุคคลกระทำสิ่งใด พวกเขาเกิดการเรียนรู้ การเรียนรู้ แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละคน นักทฤษฎีการเรียนรู้กล่าวว่า พฤติกรรมมนุษย์โดยมากเกิดจากการเรียนรู้ การเรียนรู้เกิดจากปฏิกริยาระหว่างแรงขับ ตัวกระตุ้น ตัวนำ การตอบสนอง และการเสริมแรง

ความเชื่อและทัศนคติ

บุคคลเกิดความเชื่อและทัศนคติโดยผ่านการกระทำและการเรียนรู้ ซึ่งความเชื่อและการเรียนรู้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ความเชื่อ เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับ

สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติ คือ การประเมิน ความรู้สึกและความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดหรือความคิดได้อย่างเหนียวแน่น

ทศนคติ เป็นการกำหนดความคิดว่าจะชอบหรือไม่ชอบสิ่งใด หรือความคิดที่จะเข้าหาหรือถอยห่างจากสิ่งนั้น ทศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก ทศนคติของบุคคลจะมีรูปแบบแน่นอน และการเปลี่ยนแปลงทศนคติหนึ่งจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนสิ่งอื่นที่ทำได้ค่อนข้างยาก ดังนั้น กิจการควรทำผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับทศนคติที่มีอยู่ดีกว่าที่จะพยายามเปลี่ยนแปลงทศนคติ เพราะการเปลี่ยนแปลงทศนคติจำเป็นต้องใช้เงินเป็นจำนวนมาก

ความเชื่อและทศนคติในการประสบความสำเร็จในการทำงานโดยมีพื้นฐานมาจากการศึกษาในมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงในสังคมไทย ซึ่งมีความเชื่อและทศนคติที่ดีต่อการศึกษาในระดับสูง ความเชื่อที่ว่า การศึกษาสามารถช่วยยกระดับฐานะทางสังคม และทำให้คนประสบความสำเร็จในชีวิต การงาน ได้เป็นเจ้าของคนรวยคน ยังมีอยู่อีกมาก ดังนั้น นักเรียนมัธยมปลายส่วนใหญ่ โดยเฉพาะนักเรียนที่ใฝ่เรียน มีผลการเรียนดีจึงต้องชวนชววยเรียนเพิ่มเติม เพื่อให้เป็นคนเก่งในสนามสอบแข่งขันระดับห้องเรียน ระดับโรงเรียน และระดับประเทศอย่างการสอบเอ็นทรานซ์

1.4 ปัจจัยกระตุ้นทางการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542 : 121 – 130) กล่าวอ้างว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของการตลาด คือ สร้างการแลกเปลี่ยนให้เกิดขึ้นโดยมีกำไร กิจกรรมทางการตลาดจึงมีอิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค องค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาดแต่ละอย่าง ผลิตภัณฑ์ การวางราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ต่างก็กระทบต่อกระบวนการซื้อในขั้นตอนต่าง ๆ ด้วย

- ผลิตภัณฑ์

ลักษณะบางประการของกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ รูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค

- ราคา

กลยุทธ์ทางด้านราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อก็ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อย ลดต้นทุนการซื้อ หรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่น ๆ

- ช่องทางการจำหน่าย

กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการ “พบ” ผลิตภัณฑ์ เน้นนอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้านเสริมสวยชั้นดีในห้างสรรพสินค้าทำให้สินค้านั้นมีชื่อเสียงมากกว่านำไปใช้บน “ชั้นวางของ” ในซูเปอร์มาร์เก็ต

- การส่งเสริมตลาด

กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ชาวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจ “เตือนใจ” ให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหาสินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้และมันสามารถส่งมอบคุณค่าให้ได้มากกว่าสินค้าของคู่แข่งเมื่อได้ข่าวสารหลังการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจของลูกค้านั้นถูกต้อง

ส่วนประสมทางการตลาด

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยใช้สิ่งจูงใจทางการตลาดมาใช้ซึ่งประยุกต์จากส่วนประสมทางการตลาด ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (อ้างอิงใน ฉัตรชัย เศรษฐพิยานนท์ 2544 : 11 -) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด คือ กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย หรือการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยเป้าหมาย หรือการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเราวมเรียกว่า 4P's ในการใช้ปัจจัยทางการตลาดมีขั้นตอนดังนี้

1. บริษัทจะเสนอผลิตภัณฑ์ซึ่งถือว่าเป็นส่วนประสมการตลาดส่วนแรกที่เกิดขึ้นก่อนผลิตภัณฑ์ที่เสนอแก่ตลาดต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าบริษัท
2. บริษัทจะกำหนดราคาสินค้านั้น
3. ผลิตภัณฑ์จะสามารถเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคต้องอาศัยกิจกรรมทางการตลาด และต้องอาศัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
4. ส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ส่วนจะต้องนำมาใช้ร่วมกัน แม้ว่าจุดเริ่มต้นของความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดอยู่ที่ผลิตภัณฑ์ แต่อย่างไรก็ตามแม้ผลิตภัณฑ์จะดีเพียงใดก็ตาม ถ้าการใช้ส่วนประสมการตลาดส่วนอื่นไม่เหมาะสมก็จะเป็นไปไม่ได้ตาม การใช้ส่วนประสมการตลาดส่วนอื่นไม่เหมาะสมก็จะไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดของบริษัทได้ แสดงให้เห็นว่าส่วนประสมการตลาด

ทั้ง 4 ส่วนมีความสำคัญ มีความเกี่ยวข้องกันและต้องใช้ร่วมกันในอันที่จะสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ

รายละเอียดของปัจจัยทางการตลาดหรือ 4P's มีดังต่อไปนี้

1. สินค้า สินค้าจำแนกออกเป็น สินค้าบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 สินค้าบริโภค เป็นสินค้าที่ผู้ซื้อ ซื้อไปเพื่อใช้สอยส่วนบุคคล ซึ่งถือว่าเป็นการบริโภคขั้นสุดท้าย ไม่ใช้การซื้อเพื่อนำไปผลิตต่อ จำแนกได้ตามพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้ ดังนี้

1.1.1 สินค้าสะดวกซื้อ ประกอบด้วย

- สินค้าหลัก เป็นสินค้าสะดวกซื้อที่ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อโดยขึ้นอยู่กับราคาต่ำสุดของสินค้า เช่น รองเท้า ถุงเท้านักเรียน
- สินค้าเลือกซื้อที่ต่างกัน หมายถึง สินค้าเลือกซื้อที่ผู้ซื้อเห็นว่ามีลักษณะต่างกัน จึงมีการเปรียบเทียบลักษณะต่าง ๆ

1.1.2 สินค้าเจาะจงซื้อ เป็นสินค้าที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่ลูกค้ามีความพยายามในการที่จะได้มาซึ่งสินค้า มีความซื่อสัตย์ต่อตราี่ห้อสินค้า การตัดสินใจซื้อจะไม่ขึ้นอยู่กับราคา แต่จะขึ้นอยู่กับความภาคภูมิใจ ชื่อเสียง และคุณภาพของสินค้า

1.1.3 สินค้าไม่แสวงซื้อ เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคไม่คิดจะซื้ออาจเนื่องจากไม่รู้จักรู้จักหรือรู้จักแต่คิดว่าสินค้านั้นคงไม่ดีหรือไม่มีความจำเป็น

1.2 สินค้าอุตสาหกรรม หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อ ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการหรือการดำเนินการสามารถจัดประเภทได้ดังต่อไปนี้

1.2.1 วัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบ เป็นปัจจัยการผลิตที่เป็นส่วนหนึ่งของตัวสินค้า ประกอบด้วย

- วัตถุดิบ มี 2 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม เกิดจากการทำการเกษตร และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ
- ชิ้นส่วนประกอบ ได้แก่ วัตถุดิบประกอบ ได้แก่ เหล็ก ซีเมนต์ ลวด และชิ้นส่วนประกอบอื่น ๆ

1.2.2 สินค้าประเภททุน เป็นสินค้าต้องใช้ในระบบวนการผลิตอายุใช้งานนาน ราคาค่อนข้างแพง ประกอบด้วย

- สิ่งติดตั้ง จำเป็นต่อการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ได้แก่ สิ่งปลูกสร้าง อาคาร อุปกรณ์ถาวร
 - อุปกรณ์ประกอบ เป็นสินค้าอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานการผลิต ประกอบด้วย เครื่องมือเครื่องใช้ในโรงงาน
- 1.2.3 วัสดุสิ้นเปลืองและบริการ เป็นสินค้าที่ช่วยในการดำเนินการผลิตแบ่งเป็น
- วัสดุสิ้นเปลือง มีอายุการใช้งานสั้น ใช้แล้วหมดไป ได้แก่ วัสดุบำรุงรักษา วัสดุซ่อมแซม วัสดุในการดำเนินงาน
 - บริการ เป็นงานที่จัดทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินงานผลิต แบ่งเป็น บริการบำรุงรักษา

