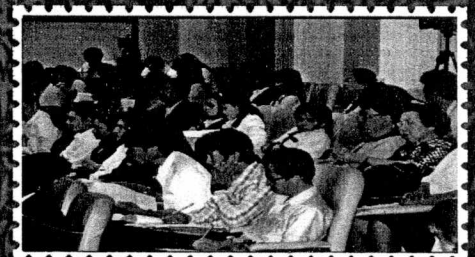
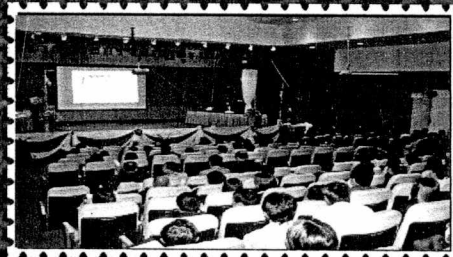


บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
Graduate School Surindra Rajabhat University



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย
ระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 6
วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2555



คณะกรรมการพิจารณาถ้อยแถลงขอรับทุนการศึกษา

ดร.เยาวดี สุวรรณาคะ	วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์
ดร.ไพโรจน์ เพชรสังหาร	วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์
ดร.พรรณิภา สันติสุขวงศ์โชติ	ผู้เชี่ยวชาญสาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ดร.สุพิศรา เศลวัตนะกุล	วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์
รศ.ดร.ธวัชชัย ชินวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
รศ.ดร.สารภี วรรณตรง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผศ.ดร.ธีรวัตร ภูระธีรานรัชต์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผศ.ดร.นภาพรณม พัฒนฉัตรชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผศ.ดร.นภดล พูลสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผศ.ดร.สุวรรณมา รัตนธรรมเมธี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ดร.เสาวณิต รัตนรวมการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ดร.อุดม หอมคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ดร.พีระศักดิ์ วรรณตรง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

คณะกรรมการดำเนินงาน

รศ.ดร.สารภี วรรณตรง	รองอธิการบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา
ดร.เสาวณิต รัตนรวมการ	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการฝ่ายจัดทำรูปเล่ม

นายชัยยศ อุไรล้ำ	นายสำเร็จ สาคเรศ
นายธนาพล แจ้งสว่างศรี	นายอรรถพล ศรีปัดถา
นายคงคม จันทสุข	นายชุตินทร ไวรวิจันกุล
นางวณิดา เผ่าศิริ	นางธนินท์ธร ทองแมน
นางสาววัลลภา ตรีแก้ว	นางสาวจันทร์ทิพย์ ถนัดเพิ่ม
นางสาวน้องนาง ผูกดวง	นางสาวโสภา วงศ์ภักดี
นางสาวศรินทิพย์ สนทอง	นางสาวภัทริยากุล แก่นแก้ว
นางสาวกนิษฐา ชิมทอง	นางสาวสุภาวดี มีศิริ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวดวิชา
U ADD+ จังหวัดนครปฐม ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
A STUDY OF FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO HAVE INTENSIVE STUDY
AT U ADD+ TUTORIAL INSTITUTE OF GRADE 10-12 STUDENTS IN
NAKORNPRATHOM PROVINCE

นภานนท์ หอมสุด¹, ฤทธิฤชา ชาญเชื้อว², นพวรรณ อภิภัทร์เดชากุล³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวดวิชา U ADD+ จังหวัดนครปฐม ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่เลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวดวิชา U ADD+ จังหวัดนครปฐม โดยคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane ได้จำนวนเท่ากับ 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยสรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวดวิชา U ADD+ โดยครอบครัวเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจ มีพ่อแม่เป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจที่เลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันแห่งนี้ มีเพื่อนเป็นผู้แนะนำการเลือกเรียนกวดวิชา มีพ่อแม่เป็นผู้ชำระค่าใช้จ่าย ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการ พบว่า เรียงตามลำดับคือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคา

คำสำคัญ: การเรียนพิเศษ สถาบันกวดวิชา U ADD+ มัธยมศึกษาตอนปลาย

ABSTRACT

This research intends to examine the factors influencing the decision to have intensive study at U ADD+ tutorial institute of grade 10-12 students in Nakornprathom province. The samples are 250 grade 10-12 students who select to intensive study at U ADD+ tutorial institute at Nakornprathom which obtain by using Yamane formulary. The questionnaire is used to collect data. The results show that the factors robustly influence students' decision is parents and also they are responsible for the expenses, their friends introduce the U ADD+ tutorial institute to them. In addition, the marketing factors that influence the service are in the order personnel, product, process, physical evidence, place, promotion, and price respectively.