2. ราคา

ราคาเป็นปัจจัยการตลาดส่วนที่สอง หมายถึง สิ่งกำหนดมูลค่าของสินค้าและบริการ ในรูปของเงินตรา เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ เพราะราคาสินค้าชนิดหนึ่งเมื่อคูณกับ ปริมาณขายของสินค้าชนิดนั้น จะทำให้เกิดรายได้จากการขายและนำไปสู่การสร้างกำไร ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 ราคาสินค้าในรายการ
- 2.2 ส่วนลด
- 2.3 ระยะเวลาการชำระเงิน
- 2.4 นโยบายและกลยุทธ์ราคา

3. การจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายเป็นการกระจายและหมุนเวียนสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยผ่านตัวกลางทางการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจ ซึ่งกลุ่มของคนกลางทางการตลาด เรียกว่า ช่องทางการตลาด หรือช่องทางการจำหน่าย ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 ช่องทาง
- 3.2 ความครอบคลุม
- 3.3 ท่าเลที่ตั้ง
- 3.4 สินค้าคงคลัง
- 3.5 การขนส่ง
- 3.6 การคลังสินค้า

4. การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือใช้ติดต่อสื่อสารเพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังลูกค้าเป้าหมาย และการส่งเสริมการขายเพื่อก่อให้เกิดการขายในแนวทางที่องค์การตั้งวัตถุประสงค์ไว้ เครื่องมือของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

4.1 การโฆษณา เป็นกิจกรรมสื่อสารใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอ ส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า บริการ โดยผ่านสื่อที่มีชีวิตบุคคลและมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวข้องด้วยการโฆษณาเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ สื่อที่ใช้ในการโฆษณานี้เป็นสื่อมวลชน

4.2 การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อเร็วขึ้น เพื่อให้ขายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

4.2.1 การส่งเสริมผู้บริโภค เช่น การแจกตัวอย่างสินค้า บัตรลดราคา การให้รางวัล

4.2.2 การส่งเสริมคนกลาง ได้แก่ ให้ส่วนลด การค้าให้ส่วนลดสินค้า จัดโฆษณา ให้สนับสนุน

4.2.3 การส่งเสริมพนักงาน เป็นกลยุทธ์การขายเพื่อช่วยให้ถึงลูกค้าเป้าหมาย โดยส่งเสริมผ่านพนักงานขายเพื่อให้พนักงานขายหาวิธีที่จะเข้าถึงลูกค้า

4.3 การขายโดยพนักงานขาย เป็นกลยุทธ์การขายเพื่อช่วยให้ถึงลูกค้าเป้าหมายโดยตรง โดยพนักงานขายจะเข้าถึงตัวแบบเผชิญหน้า

4.4 การประชาสัมพันธ์ เป็นการกระตุ้นให้เกิดการเสนอซื้อผลิตภัณฑ์โดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ โดยบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์สร้างให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่สนใจและยอมรับของคนในสังคม ซึ่งหน่วยงานราชการและสื่อมวลชนจะเป็นผู้ให้ข่าวดังกล่าวแก่ประชาชน เพราะถือว่าเป็นหน้าที่ที่จะให้ข้อมูลธุรกิจแก่ประชาชนที่สนใจ

รศ. พิบูล ทีปะपाल (2545 : 150 – 151) ได้กล่าวถึงการตลาดแนวใหม่ไว้ดังนี้

เนื่องจากการปฏิบัติการทางการตลาดสมัยใหม่ มุ่งเน้นที่ผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น นักการตลาดปัจจุบันจึงได้ให้ความสนใจและศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น เพราะการเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ถูกต้อง จะทำให้นักการตลาดสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่าคู่แข่ง ซึ่งจะนำความได้เปรียบมาสู่บริษัท

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เช่น อัตราค่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่น ความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนและสถาบันกวดวิชา การประชาสัมพันธ์เข้าถึงผู้เรียนและผู้ปกครอง การจัดรูปแบบ

โปรแกรมการเรียน การจัดสถานที่ ทำเลที่ตั้ง การลดราคาค่าเรียน ก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนพิเศษของนักเรียนระดับมัธยมปลาย

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (มติชนรายวัย 20 ก.ย. 2546 : 21) ได้ศึกษาและเก็บข้อมูลด้านรายได้ของธุรกิจกวดวิชาโดยเก็บข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมปลาย นิสิตนักศึกษาปีที่ 1 ผู้บริหารโรงเรียนในสังกัดกรมสามัญศึกษา (เดิม) ครู ผู้ปกครอง และตัวแทนโรงเรียนกวดวิชาว่า 3,300 คน ใน 4 จังหวัดใหญ่ คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา โดยพบว่านักเรียนประมาณร้อยละ 30 กวดวิชา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเด็กที่เรียนแผนวิทย์ คณิต มีผลการเรียนดีและเรียนโรงเรียนที่อยู่ในเขตเมือง โดยกลุ่มของเด็กที่กวดวิชานั้น พ่อแม่มักมีอาชีพค้าขายหรือมีธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด ส่วนกลุ่มที่ไม่กวดวิชามากที่สุดก็คือกลุ่มเด็กที่พ่อแม่มีอาชีพเกษตรกรรมหรือประมง ส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการกวดวิชา พบว่าโรงเรียนกวดวิชาจะคิดค่าเรียนคอร์สละประมาณ 1,800 บาท และ 1,400 บาท ในกรณีที่เรียนจากที่อื่นที่ไม่ใช่โรงเรียนกวดวิชา และจากการประมาณการ นักเรียนชั้นมัธยมปลายประมาณร้อยละ 30 เรียนจากโรงเรียนกวดวิชา 3 วิชา และเรียนจากที่อื่นอีก 1 วิชา ทำให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมที่เกิดขึ้นปีละประมาณ 3,318,050,000 บาท ซึ่งนายไพฑูรย์มีความเห็นตรงกับบรรดาเจ้าของโรงเรียนกวดวิชาว่าธุรกิจนี้ไม่มีลดแน่นอนแต่รูปแบบจะหลากหลายขึ้น

ทวีศักดิ์ เบ้าหล่อเพชร (2541 : คัดย่อ) ศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกเรียนอาชีวศึกษาในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา จังหวัดอุดรธานี พบว่า องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกเรียนอาชีวศึกษาในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา จังหวัดอุดรธานี อยู่ในระดับมาก คือ ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า ด้านเกียรติยศและชื่อเสียง ด้านความสนใจและเหตุผลส่วนตัว ด้านคุณภาพของโรงเรียนและด้านรายได้และอาชีพตามลำดับ และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง และด้านจำเป็น ส่วนการวิเคราะห์องค์ประกอบและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกเรียนอาชีวศึกษาของนักเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา จังหวัดอุดรธานี พบว่า ความจำเป็นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสถานศึกษาและประเภทวิชาที่เลือกเรียน คุณภาพของสถานศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสถานศึกษาที่เลือกเรียน บุคคลที่เกี่ยวข้องและคุณภาพของสถานศึกษามีความสัมพันธ์เชิงลบกับประเภทวิชาที่เลือกเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกเรียนประเภทวิชาพาณิชยกรรมและช่างอุตสาหกรรม ในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา จังหวัดอุดรธานี คือความจำเป็น คุณภาพของโรงเรียน บุคคลที่เกี่ยวข้องและเกียรติยศชื่อเสียงตามลำดับ

องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา จังหวัดอุดรธานี คือ ความจำเป็น
คุณภาพของโรงเรียน บุคคลที่เกี่ยวข้องและความสนใจและเหตุผลส่วนตัว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (population) ประชากร เป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาในชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 4 – 6 ที่กำลังเรียนพิเศษในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี โดยเลือกสุ่มตัวอย่างจากจำนวนนักเรียนที่กำลังเรียนพิเศษจำนวนทั้งสิ้น 450 คน

1.2 ขนาดตัวอย่าง (sample size) ขนาดของตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาจะ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยขนาดของตัวอย่างกำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้จำนวนตัวอย่าง 212 คน ซึ่งคำนวณได้ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$\text{จะได้ } n = \frac{450}{1 + 450 (0.05)^2}$$

$$= 212 \text{ คน}$$

1.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสิ่งตัวอย่างที่พบจนครบตามจำนวนที่ต้องการ คือ 212 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยนั้นจะใช้แบบสอบถาม สำหรับนักเรียนที่กำลังเรียนพิเศษอยู่ในขณะนี้ โดยจะวางแผนคำถามตามประเด็นในกรอบแนวคิดของการวิจัย ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลที่เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ

2.1 องค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.2 สถานที่เรียนพิเศษ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ วิชาที่เรียน ระยะเวลาเรียน อัตราค่าเรียน และวันเวลาที่เรียน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับข้อมูลปฐมภูมิได้จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามขึ้นโดยได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบกับนักเรียนที่เรียนพิเศษตามสถานที่เรียนพิเศษ เอกชน นำมาหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ได้ค่าความเชื่อมั่น 95 %
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว จะนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัส แล้วนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science for Windows) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ ค่าความถี่และค่าร้อยละ และนำเสนอผลในรูปแบบตาราง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ผู้ศึกษาเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ค่าร้อยละขององค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ

ตอนที่ 3 ค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่เรียนพิเศษ วิชาที่เรียน ระยะเวลาเรียน อัตราค่าเรียนและวัน-เวลาเรียน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามได้จากข้อมูลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ดังตารางที่

4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไป	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	1.1 ชาย	103	48.6
	1.2 หญิง	109	51.4
รวม		212	100
2. ช่วงอายุ	2.1 อายุ 15 ปี	27	12.7
	2.2 อายุ 16 ปี	66	31.1
	2.3 อายุ 17 ปี	54	25.5
	2.4 อายุ 18 ปี	63	29.7
	2.5 อายุ 19 ปี	2	0.9
รวม		212	100
3. การศึกษา	3.1 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	59	27.8
	3.2 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5	79	37.3
	3.3 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	74	34.9
รวม		212	100
4. อาชีพบิดา	4.1 รับราชการ	72	34.0
	4.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	6.1
	4.3 พนักงานบริษัทเอกชน	16	7.5
	4.4 เจ้าของกิจการ	39	18.4
	4.5 อื่น ๆ	72	34.0
รวม		212	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพมารดา	5.1 รับราชการ	46	21.7
	5.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	1.4
	5.3 พนักงานบริษัทเอกชน	4	1.9
	5.4 เจ้าของกิจการ	20	9.4
	5.5 แม่บ้าน	88	41.5
	5.6 อื่น ๆ	51	24.1
รวม		212	100
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	6.1 มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท	18	8.5
	6.2 มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท	110	51.9
	6.3 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท	63	29.7
	6.4 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท	21	9.9
รวม		212	100
7. เคยเรียนพิเศษในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 – 3	7.1 ไม่เคยเรียน	141	66.5
	7.2 เคยเรียน	71	33.5
รวม		212	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาย 103 คน หญิง 109 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 และ 51.4 ตามลำดับ มีอายุ 16 ปีมากที่สุดซึ่งใกล้เคียงกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ 29.7 ตามลำดับ และส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โดยบิดามีอาชีพรับราชการและอื่น ๆ จำนวนเท่ากันร้อยละ 34.0 มารดาส่วนใหญ่มีอาชีพแม่บ้านร้อยละ 41.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวส่วนใหญ่ คือ 10,001-20,000 บาทและผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนพิเศษในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 คิดเป็นร้อยละ 66.5

ตอนที่ 2 ค่าร้อยละขององค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ ดังตารางที่ 4.2 ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละขององค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ

องค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนสถานที่เรียนพิเศษ	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เหตุผลที่เรียน	1.1 ต้องการสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้	132	62.3
		29	13.7
	1.2 ชอบวิชาที่เรียน	6	2.8
	1.3 มีความถนัดวิชาที่เรียน	5	2.4
	1.4 ต้องการเรียนเหมือนเพื่อน	9	4.2
	1.5 ผู้ปกครองต้องการให้เรียน	29	13.7
	1.6 เรียนไม่ค่อยรู้เรื่องจึงต้องมาเรียนพิเศษ	2	0.9
	รวม	212	100
2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	2.1 ตนเอง	135	63.7
	2.2 ผู้ปกครอง	57	26.9
	2.3 ครูที่สอนในโรงเรียนที่เรียนตามปกติ	11	5.2
	2.4 เพื่อน	9	4.2
	รวม	212	100
3. แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	3.1 ผู้ปกครอง	48	22.7
	3.2 ครูที่สอนในโรงเรียนที่เรียนตามปกติ	42	19.8
	3.3 เพื่อน	81	38.2
	3.4 โฆษณาทางวิทยุ	6	2.8
	3.5 แผ่นป้ายโฆษณา	13	6.1
	3.6 โบปปลิว	18	8.5
	3.7 อื่น ๆ	4	1.9
	รวม	212	100
4. ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ	4.1 ความมีชื่อเสียง	33	15.6
	4.2 การจัดการเรียนการสอนมีคุณภาพ	63	29.7
	4.3 ครูมีชื่อเสียง	90	42.5
	4.4 ค่าเรียนถูกกว่าที่อื่น	25	11.8
	4.5 อื่น ๆ	1	0.5
	รวม	212	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

องค์ประกอบเกี่ยวกับการ ตัดสินใจเลือกสถานที่เรียน พิเศษ	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. คุณสมบัติของครูผู้สอน	5.1 มีความรู้ในเรื่องที่สอน ทราบคุณวุฒิการศึกษา	58	27.4
	5.2 มีเทคนิคในการสอนดี	73	34.4
	5.3 สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี	66	31.1
	5.4 บุคลิกภาพของครู	15	7.1
	รวม	212	100
6. วิธีการส่งเสริมการตลาดที่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	6.1 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงลูกค้า	64	30.2
	6.2 มีการลดราคา	67	31.6
	6.3 รับมีคุณภาพและอภยาศัยดี	68	32.1
	6.4 มีการแถมคอร์สเรียนฟรี	6	2.8
	6.5 อื่น ๆ	7	3.3
รวม	212	100	
7. ลักษณะสำคัญของ สถานที่เรียนพิเศษ	7.1 ความมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก	106	50.0
	7.2 การให้บริการของเจ้าหน้าที่	55	25.9
	7.3 ขนาดของสถานที่	4	1.9
	7.4 ทำเลที่ตั้งหาง่าย	30	14.2
	7.5 ความสะอาดของสถานที่	16	7.5
	7.6 ขนาดของห้องเรียน	1	0.5
รวม	212	100	
8. การจัดการเรียนการสอน	8.1 ช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม	79	37.3
	8.2 มีสื่อต่าง ๆ ในการเรียนการสอน	38	17.9
	8.3 เนื้อหาที่เรียนหรือโปรแกรมการเรียนดี	88	41.5
	8.4 มีหลายวิชาให้เลือกเรียน	6	2.8
	8.5 อื่น ๆ	1	0.4
รวม	212	100	

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

องค์ประกอบเกี่ยวกับการ ตัดสินใจเลือกสถานที่เรียน พิเศษ	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9. ผลที่ได้รับจากการเรียน พิเศษ	9.1 ทำให้เข้าใจดีขึ้นเมื่อไปเรียนในชั้นเรียนปกติ	98	46.2
	9.2 มีผลการเรียนดีขึ้น	53	25.0
	9.3 ผลการเรียนอยู่ในระดับเดิม	58	27.4
	9.4 สอบผ่านในวิชานั้น ๆ	3	1.4
	รวม	212	100
10. ความต้องการเปลี่ยน สถานที่เรียน	10.1 เปลี่ยน	32	15.1
	10.2 ไม่เปลี่ยน	180	84.9
	รวม	212	100

จากตารางที่ 4.2 สามารถสรุปได้ว่า

- สาเหตุที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เรียนพิเศษเพราะส่วนใหญ่ต้องการสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้ จำนวน 132 คน รองลงมาคือ เรียนไม่ค้่อยรู้เรื่องจึงมาเรียนเสริม 29 คน และชอบวิชาที่เรียน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 13.7 และ 13.7 ตามลำดับ
- ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ นักเรียนส่วนใหญ่ตอบว่าตนเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจำนวน 135 คน และรองลงมาคือผู้ปกครอง 57 คน และครูที่สอนในโรงเรียนที่เรียนตามปกติ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 26.9 และ 5.2 ตามลำดับ
- ด้านแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ นักเรียนส่วนใหญ่ตอบว่าเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญมากที่สุดจำนวน 81 คน รองลงมาคือผู้ปกครอง 48 คน ครูที่สอนในโรงเรียนที่เรียนตามปกติ 42 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 22.7 และ 19.8 ตามลำดับ
- การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษส่วนใหญ่เลือกเพราะสถานที่เหล่านั้นมีครูที่มีชื่อเสียง จำนวน 90 คน รองลงมาคือการจัดการเรียนการสอนมีคุณภาพ 63 คน และความมีชื่อเสียงของสถานที่เรียนพิเศษ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 29.7 และ 15.6 ตามลำดับ
- ด้านคุณสมบัติของครูผู้สอนในสถานที่เรียนพิเศษ นักเรียนส่วนใหญ่เลือกเพราะมีเทคนิคในการสอนดีจำนวน 73 คน รองลงมาคือมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้ดี 66 คน และมีความรู้ในเรื่องที่สอน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 31.1 และ 27.4 ตามลำดับ

6. ด้านวิธีการส่งเสริมการตลาด นักเรียนส่วนใหญ่เลือกเพราะพนักงานต้อนรับมีความสุภาพและอัธยาศัยดี จำนวน 68 คน รองลงมาคือมีการลดราคาค่าเรียน 67 คน มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงลูกค้า 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 31.6 และ 30.2 ตามลำดับ

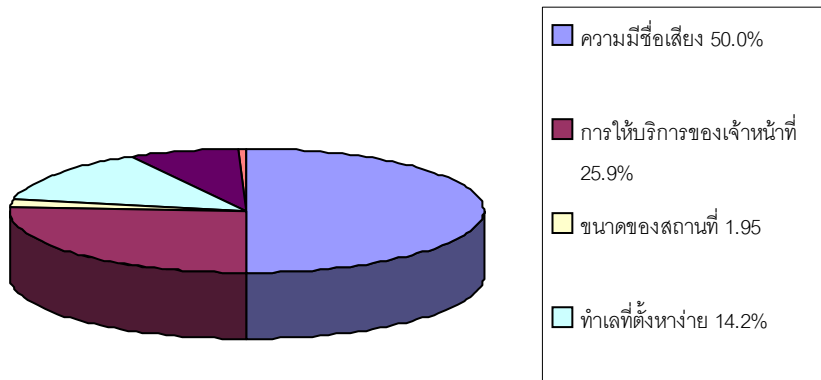
1. ลักษณะสำคัญของสถานที่เรียนพิเศษที่นักเรียนส่วนใหญ่เลือกคือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก จำนวน 106 คน รองลงมาคือทำให้บริการของเจ้าหน้าที่ 55 คน และทำเลที่ตั้งหาง่าย 30 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 25.9 และ 14.2 ตามลำดับ

8. การจัดการเรียนการสอนของสถานที่เรียนพิเศษ พบว่านักเรียนส่วนใหญ่เลือกเพราะเนื้อหาที่เรียนหรือโปรแกรมการเรียนดี จำนวน 88 คน รองลงมาคือมีช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม 79 คน และมีสื่อต่าง ๆ ในการเรียนการสอน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 37.3 และ 17.9 ตามลำดับ

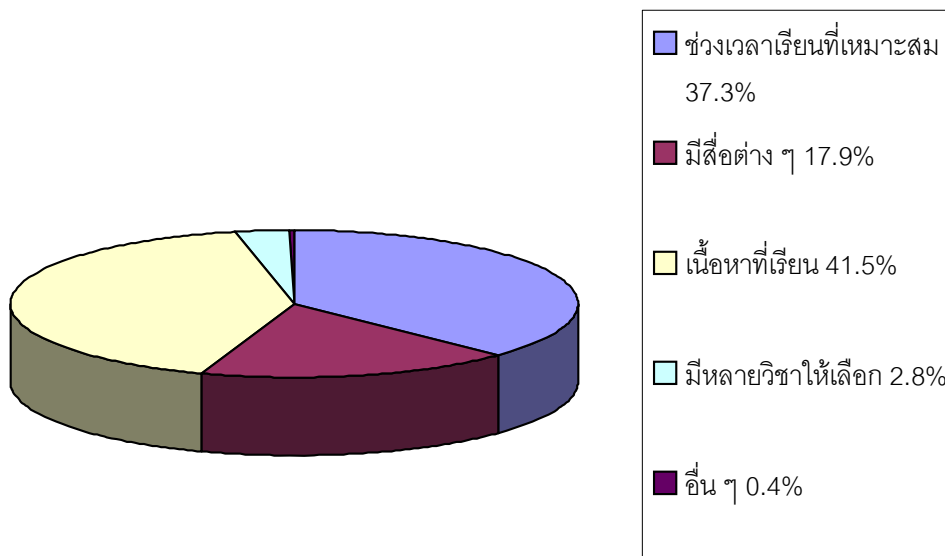
9. ผลที่ได้รับจากการเรียนพิเศษ ส่วนใหญ่เข้าใจดีขึ้นเมื่อไปเรียนในชั้นเรียนปกติ จำนวน 98 คน รองลงมาคือผลการเรียนอยู่ในระดับเดิม 58 คน มีผลการเรียนดีขึ้น 53 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 27.4 และ 25.0 ตามลำดับ

8. ด้านความต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียนพิเศษ นักเรียนส่วนใหญ่จำนวน 180 คน ไม่ต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียนพิเศษ และมีผู้ต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียนพิเศษเพียง 32 คน คิดเป็นร้อยละ 84.9 และ 15.1 ตามลำดับ สาเหตุที่นักเรียนส่วนใหญ่ไม่ต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียนพิเศษเพราะอาจารย์สอนดีแล้ว ไม่อยากเปลี่ยนเพื่อนใหม่ เข้ากับเพื่อนและอาจารย์ได้แล้ว เรียนสถานที่เดิมเข้าใจดีแล้ว สถานที่เดิมดีแล้ว และสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้แล้ว ส่วนสาเหตุที่นักเรียนต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียนพิเศษเพราะต้องการเรียนกับอาจารย์ประจำวิชาที่สอนที่โรงเรียน จะได้เน้นเนื้อหาเป็นรายวิชาไป ต้องการเรียนกับอาจารย์ที่สอนในโรงเรียนเพราะอยู่ใกล้บ้าน ถ้าเปลี่ยนอาจารย์ที่เคยสอนอยู่ก็จะเปลี่ยนสถานที่เรียน อยากเปลี่ยนบรรยากาศ อยากเรียนที่อื่นบ้างจะได้ทราบว่าที่อื่นสอนเป็นอย่างไร และส่วนใหญ่ที่ต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียนไม่ได้ระบุสถานที่ใหม่ที่ต้องการไปเรียนพิเศษ เนื่องจากยังไม่แน่ใจหรือยังไม่ได้ใช้กระบวนการเลือกและตัดสินใจ

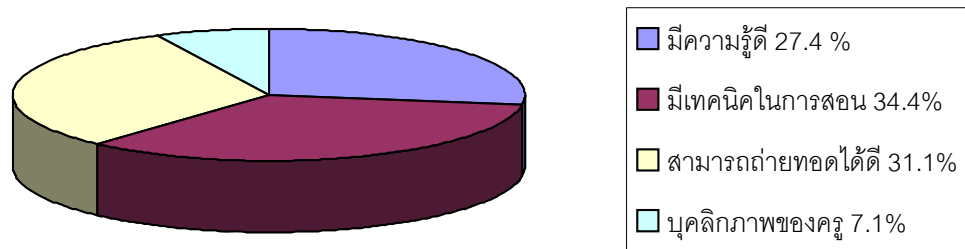
จากข้อมูลข้างต้นสามารถแสดงผลเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



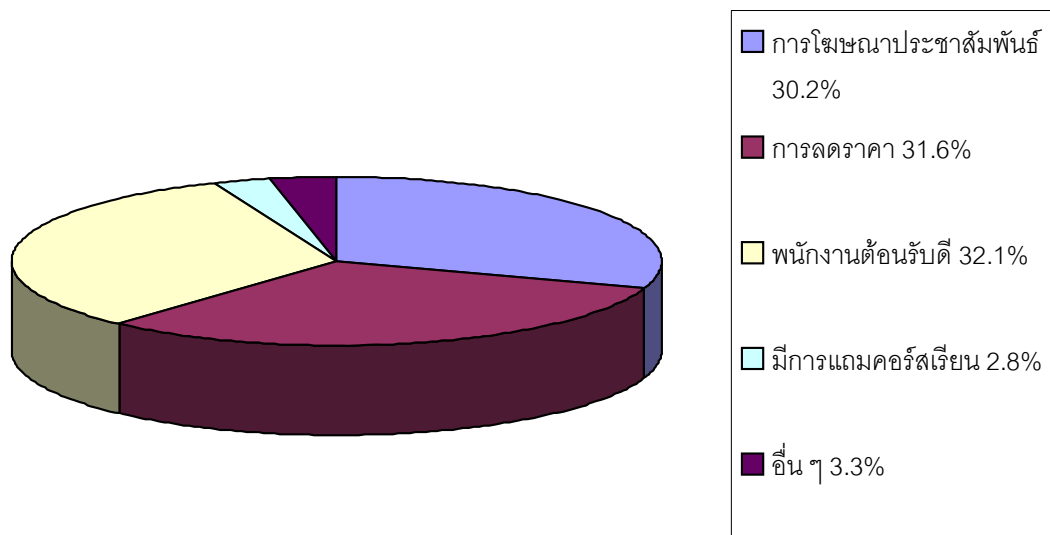
ภาพที่ 4.1 แสดงลักษณะของสถานที่เรียนพิเศษที่นักเรียนตัดสินใจเลือกเรียน