Keywords: Tutorial institute, U ADD+ Center, Grade 10-12 students, Intensive study

บทนำ

เรียนพิเศษ เรียนเสริม เรียนซ่อม เรียนเร่งรัด เป็นสิ่งที่สังคมไทยมีมานาน เพื่อเป็นการช่วยเหลือเด็กที่เรียนอ่อน หรือเพื่อเรียนให้ทันเพื่อน ต่อมามีการเก็บค่าเรียน กลายเป็นการเรียนแบบธุรกิจการค้า มีการจัดหลักสูตร

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการชุมชน มหาวิทยาลัยศิลปากร

² นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบ่งเป็นรายวิชา จึงเปลี่ยนการเรียกเป็น “กวดวิชา” จุดมุ่งหมายในการเรียนเริ่มเปลี่ยนไป ไม่ใช่เฉพาะเด็กที่เรียนอ่อนเท่านั้น แต่เด็กทุกคนที่เรียนกวดวิชาต้องการเรียนให้เก่งขึ้น เรียนเก่งกว่าคนอื่นในวิชา โดยเฉพาะเมื่อต้องมีการสอบคัดเลือก ก็จะเลือกเรียนกวดวิชาที่ตัวเองคิดว่าขาดหรือไม่เก่งพอ การกวดวิชาไม่ใช่พบแต่ในประเทศไทย แต่พบได้หลายประเทศทั้งในทวีปเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี จีน อินโดนีเซีย พม่า ในทวีปแอฟริกา ยุโรปตะวันออก และอเมริกากลาง ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาาระบุดตรงกันว่า การเรียนกวดวิชาจะพบในกลุ่มประเทศที่คุณภาพของโรงเรียนและมหาวิทยาลัยไม่ทัดเทียมกันเด็กนักเรียนมีความจำเป็นในการแข่งขันเพื่อเข้าเรียนโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพ แต่รับนักเรียนได้จำกัด โดยมีความหวังว่าจะมีโอกาสและอนาคตที่ดีกว่าคนอื่น

การเรียนกวดวิชาในประเทศไทยมีมาตั้งแต่เมื่อไรไม่เคยมีคนเขียนไว้ แต่ประมาณว่ามีมาไม่น้อยกว่า 40 ปี มีหลายระดับชั้นที่มีการสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนของรัฐ และระดับมหาวิทยาลัย เช่น ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่ 4 และมหาวิทยาลัย แต่ระดับชั้นที่มีการกวดวิชาหนาแน่นที่สุดคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประมาณกันว่ามีเด็กนักเรียนประมาณ ร้อยละ 30 หรือประมาณ 330,000 คน/ปี เรียนกวดวิชาในปี พ.ศ. 2549

สำหรับธุรกิจเรียนกวดวิชานั้น เคยมีผู้ประเมินเรื่องค่าเรียนว่าไม่ต่ำกว่าปีละ 3,000 ล้านบาท โดยมีเด็กนักเรียนเรียนเฉลี่ย 3 คอร์สต่อเทอม ค่าเรียนเฉลี่ยคอร์สละประมาณ 2,000 บาท ไพฑูริย์ สินลารัตน์ [1] สอบถามผู้ประกอบการ อาจารย์ และนักศึกษามหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1 จำนวน 1,000 คน พบว่า

เด็กเรียนเก่ง (เกรดเฉลี่ย 3.00 ขึ้นไป) เรียนกวดวิชามากกว่าเด็กเรียนอ่อน (เกรดเฉลี่ย 2.00-2.50)

เด็กในเมืองเรียนกวดวิชามากกว่าเด็กนอกเมือง (ร้อยละ 70 ของเด็กในเมืองเรียนกวดวิชา ส่วนร้อยละ 10-20 ของเด็กนอกเมืองที่เรียนกวดวิชา)