ภาพที่ 4.2 แสดงปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ



ภาพที่ 4.3 แสดงปัจจัยด้านคุณสมบัติของครูผู้สอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ



ภาพที่ 4.4 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ

ตอนที่ 3 ค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่เรียนพิเศษ

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่เรียนพิเศษ ได้แก่ ชื่อสถานที่เรียนพิเศษ วิชาที่เลือกเรียน ระยะเวลาที่เรียน ต่อหลักสูตร อัตราค่าเรียน ระยะเวลาที่เรียน ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามสถานที่เรียนพิเศษ วิชาที่เลือกเรียน ระยะเวลาที่เรียน อัตราค่าเรียนและระยะเวลาที่เรียน

การเลือกเรียนของนักเรียน	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สถานที่เรียนพิเศษ	1.1 โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC)	106	50.0
	1.2 AMP 7200	16	7.5
	1.3 โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์อุดรฯ	35	16.5
	1.4 โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา	46	21.7
	1.5 อุดรภัทรมณัต์	5	2.4
	1.6 อื่น ๆ	4	1.9
	รวม		212
2. วิชาที่เลือกเรียน	2.1 คณิตศาสตร์	98	46.2
	2.2 ฟิสิกส์	67	31.6
	2.3 เคมี	14	6.6
	2.4 ชีวะ	7	3.3
	2.5 อังกฤษ	24	11.3
	2.6 อื่น ๆ	2	0.9
	รวม		212
3. ระยะเวลาที่เรียน	3.1 น้อยกว่า 3 เดือน	55	25.9
	3.2 3 เดือน	20	9.4
	3.3 1 ภาคการศึกษา	137	64.6
	รวม		212

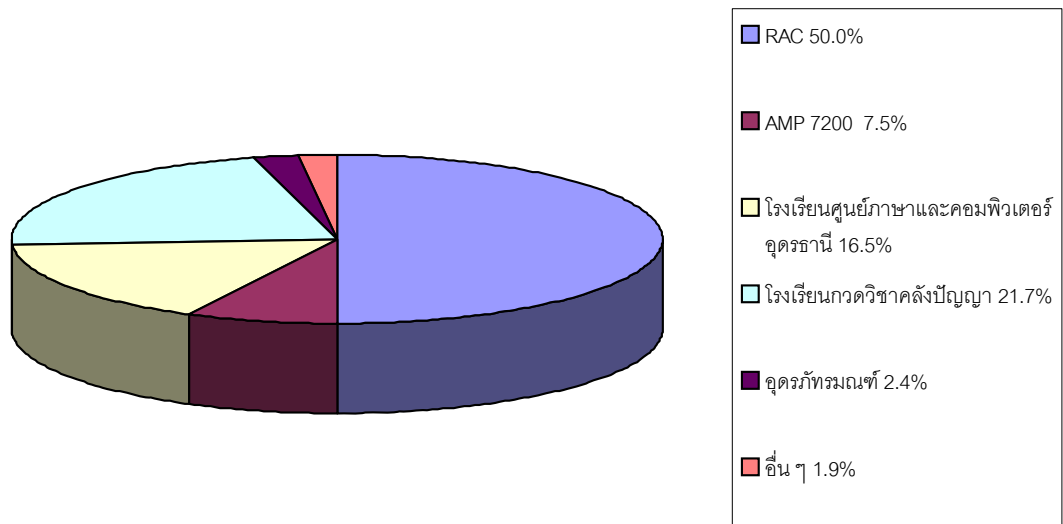
ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การเลือกเรียนของ นักเรียน	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อัตราค่าเรียน	4.1 ต่ำกว่า 800 บาท	36	17.0
	4.2 800 บาท	57	26.9
	4.3 1,000 บาท	9	4.2
	4.4 1,200 บาท	85	40.1
	4.5 1,500 บาท	25	11.8
	รวม	212	100
5. วันและเวลาเรียน	5.1 จันทร์ – ศุกร์ หลังเลิกเรียน	67	31.6
	5.2 เสาร์ – อาทิตย์ รอบเช้า	99	46.7
	5.3 เสาร์ – อาทิตย์ รอบบ่าย	39	18.4
	5.4 อื่น ๆ	7	3.3
	รวม	212	100

จากตารางที่ 4.3 สรุปได้ว่า

1. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่เลือกเรียนพิเศษที่โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC) จำนวน 106 คน รองลงมาคือโรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา 46 คน และโรงเรียนศุภณัฐภาษา และคอมพิวเตอร์อุตรธานี 35 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 21.7 และ 16.5 ตามลำดับ
2. วิชาที่นักเรียนเลือกเรียนส่วนใหญ่ได้แก่ คณิตศาสตร์ 98 คน รองลงมาคือฟิสิกส์ 67 คน และภาษาอังกฤษ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 31.6 และ 11.3 ตามลำดับ
3. ระยะเวลาที่เรียนส่วนใหญ่เรียน 1 ภาคการศึกษา 137 คน รองลงมาคือเรียนน้อยกว่า 3 เดือน 55 คน และ 3 เดือน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 25.9 และ 9.4 ตามลำดับ
4. อัตราค่าเรียนต่อ 1 วิชาที่นักเรียนต้องจ่าย ส่วนใหญ่คือ 1,200 บาท 85 คน รองลงมาคือ 800 บาท 57 คน และต่ำกว่า 800 บาท 36 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 26.9 และ 17.0 ตามลำดับ
5. วันเวลาที่นักเรียนส่วนใหญ่เลือกเรียน คือ เสาร์ – อาทิตย์ รอบเช้า 99 คน รองลงมาคือ จันทร์ – ศุกร์ หลังเลิกเรียน 67 คน และเสาร์ – อาทิตย์ รอบบ่าย 39 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 31.6 และ 18.4 ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปเป็นส่วนแบ่งตลาดของสถานที่เรียนพิเศษระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.5 ส่วนแบ่งตลาดของสถานที่เรียนพิเศษระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่เลือกวิชาเรียนจำแนกตามสถานที่เรียนพิเศษ

สถานที่	วิชา / จำนวนคน						รวม
	คณิตฯ	ฟิสิกส์	เคมี	ชีวะ	อังกฤษ	อื่น ๆ	
1. โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC)	50	33	8	5	10	0	106
ร้อยละ	23.58	15.56	3.77	2.35	4.71	0	50.00
2. AMP 7200	4	12	0	0	0	0	16
ร้อยละ	1.88	5.66	0	0	0	0	7.54
3. โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์อุดรธานี	17	5	2	1	8	2	35
ร้อยละ	8.01	2.35	0.94	0.47	3.77	0.94	16.50
4. โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา	23	17	2	1	3	0	46
ร้อยละ	10.84	8.01	0.94	0.47	1.41	0	21.69
1. อุดรภัทรมณัต์	3	0	1	0	1	0	5
ร้อยละ	1.41	0	0.47	0	0.47	0	2.35
2. อื่น ๆ	1	0	1	0	2	0	4
ร้อยละ	0.47	0	0.47	0	0.94	0	1.88
รวม	98	67	14	7	24	2	212
ร้อยละ	46.22	31.60	6.60	3.30	11.32	0.94	100

จากตารางที่ 4.4 สรุปได้ว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่เลือกเรียนพิเศษที่โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC) วิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 50 คน และ ฟิสิกส์ 33 คน และภาษาอังกฤษ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 23.58 15.56 และ 4.71 ตามลำดับ เรียนที่ AMP 7200 จะเลือกเรียนเฉพาะฟิสิกส์ จำนวน 12 คน และคณิตศาสตร์ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.66 และ 1.88 ที่โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่จะเลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์จำนวน 17 คน ภาษาอังกฤษ 8 คน และฟิสิกส์ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.01 3.77 และ 2.35 ตามลำดับ ที่โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา ส่วนใหญ่จะเลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์จำนวน 23 คน ฟิสิกส์ 17 คน และภาษาอังกฤษ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.84 8.01 และ 1.41 ตามลำดับ และที่อุดรภัทรมณัต์ ส่วนใหญ่เลือกเรียนคณิตศาสตร์จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.41

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่เลือกระยะเวลาเรียนจำแนกตามสถานที่เรียนพิเศษ

สถานที่	เวลา			รวม
	น้อยกว่า 3 เดือน	3 เดือน	1 ภาค การศึกษา	
1. โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC)	41	2	63	106
ร้อยละ	19.33	0.94	29.71	50.00
2. AMP 7200	2	14	0	16
ร้อยละ	0.94	6.60	0	7.54
3. โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์อุดรฯ	2	2	31	35
ร้อยละ	0.94	0.94	14.62	16.50
4. โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา	5	2	39	46
ร้อยละ	2.35	0.94	18.39	21.69
4. อุดรภัทรมณท์	1	0	4	5
ร้อยละ	0.47	0	1.88	2.35
5. อื่น ๆ	4	0	0	4
ร้อยละ	1.88	0	0	1.88
รวม	55	20	137	212
ร้อยละ	25.94	9.43	64.62	100

จากตารางที่ 4.5 สรุปได้ว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนพิเศษที่โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC) ส่วนใหญ่เลือกระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา จำนวน 63 คน และ น้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 29.71 และ 19.33 สำหรับนักเรียนที่เรียนที่ AMP 7200 จะเลือกระยะเวลา 3 เดือน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 ที่โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์อุดรธานี ส่วนใหญ่จะเลือกระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.62 ที่โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา ส่วนใหญ่จะเลือกระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 18.39 และที่อุดรภัทรมณท์ ส่วนใหญ่เลือกระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.88

สรุป นักเรียนส่วนใหญ่เลือกระยะเวลาเรียนพิเศษ 1 ภาคการศึกษา

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่เลือกอัตราค่าเรียนจำแนกตามสถานที่เรียนพิเศษ

สถานที่	ค่าเรียนต่อ 1 วิชา					รวม
	ต่ำกว่า 800	800 บาท	1,000 บาท	1,200 บาท	1,500 บาท	
1. โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC)	32	49	2	23	0	106
ร้อยละ	15.09	23.11	0.94	10.84	0	50.00
2. AMP 7200	0	0	0	16	0	16
ร้อยละ	0	0	0	7.54	0	7.54
3. โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์อุดรฯ	1	2	1	31	0	35
ร้อยละ	0.47	0.94	0.47	14.62	0	16.50
4. โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา	0	6	2	16	22	46
ร้อยละ	0	2.83	0.94	7.54	10.37	21.69
5. อุดรภัทรมณเฑียร	1	0	4	0	0	5
ร้อยละ	0.47	0	1.88	0	0	2.35
6. อื่น ๆ	2	0	0	0	2	4
ร้อยละ	0.94	0	0	0	0.94	1.88
รวม	36	57	9	85	25	212
ร้อยละ	16.98	26.88	4.24	40.09	11.79	100

จากตารางที่ 4.6 สรุปได้ว่า

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนพิเศษที่โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC) จ่ายค่าเรียนต่อ 1 วิชา 800 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 23.11 และ ต่ำกว่า 800 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.09 ที่ AMP 7200 จ่ายค่าเรียน 1,200 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.54 ที่โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์อุดรธานี ส่วนใหญ่จะจ่ายค่าเรียน 1,200 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.62 ที่โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา นักเรียนส่วนใหญ่จะจ่ายค่าเรียน 1,500 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.37 และ 1,200 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.54 ที่อุดรภัทรมณเฑียร ส่วนใหญ่จ่ายค่าเรียน 1,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.88

อัตราค่าเรียนพิเศษที่นักเรียนต้องจ่ายอยู่ระหว่าง 800 – 1,500 บาท

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่เลือกวัน – เวลาเรียนจำแนกตามสถานที่เรียนพิเศษ

สถานที่	วัน-เวลาเรียน				รวม
	จันทร์ – ศุกร์	เสาร์ – อาทิตย์	เสาร์ – อาทิตย์	อื่น ๆ	
	หลังเลิกเรียน	รอบเช้า	รอบบ่าย		
1. โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC)	39	44	21	2	106
ร้อยละ	18.39	20.75	9.90	0.94	50.00
2. AMP 7200	0	12	4	0	16
ร้อยละ	0	5.66	1.88	0	7.54
3. โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์อุดรฯ	7	19	9	0	35
ร้อยละ	3.30	8.96	4.24	0	16.50
4. โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา	17	21	4	4	46
ร้อยละ	8.01	9.90	1.88	1.88	21.69
5. อุดรภัทรมณเฑียร	3	1	1	0	5
ร้อยละ	1.41	0.47	0.47	0	2.35
6. อื่น ๆ	1	2	0	1	4
ร้อยละ	0.47	0.94	0	0.47	1.88
รวม	67	99	39	7	212
ร้อยละ	31.60	46.69	18.39	3.30	100

จากตารางที่ 4.7 สรุปได้ว่า

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เลือกเรียนพิเศษที่โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC) ส่วนใหญ่จะเลือกเรียนวันเสาร์ – อาทิตย์ รอบเช้า และวันจันทร์ – ศุกร์ หลังเลิกเรียน ที่ AMP 7200 นักเรียนส่วนใหญ่จะเลือกเรียนวันเสาร์ – อาทิตย์ รอบเช้า ที่โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์อุดรธานี นักเรียนส่วนใหญ่จะเลือกเรียนวันเสาร์ – อาทิตย์ รอบเช้า ที่โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา นักเรียนส่วนใหญ่จะเลือกเรียนวันเสาร์ – อาทิตย์ รอบเช้า และวันจันทร์ – ศุกร์ หลังเลิกเรียน ที่อุดรภัทรมณเฑียร ส่วนใหญ่เลือกเรียนวันจันทร์ – ศุกร์ หลังเลิกเรียน

สรุป นักเรียนส่วนใหญ่ เลือกเรียนพิเศษวันเสาร์ และอาทิตย์ รอบเช้า

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี สรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี

1.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 และกำลังเรียนพิเศษที่สถานที่เรียนพิเศษต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี คัดเลือกได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 212 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นซึ่งเป็นแบบเลือกตอบที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ

1.3 ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1.3.1 ข้อมูลส่วนตัวผู้เรียน

1) นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ที่เรียนพิเศษเป็นเพศหญิงและเพศชายจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16 – 18 ปี โดยมีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนพิเศษในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 – 3 มาก่อน

1.3.2 องค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ

1) สาเหตุที่นักเรียนส่วนใหญ่เรียนพิเศษเพราะต้องการสอบเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้ (เอ็นทรานซ์)

- 2) แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียน คือ เพื่อน ผู้ปกครอง และครูที่สอนในโรงเรียนตามปกติ
- 3) ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนโดยรวม คือ ครูมีชื่อเสียง และรองลงมาคือ การจัดการเรียนการสอนมีคุณภาพได้มาตรฐาน และควรมีชื่อเสียงของสถานที่เรียนพิเศษ
- 4) คุณสมบัติของครูผู้สอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนของนักเรียน คือ มีเทคนิคในการสอนดี รองลงมาคือ สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี และมีความรู้ในเรื่องที่สอน
- 5) วิธีการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนของนักเรียน คือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพและอัธยาศัยดี รองลงมาคือ มีการลดราคาค่าเรียนและมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงลูกค้า
- 6) ลักษณะสำคัญของสถานที่เรียนพิเศษที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนของนักเรียนคือ ควรมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก
- 7) การจัดการเรียนการสอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนของนักเรียน คือ เนื้อหาที่เรียนหรือโปรแกรมการเรียนดี รองลงมาคือ ช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม และมีสื่อต่าง ๆ ในการเรียนการสอน
- 8) ผลที่ได้รับจากการเรียนพิเศษของนักเรียน คือ ทำให้เข้าใจดีขึ้นเมื่อไปเรียนในชั้นเรียนปกติ และนักเรียนส่วนใหญ่ไม่ต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียนเพราะเรียนเข้าใจดี ครูสอนดี สอบเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยได้แล้ว เข้ากับอาจารย์และเพื่อนได้แล้ว

1.3.3 สถานที่เรียนพิเศษ

1) นักเรียนส่วนใหญ่เลือกเรียนที่โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC) มากที่สุด รองลงมาคือ โรงเรียนกวดวิชาคลังปัญญา และ โรงเรียนศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์อุตรธานี ส่วนใหญ่เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์ รองลงมาคือฟิสิกส์ และภาษาอังกฤษ โดยส่วนใหญ่เรียน คอร์ส 1 เทอม (เริ่มเรียนช่วงเปิดภาคเรียนและปิดคอร์สช่วงก่อนสอบปลายภาค) อัตราค่าเรียนต่อ 1 วิชาที่นักเรียนส่วนใหญ่ต้องจ่ายคือ 1,200 บาท วันและเวลาที่เลือกเรียนมากที่สุด คือ เสาร์ – อาทิตย์ รอบเช้า รองลงมาคือ จันทร์ – ศุกร์ หลังเลิกเรียน