อาชีพผู้ประกอบการ พบว่า รับราชการหรือค้าขายส่งบุตรหลานเรียนกวดวิชามากกว่าอาชีพเกษตรกรหรือประมง

ถ้านับธุรกิจเสริมนอกจากค่าเรียนกวดวิชาได้แก่ ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าพิมพ์คู่มือ ค่าเอกสารอื่นๆ ค่าใช้จ่ายจะเพิ่มเป็นเงินปีละประมาณ 14,000 ล้านบาท

นักวิจัยและผู้เกี่ยวข้องด้านการศึกษาหลายฝ่ายได้สรุปว่า สาเหตุของการเรียนกวดวิชามีองค์ประกอบที่ซับซ้อน 3 ด้าน คือ

1. ด้านวิชาการ

1.1 การเรียนการสอนในโรงเรียน จะเน้นเนื้อหาให้ครอบคลุมครบหลักสูตรทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติ มีการแจกใบงานเก็บคะแนน และสอบ ส่วนการเรียนกวดวิชาจะเน้นเนื้อหาที่ใช้สอบระหว่างปี และสอบเข้ามหาวิทยาลัย มีการสรุป การทดลองทำข้อสอบ การเฉลย และการแก้งข้อสอบเบ็ดเสร็จ

1.2 ครูแต่ละโรงเรียนมีคุณภาพไม่เท่ากัน อัตราครูต่อเด็ก 1:40-50 คน ครูที่มีคุณภาพดีในสาขาหลักๆ ทั่วประเทศมีไม่ถึงร้อยละ 30 นอกจากนี้ครูในโรงเรียนยังต้องทำงานหนัก ทั้งงานสอน งานปรับวุฒิ งานนโยบายที่มีไม่ขาดสาย ทำให้ไม่มีเวลาที่จะเพิ่มพูนความรู้ด้านวิชาการ ไม่มีเวลาในการเตรียมการสอนเท่าที่ควร ขณะที่ครูโรงเรียนกวดวิชาจะมีเวลามากกว่าเพราะทุ่มเทวิชาเดียว การมีลูกศิษย์จากสถานศึกษาหลากหลายจะพบปัญหามากกว่า มีเวลาเตรียมการสอนมากกว่าโดยมีผลตอบแทนที่สูงกว่ากันมากหลายเท่า

1.3 การสอบเข้ามหาวิทยาลัย ออกข้อสอบโดยอาจารย์มหาวิทยาลัยที่ไม่ได้สอนเด็ก ข้อสอบจะเน้นการแข่งขันด้านวิชาการ เนื้อหาของข้อสอบแต่ละปีจะยากขึ้นเรื่อยๆ บ่อยครั้งที่เนื้อหาข้อสอบสูงกว่าหลักสูตรที่เรียนอยู่ ทำให้นักเรียนมีความจำเป็นต้องเรียนกวดวิชา [2]

2. ด้านจิตวิทยา

เนื่องจากคุณภาพของครู และการเรียนการสอนที่แตกต่างกันในแต่ละโรงเรียน ทำให้เด็กรวมทั้งผู้ประกอบการเกิดความวิตกว่าจะเสียเปรียบ จึงพยายามที่จะช่วยตัวเองและลูกหลานด้วยการเรียนกวดวิชา จากแบบสอบถามของอาจารย์ไพฑูริย์ พบว่าแม้เด็กที่เก่งอยู่แล้วหรือเด็กที่อยู่ในโรงเรียนที่มีคุณภาพระดับต้นของประเทศไทย ก็ยังรู้สึกไม่มั่นใจถ้าไม่ได้ไปเรียนกวดวิชา [2]

3. ค่านิยมของสังคม

ค่านิยมในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันที่มีชื่อเสียง ทำให้มีการแข่งขันในระบบการศึกษาสูง ผู้มีโอกาสมิ ฐานะจึงนิยมเรียนกวดวิชา เพราะเห็นว่าการเรียนกวดวิชาจะสร้างความมั่นใจให้สามารถเข้าเรียนในสถาบันที่มี ชื่อเสียงได้ [2]

นอกจากนี้จากผลงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สถาบันกวดวิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอาคารวรรณธรรม” ซึ่งผลการวิจัยได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถาบันกวดวิชามากที่สุด คือ ด้านบุคคล ถัดมาคือ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ทำให้ทราบว่า ปัจจัยทาง การตลาดด้านบุคคลมีผลต่อการเลือกสถาบันกวดวิชามากที่สุด [3]

สถาบันกวดวิชา Uadd+ เป็นสถาบันกวดวิชาที่ปัจจุบันมีเพียงสาขาเดียวคือ สาขานครปฐม รับกวดวิชา เฉพาะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยจะเน้นที่นักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปี 5 และ 6 ต้องแอดมิทชันเข้ามาหา ลัย ซึ่งทางสถาบันจะแบ่งหลักสูตรออกเป็น 9 ช่วงคือดังนี้ 1) พัฒนาภาษาอังกฤษ 2) เรียนเนื้อหา ม.4 3) สรุปเข้ม ก่อนสอบ ม.4 4) เรียนเนื้อหา ม.5 5) ค้นหาคณะและอาชีพที่เหมาะสมกับตนเอง 6) สรุปเข้มก่อนสอบ ม.5 7) พัฒนาความพร้อมในการเรียนรู้ 8) สรุปเข้มเนื้อหา ม.4-ม.6 ทุกรายวิชา และ 9) ติวสอบตรงทุกมหาวิทยาลัย นอกจากนี้หลักสูตรที่มีการเปิดสอนแล้วทางสถาบันยังได้จัดกิจกรรมแนะแนวขึ้น โดยกิจกรรมแนะแนวจะ แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ 1) กิจกรรมแนะแนวเฉพาะกิจ ประกอบด้วย การปฐมนิเทศเรื่องการสอบตรง การจัด กิจกรรมค้นหาตนเอง การแนะแนวการสอบสัมภาษณ์ 2) กิจกรรมแนะแนวต่อเนื่อง ประกอบด้วย การแนะแนว ข้อมูลข่าวสารการสอบ บริการสมัครสอบแบบครบวงจร และแนวการสร้างผลงาน เพื่อการสัมภาษณ์และเพิ่มโอกาส ในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย และแนวโควตาสอบตรง โครงการพิเศษต่างๆทุกมหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยมีความสนใจทำวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาเพิ่มเติมสถาบันกวดวิชา Uadd+ ของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัย ในการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในสถาบันกวดวิชา Uadd+ จำแนกตามสถานภาพของนักเรียนได้ เพศ อายุ ระดับชั้นที่ กำลังศึกษาอยู่ เกรดเฉลี่ยภาคเรียน ที่ผ่านมา ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง และรายได้เฉลี่ย ของครอบครัวต่อเดือน ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางแผนการบริหารจัดการสถาบันกวดวิชา Uadd+ ในด้านการเรียนการสอน ด้านความมีชื่อเสียง ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านค่าใช้จ่าย เพื่อให้ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับ ผู้บริหารสถาบันกวดวิชา อื่นๆ ในการวางแผนการบริหารจัดการสถาบันกวดวิชาในด้านต่างๆ รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และ จุดมุ่งหมายของการเรียนการสอนของสถาบันกวดวิชา เพื่อให้มี คุณภาพมากยิ่งขึ้นและสอดคล้องกับความต้องการที่ แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายบนพื้นฐานของ การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมสถาบัน กวดวิชา U ADD+ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวดวิชา U ADD+ ของ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดนครปฐม

วิธีดำเนินงาน

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่เลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติม ที่สถาบันกวดวิชา U ADD+ จังหวัดนครปฐม
2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane [4] ด้วยระดับความ เชื่อมั่น 95% ได้เท่ากับ 180 คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาด คณะผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 250 คน

สำหรับวิธีการเก็บข้อมูลได้เก็บ ณ สถาบันกวตวิชา Uadd+ จังหวัดนครปฐม ระหว่างวันที่ 1-14 ตุลาคม 2554