ส่วนที่ 2 อภิปรายผล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เลือกเฉพาะประเด็นสำคัญมาอภิปรายดังมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ข้อมูลส่วนตัวของนักเรียน

2.1.1 **ข้อมูลทั่วไปของนักเรียน** นักเรียนที่เรียนพิเศษส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 16 – 18 ปี บิดามีอาชีพรับราชการ มารดามีอาชีพแม่บ้าน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

2.1.2 **เหตุผลที่นักเรียนส่วนใหญ่เรียนพิเศษ** เนื่องจากต้องการสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้ และผลที่ได้รับจากการเรียนพิเศษคือ ทำให้เข้าใจดีขึ้นเมื่อไปเรียนในชั้นเรียนปกติ ซึ่งผลการสำรวจความต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียนพิเศษ คือ ไม่ต้องการเปลี่ยน แสดงว่านักเรียนมีความพึงพอใจกับการเรียนในสถานที่เหล่านั้น และจากผลการสำรวจยังพบอีกว่านักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนพิเศษในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 – 3 ซึ่งเป็นข้อสนับสนุนสาเหตุที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่เรียนพิเศษเพราะต้องการสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยโดยตรง และยังพบอีกว่าสถิตินักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี มีสถิติการกวดวิชาเป็นจำนวนมากพอ ๆ กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เลือกเรียนพิเศษเพราะต้องการสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้มากที่สุด จากนักเรียน 3 ระดับ (มัธยมศึกษาปีที่ 4 , 5 และ 6) โดยงานวิจัยของไพฑูริย์ สีนลารัตน์ (มติชนรายวัน 2546 : 21) จะมีกลุ่มเด็กที่พ่อแม่มีอาชีพค้าขายและธุรกิจส่วนตัวมากที่สุดซึ่งเป็นการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนผลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนที่กวดวิชาในจังหวัดอุดรธานีจะมีพ่อแม่อาชีพรับราชการเป็นส่วนใหญ่และรองลงมาคืออาชีพค้าขาย เกษตรกร และธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นคนละกลุ่ม และในจังหวัดอุดรธานี พบว่าบิดามารดาที่เป็นข้าราชการนิยมส่งลูกไปเรียนกวดวิชาเพราะเป็นกลุ่มอาชีพที่มีรายได้ค่อนข้างมั่นคงและเป็นกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่ในต่างจังหวัดที่พ่อแม่จะมีกำลังส่งลูกไปเรียนพิเศษได้

2.1.2 บุคคลที่มีอิทธิพลและแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

เลือกสถานที่เรียนพิเศษ พบว่า ตัวนักเรียนเองเป็นผู้ตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือผู้ปกครอง ส่วนแหล่งข้อมูลจะได้จากเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือ ครูที่สอนในโรงเรียนปกติและผู้ปกครอง ดังนั้น ในการจัดการด้านการส่งเสริมการตลาดนอกจากจะต้องเข้าถึงตัวนักเรียนแล้วยังต้องเข้าถึงกลุ่มเพื่อน ผู้ปกครองและครูที่สอนในโรงเรียนปกติด้วย ซึ่งจะมีอิทธิพลในการแนะนำสถานที่เรียนให้กับนักเรียนนั่นเอง

2.2 **องค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ** ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะของสถานที่ คือ ความมีชื่อเสียงของโรงเรียนสอนพิเศษเหล่านั้น ครูมีชื่อเสียง การจัดการ

เรียนการสอนมีคุณภาพได้มาตรฐาน การจัดเนื้อหาหรือโปรแกรมการเรียน การจัดช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม สำหรับครูผู้สอนต้องมีเทคนิคในการสอนดีและสามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี ขออภิปรายเป็นประเด็นสำคัญดังนี้

2.2.1 **ครูผู้สอน** จากการศึกษาพบว่า ครูผู้สอนเป็นปัจจัยที่นักเรียนพิจารณาเลือกเป็นอันดับแรก จากเหตุผลที่ว่า ครูมีชื่อเสียง ไม่อยากเปลี่ยนสถานที่เรียนเพราะครูสอนเข้าใจดีแล้ว เข้ากับอาจารย์ได้ดี ครูมีเทคนิคในการสอนดี มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้ดี ซึ่งเป็นคุณสมบัติของครูผู้สอนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนของนักเรียน ดังนั้น สิ่งที่ธุรกิจด้านนี้ต้องพิจารณาเป็นอันดับแรก คือ การวางตัวครูผู้สอน โดยต้องคัดเลือกตามคุณสมบัติที่นักเรียนส่วนใหญ่เลือกพิจารณา

2.2.2 **ปัจจัยด้านราคา** จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยรองที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

2.2.3 **ด้านการส่งเสริมการตลาด** ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนของนักเรียน คือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพและอัธยาศัยดี รองลงมาคือการลดราคาค่าเรียนและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ในการทำธุรกิจด้านนี้ควรพิจารณาคัดเลือกพนักงานต้อนรับที่ดีไว้คอยบริการลูกค้า เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจในการรับบริการ อันเป็นหัวใจหลักของธุรกิจประเภทบริการ ส่วนประเด็นที่ต้องพิจารณารองลงมาคือ การส่งเสริมการตลาดโดยการลดราคาค่าเรียน

เนื่องจากการเปิดสถานที่เรียนพิเศษหรือการทำธุรกิจกวดวิชา เป็นบริการที่ค่อนข้างเฉพาะทาง จากการศึกษาจึงพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนของนักเรียนจะอยู่ในด้านองค์ประกอบโดยรวมของสถานที่เรียนพิเศษเหล่านั้นซึ่งได้แก่ ความมีชื่อเสียง การจัดโปรแกรมการเรียนหรือเนื้อหาวิชา และทำเลที่ตั้ง จะขออภิปรายผลเป็นประเด็นดังนี้

2.3 สถานที่เรียนพิเศษ

2.3.1 **ความมีชื่อเสียงของสถานที่เรียนพิเศษ** ซึ่งความมีชื่อเสียงได้จากการสร้างชื่อ อันอาจเป็นผลสืบเนื่องมาจาก ประสิทธิภาพจากการเรียน เช่น ผู้ที่เรียนพิเศษสามารถสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้ เมื่อมาเรียนแล้วทำให้เข้าใจดีขึ้นในชั้นเรียนปกติ หรือมีผลการเรียนวิชานั้น ๆ ดีขึ้น ตัวอย่างการสร้างชื่อเสียง เช่น ที่โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC) มีการรับรองผลการเรียนเมื่อนักเรียนเรียนหลักสูตรเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย (คอร์สเอ็นทรานซ์) โดยยินดีคืนเงินถ้าสอบเข้ามหาวิทยาลัยไม่ได้ ในกรณีเลือกเรียนหลักสูตรเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย 1 ปี

การศึกษา นับเป็นวิธีการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่งซึ่งสามารถเข้าถึงความต้องการและความพอใจของลูกค้าได้

2.3.2 **ด้านการจัดโปรแกรมการเรียนและเนื้อหาวิชา** นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่นักเรียนพิจารณาในการเลือกเรียน จากผลการวิจัย พบว่า นักเรียนจะเลือกเรียนกวดวิชาหลัก ๆ คือ คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ และภาษาอังกฤษ ซึ่งวิชาเหล่านี้นับเป็นวิชาที่ยากและเป็นวิชาที่ต้องสอบแข่งขันกันอย่างมากในการสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัย ดังนั้นในการจัดโปรแกรมการเรียนและเนื้อหาวิชาที่เรียน จึงต้องพิจารณาวิชาเหล่านี้และศึกษารูปแบบให้มีลักษณะที่หลากหลาย มีให้เลือกเรียนตามความต้องการได้

2.3.3 **ทำเลที่ตั้ง** เป็นปัจจัยรองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียน โดยนักเรียนพิจารณาจากทำเลที่ตั้งที่หาง่าย ไปมาสะดวก และอยู่ใกล้ที่พัก ดังนั้น ในการประกอบธุรกิจด้านนี้ จึงต้องพิจารณาการเลือกทำเลเป็นประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่ง

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 ใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการวัดความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนของสถานที่เรียนพิเศษเอกชน

3.1.2 ข้อมูลที่ค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจสถานที่เรียนพิเศษและผู้สนใจในธุรกิจด้านนี้ โดยเฉพาะการเปิดหลักสูตรกวดวิชาเพื่อสอบคัดเลือกเข้าเรียนในระดับมหาวิทยาลัย เพราะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด การปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและการส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.1.3 ข้อมูลที่ศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับการปรับปรุงด้านการบริหารจัดการและการให้บริการในสถานที่เรียนพิเศษในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาเรื่องเดียวกันนี้โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในเขตจังหวัดอื่น ๆ ที่มีธุรกิจกวดวิชาเป็นจำนวนมาก เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร

3.2.2 ควรศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกต่อไป เช่น วิเคราะห์คุณสมบัติของครูผู้สอนที่นักเรียนในโรงเรียนกวดวิชาพึงพอใจ วิเคราะห์เนื้อหาวิชาหลักที่นักเรียนนิยมเรียนที่สัมพันธ์กับข้อสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัย วิเคราะห์ต้นทุนและการกำหนดราคาค่าเรียนในแต่ละหลักสูตรที่สามารถมีกำไรและแข่งขันได้วิเคราะห์แนวโน้มด้านจำนวนผู้เรียนในอนาคต

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- คอตเลอร์ ฟิลลิป **หลักการตลาด** แปลจาก Marketing Management นิตยา งามแดน
กรุงเทพมหานคร เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า 2545
- ธงชัย สันติวงษ์ **การตลาดสำหรับนักบริหาร** พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร บริษัทโรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช จำกัด 2538
- ธงชัย สันติวงษ์ **การตลาดโลกาภิวัตน์** กรุงเทพมหานคร บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
2541
- ยุทธนา ธรรมเจริญ “หน่วยที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค” ใน **เอกสารการสอนชุด
วิชาการวิเคราะห์วางแผนและควบคุมทางการตลาด** หน้า 191 – 193 นนทบุรี
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2544
- สุบัญญัติ ไชยชาญ **การบริหารการตลาด อังกฤษ – ไทย** กรุงเทพมหานคร พี.เอ. ลิฟวิ่ง
2538
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล **การบริหารการตลาด** กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2542
- พิบูล ทีปะปาล **หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21** กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มิตร
สัมพันธ์กราฟฟิค 2545
- ทวีศักดิ์ เบ้าหล่อเพชร **การศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกเรียนอาชีวศึกษา
ในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา จังหวัดอุดรธานี** วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง
2541
- “ธุรกิจกวตวิชาเฟื่องสุดขีด” **มติชนรายวัน** (18 กันยายน 2546) หน้า 18

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย (แบบสอบถาม)

อาจารย์นเลศ สารบุญ ครูศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารการศึกษา) ครูใหญ่โรงเรียนกวดวิชา
คลังปัญญา

นางสาวอรอนงค์ ศรีพุทธา บริหารธุรกิจบัณฑิต ผู้จัดการโรงเรียนรัชดาวิทยา สาขาอุดรธานี
นายพีรพงษ์ เตชะไพโรจน์ ครูศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารการศึกษา) ครูใหญ่โรงเรียนศูนย์ภาษา
และคอมพิวเตอร์ อุดรธานี

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

() ม. 5

() ม. 6

4. อาชีพบิดา

() รับราชการ

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() เจ้าของกิจการ

() อื่น ๆ โปรดระบุ

5. อาชีพมารดา

() รับราชการ

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() เจ้าของกิจการ

() แม่บ้าน

() อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ

() 5,000 – 10,000 บาท

() 10,001 – 20,000 บาท

() 20,001 – 30,000 บาท

() มากกว่า 30,000 บาท

7. ท่านเคยเรียนพิเศษตอนเรียนอยู่ชั้น ม.1 – 3 หรือไม่

() ไม่เคยเรียน

() เคยเรียน เรียนที่ (โปรดระบุชื่อสถานที่เรียนพิเศษ)

ตอนที่ 2 องค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษ

คำชี้แจง : กรุณาขีดเครื่องหมาย \surd ลงใน () หน้าข้อความและเติมคำในช่องว่าง
ตามความเป็นจริง

1. เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ท่านเรียนพิเศษคือข้อใด (เลือกคำตอบเดียว)
 - () ต้องการจะสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้
 - () ชอบวิชาที่เรียน
 - () มีความถนัดในวิชาที่เรียน
 - () ต้องการเรียนเหมือนเพื่อน
 - () ผู้ปกครองต้องการให้เรียน
 - () เรียนไม่ค่อยรู้เรื่องจึงต้องมาเรียนพิเศษ
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ

2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนพิเศษของท่านมากที่สุดคือใคร
 - () ตนเอง
 - () ผู้ปกครอง
 - () ครูที่สอนในโรงเรียนที่ท่านเรียนอยู่
 - () เพื่อน
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ

3. แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนพิเศษของท่านมากที่สุดคือข้อใด
 - () ผู้ปกครอง
 - () ครูที่สอนในโรงเรียนที่ท่านเรียนอยู่
 - () เพื่อน
 - () โฆษณาทางวิทยุ
 - () แผ่นป้ายโฆษณา
 - () ใบปลิว
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ

4. ปัจจัยสำคัญในข้อใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนพิเศษของท่านมากที่สุด
- () ความมีชื่อเสียงของสถานที่เรียนพิเศษนั้น ๆ
 - () การจัดการเรียนการสอนมีคุณภาพ มีการรับรองมาตรฐาน
 - () ครูมีชื่อเสียง
 - () ค่าเรียนพิเศษถูกกว่าที่อื่น
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ
5. คุณสมบัติของครูผู้สอนในข้อใด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนพิเศษของท่านมากที่สุด
- () มีความรู้ในเรื่องที่สอน มีการแจ้งให้ทราบถึงวุฒิการศึกษาและประสบการณ์การสอน
 - () มีเทคนิคในการสอนดี
 - () สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี
 - () บุคลิกภาพของครู
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ
6. วิธีการส่งเสริมการตลาดข้อใด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนพิเศษของท่านมากที่สุด
- () มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงลูกค้า
 - () มีการลดราคาเมื่อชวนเพื่อนมาเรียนครบตามจำนวน เช่น เรียน 5 คน ลด 10% หรือรายการลดค่าเรียนสำหรับผู้ที่เคยเรียนสำหรับผู้ที่เคยเรียนมาแล้วหรือเมื่อเรียน 2 วิชาขึ้นไป
 - () พนักงานต้อนรับมีความสุภาพและอัธยาศัยดี
 - () มีการแถมคอร์สเรียนฟรีเมื่อเรียนต่อเนื่อง หรือเรียนหลายวิชาในแต่ละครั้ง
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 3. สถานที่เรียนพิเศษ

7. ข้อใดเป็นลักษณะ**สำคัญที่สุด**ของสถานที่เรียนพิเศษที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกเรียน
- () ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก
 - () การให้บริการของเจ้าหน้าที่
 - () ขนาดของสถานที่
 - () ทำเลที่ตั้งหาง่าย
 - () ความสะอาดของสถานที่
 - () ขนาดของห้องเรียน
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ
8. การจัดการเรียนการสอนด้านใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนพิเศษของท่าน**มากที่สุด**
- () ช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม
 - () มีสื่อต่าง ๆ ในการเรียนการสอน เช่น วีดีโอ แถบบันทึกเสียง ฯลฯ
 - () เนื้อหาที่เรียนหรือโปรแกรมการเรียน
 - () มีหลายวิชาให้เลือกเรียนตามความต้องการ
9. ท่านคิดว่าผลที่ได้รับจากการเรียนพิเศษของท่าน**มากที่สุด**คืออะไร
- () ทำให้เข้าใจดีขึ้นเมื่อไปเรียนในชั้นเรียนปกติ
 - () มีผลการเรียนดีขึ้น
 - () ผลการเรียนยังอยู่ในระดับเดิม
 - () สอบผ่านในวิชานั้น ๆ
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ
10. ในอนาคตถ้าท่านจะเลือกเรียนพิเศษ ท่านคิดว่าจะเปลี่ยนสถานที่เรียนหรือไม่ และอยากเปลี่ยนไปเรียนที่ใด เพราะเหตุใด โปรดระบุ
- () เปลี่ยนไปเรียนที่
 - เพราะ
 - () ไม่เปลี่ยน
 - เพราะ

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสายหยุด ผาคำ
วัน เดือน ปีเกิด	21 เมษายน 2516
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ประวัติการศึกษา	ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) เกียรตินิยมอันดับ 1 มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2537
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนอนุบาลเขาสวนกวาง อำเภอเขาสวนกวาง จังหวัดขอนแก่น
ตำแหน่ง	หัวหน้าหมวดวิชาภาษาต่างประเทศ