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยคณะผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากแบบสอบถามของ ลฎาภา เวียรศรี [5] จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ ไปทดสอบกับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่เลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวตวิชา RAC จังหวัดนครปฐม พบว่าความเที่ยงของแบบสอบถามซึ่งวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.9211 (ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูง [6] แบบสอบถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 ข้อ 2) ข้อมูลพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติม จำนวน 9 ข้อ 3) ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวตวิชา Uadd+ จังหวัดนครปฐมแบบ Rating Scale จำนวน 35 ข้อ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มจากหลังเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS โดยส่วนข้อมูลทั่วไป ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และ ร้อยละ ขณะที่การแปลความหมายระดับความสำคัญซึ่งวัดจากค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามจะใช้แนวทางของ ของ วัน เดชพิชัย [4] ดังนี้

- 4.51 - 5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด
- 3.51 - 4.50 หมายถึง สำคัญมาก
- 2.51 - 3.50 หมายถึง สำคัญปานกลาง
- 1.51 - 2.50 หมายถึง สำคัญน้อย
- 1.00 - 1.50 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

1. จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 250 ชุด คณะผู้วิจัย พบว่า แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ ตลอดจนการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีเหมาะสม และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์นี้ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่เลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวตวิชา U ADD+ จังหวัดนครปฐม ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 162 คน (ร้อยละ 64.80) อายุ 17 ปี จำนวน 117 (ร้อยละ 46.80) ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 145 (ร้อยละ 58.00) ผลการศึกษาภาคการศึกษาอยู่ระหว่างช่วง 3.01 – 3.50 จำนวน 104 คน (ร้อยละ 41.60) สายการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ จำนวน 138 คน (ร้อยละ 55.20) รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 107 คน (ร้อยละ 42.80) วิชาวิทยาศาสตร์เป็นวิชาเรียนที่ถนัด จำนวน 61 คน (ร้อยละ 24.40) วิชาคณิตศาสตร์เป็นวิชาเรียนที่ไม่ถนัด จำนวน 108 คน (ร้อยละ 43.20)
3. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวตวิชา Uadd+ จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่ รู้จักจักสถาบันกวตวิชาแห่งนี้จากเพื่อนแนะนำ จำนวน 109 คน (ร้อยละ 43.60) เคยเรียนกวตวิชามาก่อน จำนวน 199 คน (ร้อยละ 79.60) ปัจจัยด้านครอบครัวที่ทำให้ตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันแห่งนี้ จำนวน 98 คน (ร้อยละ 39.20) โดยพ่อแม่เป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 114 คน (ร้อยละ 45.60) มีเพื่อนเป็นผู้แนะนำ จำนวน 103 คน (ร้อยละ 41.20) มีพ่อแม่เป็นผู้ชำระค่าใช้จ่ายในการเรียนกวตวิชา จำนวน 238 คน (ร้อยละ 95.20) ใช้รูปแบบการเรียนการสอนเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ จำนวน 127 คน (ร้อยละ 50.80) ถ้ามีความพึงพอใจจะบอกต่อกับผู้อื่น จำนวน 247 คน (ร้อยละ 98.80) และถ้าไม่มีความพึงพอใจจะบอกต่อกับผู้อื่น จำนวน 136 คน (ร้อยละ 54.40)

ตารางที่ 1 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวดวิชา U ADD+ จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยด้านการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์						4.30	0.47	มาก
สถาบันมีการเรียนการสอนครบทุกวิชา	55.20	33.60	11.20	0.00	0.00	4.44	0.69	มาก
สถาบันมีการเรียนการสอนวิชาความถนัด (เช่น วิศวะ หรือ ครู เป็นต้น)	34.00	46.00	17.20	2.80	0.00	4.11	0.78	มาก
สถาบันมีทุนการศึกษาให้	23.20	42.00	28.80	4.00	2.00	3.80	0.91	มาก
สถาบันมีการแนะนำเกี่ยวกับเพิ่มสะสมผลงาน	52.80	34.40	12.40	0.40	0.00	4.40	0.72	มาก
สถาบันมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อแต่ละมหาวิทยาลัย	79.20	16.40	4.00	0.00	0.40	4.74	0.57	มากที่สุด
2. ด้านราคา						3.59	0.68	มาก
ราคาถูกกว่าสถาบันอื่นๆ	7.20	34.00	49.60	7.60	1.60	3.38	0.79	ปานกลาง
ราคามีความเหมาะสมกับหลักสูตร	17.20	44.00	33.60	4.00	1.20	3.72	0.84	มาก
หลักสูตรการเรียนมีหลายระดับราคาให้เลือก	13.20	34.80	40.80	7.60	3.60	3.46	0.94	ปานกลาง
หลักสูตรการเรียนมีราคาคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง	22.00	44.00	28.80	4.00	1.20	3.82	0.86	มาก
3. ด้านสถานที่						4.04	0.73	มาก
การเดินทางสะดวก	33.60	40.40	22.00	4.00	0.00	4.04	0.85	มาก
ใกล้แหล่งชุมชน	41.20	31.20	22.00	5.60	0.00	4.08	0.92	มาก
เวลาเปิด - ปิดของสถาบัน	36.00	35.60	25.60	1.60	1.20	4.04	0.89	มาก
ใกล้ร้านค้า หรือ ร้านอาหาร	34.80	36.00	24.80	4.00	0.40	4.01	0.89	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด						3.73	0.65	มาก
มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	31.20	42.40	25.60	0.80	0.00	4.04	0.78	มาก
มีการลดราคาหลักสูตร	21.60	38.00	35.60	3.20	1.60	3.75	0.89	มาก
มีการแจกอุปกรณ์การเรียน	20.40	33.60	39.20	4.80	2.00	3.66	0.92	มาก
มีกิจกรรมนันทนาการ	32.00	36.40	29.60	2.00	0.00	3.98	0.84	มาก
มีการเรียนการสอนนอกตารางเรียนภาคปกติ	24.80	45.20	27.20	1.60	1.20	3.91	0.83	มาก
มีการแจกของที่ระลึกของสถาบัน	19.60	40.80	33.60	5.20	0.80	3.73	0.86	มาก
5. ด้านกายภาพ						4.06	0.67	มาก
สถาบันมีความสะอาด	50.80	40.00	8.00	1.20	0.00	4.40	0.69	มาก
สถาบันมีการตกแต่งภายในและภายนอก	34.40	48.80	14.00	2.80	0.00	4.15	0.76	มาก
การจัดวางอุปกรณ์การเรียนการสอนอย่างเป็นระเบียบ	36.40	43.20	18.80	1.20	0.40	4.14	0.79	มาก
สถานที่สำหรับจอดรถลูกค้า	17.60	41.20	29.20	9.20	2.80	3.62	0.97	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ (เช่น หนังสือพิมพ์, หนังสือเรียน, โทรศัพท์, คอมพิวเตอร์และอื่นๆ)	33.60	37.60	22.40	5.20	1.20	3.97	0.94	มาก
6. ด้านบุคลากร						4.49	0.58	มาก
อาจารย์/เจ้าหน้าที่ มีมนุษยสัมพันธ์ดี	64.80	27.60	6.80	0.40	0.40	4.56	0.67	มากที่สุด
อาจารย์มีความรู้ความถนัดตรงตามวิชา	66.00	27.60	5.60	0.80	0.00	4.59	0.64	มากที่สุด
อาจารย์มีเทคนิคการเรียนการสอนใหม่ๆ	66.00	25.20	8.00	0.80	0.00	4.56	0.68	มากที่สุด
จำนวนอาจารย์เหมาะสม	52.00	33.20	14.00	0.80	0.00	4.36	0.75	มาก
จำนวนเจ้าหน้าที่เหมาะสม	53.20	32.00	14.00	0.80	0.00	4.38	0.75	มาก
7. ด้านกระบวนการ						4.26	0.58	มาก
วิธีการชำระเงิน	30.80	50.40	17.20	1.20	0.40	4.10	0.75	มาก
การจัดเวลาการเรียนการสอน	30.40	41.60	23.60	2.40	2.00	3.96	0.90	มาก
การเตรียมการเรียนการสอน	45.20	46.0	8.80	0.00	0.00	4.36	0.64	มาก
ขั้นตอนการให้การแนะนำทางการศึกษา	53.60	36.00	10.00	0.40	0.00	4.43	0.69	มาก
ขั้นตอนการบริการก่อนและหลังสอบติดตามมหาวิทยาลัย	58.00	29.20	12.80	0.00	0.00	4.45	0.71	มาก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวดวิชา U ADD+ จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยด้านการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.30	0.47	มาก
ด้านราคา	3.59	0.68	มาก
ด้านสถานที่	4.04	0.73	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.73	0.65	มาก
ด้านกายภาพ	4.06	0.67	มาก
ด้านบุคลากร	4.49	0.58	มาก
ด้านกระบวนการ	4.26	0.58	มาก

4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สามารถสรุปแยกตามประเภทได้ดังต่อไปนี้ ทั้งนี้รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1 และ 2

4.1 ผลการวิเคราะห์ในด้านผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อแต่ละมหาวิทยาลัย มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สถาบันมีการเรียนการสอนครบทุกวิชา

4.2 ผลการวิเคราะห์ในด้านราคา จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนมีราคาคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับหลักสูตร

4.3 ผลการวิเคราะห์ในด้านสถานที่ จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญที่สถาบันกวดวิชาใกล้แหล่งชุมชนเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การเดินทางสะดวกและเวลาเปิด - ปิดของสถาบัน

4.4 ผลการวิเคราะห์ในด้านการส่งเสริมการตลาด จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับสถาบันที่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีกิจกรรมนันทนาการ

4.5 ผลการวิเคราะห์ในด้านกายภาพ จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญที่สถาบันมีความสะอาด มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สถาบันมีการตกแต่งภายในและภายนอก

4.6 ผลการวิเคราะห์ในด้านบุคลากร จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับอาจารย์มีความรู้ความถนัดตรงตามวิชา มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อาจารย์/เจ้าหน้าที่ มีมนุษยสัมพันธ์ดีและอาจารย์มีเทคนิคการเรียนการสอนใหม่ๆ

4.7 ผลการวิเคราะห์ในด้านกระบวนการ จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับขั้นตอนการบริการก่อนและหลังสอบติตมหาวิทยาลัยมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ขั้นตอนการให้การแนะแนวทางการศึกษา

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมที่สถาบันกวดวิชา U ADD+ จังหวัดนครปฐม ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งสรุปผลข้างต้น สามารถนำไปใช้อภิปรายผล ดังนี้

1. จากการวิจัย ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อยู่ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 5 ผลการศึกษาภาคการศึกษาอยู่ระหว่างช่วง 3.01 - 3.50 โดยเรียนสายการเรียนวิทยาศาสตร์คณิตศาสตร์ มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท วิชาวิทยาศาสตร์เป็นวิชาเรียนที่ถนัด วิชาคณิตศาสตร์เป็นวิชาเรียนที่ไม่ถนัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสพชัย พสุนนท์ และคณะ [7] ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 พบว่านักเรียนที่เรียนกวดวิชาส่วนมากเป็นเพศหญิง และเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

2. จากการวิจัย ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการตัดสินใจส่วนใหญ่ รู้จักสถาบันกวดวิชาแห่งนี้จากเพื่อนแนะนำ เคยเรียนกวดวิชามาก่อนแล้ว ครอบครัวเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจ โดยพ่อแม่เป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีเพื่อนเป็นผู้แนะนำการเลือกเรียนกวดวิชา มีพ่อแม่เป็นผู้ชำระค่าใช้จ่าย มีรูปแบบการเรียน

การสอนเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ ถ้ามีความพึงพอใจจะบอกต่อ และถ้าไม่มีความพึงพอใจก็จะบอกต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูษิต วงศ์หล่อสายชล และ ตุลยา เหลี่ยมสมบัติ [8] ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบและการรับรู้คุณภาพการให้บริการสอนพิเศษของผู้ปกครอง ที่ส่งบุตรหลานเรียนพิเศษ ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ตัวผู้ปกครองนักเรียน

3. ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการ พบว่า เรียงตามลำดับคือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของประสพชัย พสุนนท์ และคณะ [7] โดยเชื่อว่าด้านบุคลากร โดยอาจารย์ผู้สอน เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เก็บข้อมูลจากผู้เรียน Uadd+ เพียงอย่างเดียว เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นควรทำการเก็บข้อมูลจาก พ่อ-แม่ หรือ ผู้ปกครองด้วยเพราะจากผลการวิจัยพบว่าพ่อ-แม่ผู้ปกครองมีอิทธิพลสูงที่สุดในการตัดสินใจเลือกเรียนสถานกวดวิชา ทั้งยัง เป็นผู้ชำระค่าเรียนให้แก่ผู้เรียนส่วนใหญ่อีกด้วย
2. จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความรู้และความสามารถของอาจารย์ ดังนั้น ทางสถาบันควรมีการจัดทำบอร์ด เพื่อแนะนำประวัติการทำงานหรือผลงานที่ผ่านมาของอาจารย์ผู้สอน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียนอยู่แล้ว ทั้งยังเป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจของผู้ที่จะมาศึกษารายใหม่อีกด้วย
3. ในด้านปัจจัยการตลาดส่วนของการส่งเสริมการตลาดจะเห็นว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญกับการแจกอุปกรณ์การเรียน และการแจกของที่ระลึกสถาบันค่อนข้างน้อย ดังนั้นทางสถาบันอาจสามารถตั้งงบประมาณด้านนี้ลงได้เพื่อลดค่าใช้จ่ายเพียงลง หรืออาจเปลี่ยนค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นการลดค่าคอร์สเรียนแต่ละคอร์สลงเพื่อเพิ่มยอดการสมัครเรียนให้มากขึ้น
4. ในปัจจัยการตลาดด้านกายภาพ แม้จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่ให้ความสำคัญกับสถานที่จอดรถแต่ผู้บริหารสถาบันก็ไม่ควรนิ่งนอนใจเพราะในอนาคตหากผู้เรียนมีการใช้รถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ มาเรียนมากขึ้นเรื่องจอดรถอาจเป็นปัจจัยอันดับต้นๆที่ผู้เรียนจะให้ความสำคัญ
5. จากผลการวิจัยครั้งนี้จะเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดสาเหตุอาจเป็นเพราะว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้เรียนซึ่งไม่ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่าย ดังนั้นควรมีการเก็บข้อมูลจากพ่อและแม่ผู้ปกครองควบคู่กันไปด้วยดังข้อเสนอแนะข้อที่ 1

เอกสารอ้างอิง

- ไพฑูรย์ สีนารถน์, (2545). “การกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย”, กรุงเทพมหานคร : องค์การค้ำของคุรุสภา.
- จิตรา วงศ์บุญสิน. (2554). “กวดวิชา เรียนพิเศษ จำเป็นหรือแพ้ชั้น”, [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก <http://www.chulakid.com>, เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2554.
- ประสพชัย พสุนนท์ นิธิพัฒน์ วงศ์แสงเอี่ยม มนูญญา ตั้งเลิศนาทรัพย์ และมลทิรา เมืองพุทธา. (2554) “พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้สถานกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอาคารวรรณสรณ์”, รายงานการประชุมมหาวิทยาลัยมหาสารคามวิจัย ครั้งที่ 7, 8-9 กันยายน 2554.
- วัน เดชพิชัย. (2532). “คู่มือการวิจัยและประเมินโครงการทางการศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์”, ปัตตานี: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

- ลฎาภา เวียนศรี. (2553). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจศึกษาภาษาอังกฤษนอกห้องเรียน กรณีศึกษา: นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่เข้าศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษเขตอำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี”, ปรินญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). “การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS”, พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพมหานคร : วี อินเทอร์เน็ต.
- ประสพชัย พสุนนท์ สุจิตรา น้อยพิทักษ์ กนกวรรณ จันทร์ขำ และเกศรินทร์ บ่อทราย. (2553) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2”, การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ครั้งที่ 2, 21 พฤษภาคม 2553.
- ภูษิต วงศ์หล่อสายชล และ ตุลยา เหลี่ยมสมบัติ, (2551). "รูปแบบและการรับรู้คุณภาพการให้บริการสอนพิเศษของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเรียนพิเศษ", หาดใหญ่วิชาการ, 6(1), 9 – 19, มกราคม – มิถุนายน 2551.