

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียน
ระดับชั้นมัธยมศึกษาในสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2
Marketing Mixes Factors Influencing Decision Making of High School Students to
Choose Tutors Center at The Tutor (Central Rama 2 Branch)

ประสพชัย พงุณท์ สุจิตรา น้อยพิทักษ์ กนกวรรณ จันทร์ขำ และเกศรินทร์ บ่อทราย

Prasopchai Pasunon Sujitra Noiphithak Kanokwan Chankham and Kadsarin Borsai

หลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

เบอร์โทรศัพท์ 032-594-028 E-Mail: pa.pasunon@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา โดยใช้สถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 เป็นพื้นที่ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 โดยคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane ได้จำนวนเท่ากับ 230 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยสรุปว่า นักเรียนที่เรียนกวดวิชาเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 เรียนในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์ - คณิต มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 3.50-4.00 อาชีพผู้ปกครองของนักเรียนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ขณะที่พฤติกรรมกรรมการกวดวิชา พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเทอมอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท วิชาที่เรียนมากที่สุด คือ วิชาคณิตศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา เรียงตามลำดับ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านราคา นอกจากนี้ยังพบว่า เหตุผลในการเรียนกวดวิชาพบว่านักเรียนส่วนใหญ่เรียนเพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้นมากที่สุด และรองลงมาเพื่อเตรียมสอบเข้าศึกษาต่อ ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือ เนื่องจากความสนใจของการกวดวิชาเพิ่มมากขึ้น หน่วยงานภาครัฐจึงจำเป็นต้องตรวจสอบมาตรฐานของสถาบันกวดวิชาทั้งหลายเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค คำสำคัญ: การกวดวิชา ส่วนประสมการตลาด มัธยมศึกษาตอนปลาย

Abstract

The objective of this research is to study the marketing mixes affecting to choose tutor center of students in grade 10-12, the Tutor (Central Rama2) is sample area. The sample size, which is calculated by Yamane, consists of 230 grade 10-12 students who study at the Tutor (Central Rama2). The instrument of this research is questionnaire. It is found that most of students are in grade 11, studying in Science-Math Program, GPAX is between 3.50-4.00, their parents are business man, the expenses for tutor is between 1,001 - 5,000 baht, and the favorite subject is mathematics. Marketing mixes, influence decision making to choose tutor center, consist of Personnel, Process, Physical Evidence, Product, Place, Promotion, and Price respectively. Moreover, it also found that the reasons for studying at tutor center are improving their scores and preparing for examination into the university. The suggestion from this research is government agency should approve the standard of tutor center to protect the consumer.

Keywords: Tutor, Marketing Mixes, Grade 10-12

บทนำ

การศึกษาได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง นักเรียนมีความสนใจ เอาใจใส่ และกระตือรือร้น ที่จะใฝ่หาความรู้ให้ได้มากที่สุด นักเรียนได้มีการแข่งขันกันเองภายในชั้นเรียนเพื่อที่จะทำผลการเรียนให้ได้ดี จึงทำให้สถาบันกวดวิชาเข้ามามีบทบาทสำคัญและได้รับความนิยมนอย่างสูงจากนักเรียนและผู้ปกครองในการเสริมความรู้ด้านวิชาการ

การกวดวิชาเป็นปรากฏการณ์ทางการศึกษาของไทยที่มีพัฒนาการและการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในขั้นแรกจะเป็นการกวดเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย เฉพาะในช่วงก่อนการสอบประมาณ 1-2 เดือน หลังจากนั้นพัฒนามาเป็นการกวดวิชาตลอดปีและขยายขอบเขตไปถึงการสอบเข้า ป.1, ม.1, ม.4 และแม้แต่มัธยมศึกษา อีกทั้งรูปแบบและวิธีการก็มีความหลากหลาย ครอบคลุมถึงการกวดโดยครูประจำ การกวดวิชาในโรงเรียน การกวดวิชาในโรงเรียนกวดวิชาเอง และการกวดวิชาผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น วิธีการกวดวิชาที่มีหลากหลายเช่นเดียวกัน ทั้งการเรียนกับครูตัวต่อตัว การเรียนเป็นกลุ่มย่อยที่บ้านของผู้สอน ตลอดจนการเรียนเป็นกลุ่มใหญ่ในชั้นเรียนปกติและการเรียนกับผู้สอนผ่านระบบวิดีโอ ในส่วนของการเรียนก็มีครอบคลุมตั้งแต่ช่วงเวลาเช้า 7 โมงขึ้นไปจนถึงตอนกลางคืนแล้วแต่ความสะดวก (ไพฑูริย์ สินดารัตน์ 2545)

ด้วยเหตุนี้ ทำให้ในปัจจุบันสถาบันกวดวิชากลายเป็นสถานศึกษาอีกแห่งหนึ่งที่สำคัญรองไปจากโรงเรียน ผู้เรียนในสถาบันกวดวิชาส่วนใหญ่เป็นนักเรียนที่เตรียมตัวจะสอบแข่งขันเข้าเรียนในสถานศึกษาตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษา มัธยมศึกษา จนถึงอุดมศึกษา นักเรียนต้องการความรู้เพิ่มเติมให้มากกว่าการเรียนในชั้นเรียน อีกทั้งต้องการรู้เทคนิคและวิธีการเรียนแบบใหม่ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในบทเรียนได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น ดังนั้นผลสรุปการทำข้อสอบให้ได้คะแนนสูง ด้วยเหตุนี้นักเรียนโดยเฉพาะระดับชั้นมัธยมศึกษาจึงกระตือรือร้น เพื่อหาเงินหาความรู้ทั่วไปในด้านวิชาการและมีเทคนิคการทำข้อสอบให้ได้มากขึ้นจะได้มีโอกาสเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลต่อไป

เมื่อธุรกิจสถาบันกวดวิชาซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องวางแผนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้มีประสิทธิภาพ โดยหลักการหนึ่งที่มีผู้ประกอบการสามารถใช้ได้ คือ ส่วนประสมการตลาด ซึ่ง คิวทอร์ พงศกรรังศิลป์ (2547) ได้กล่าวว่า ธุรกิจบริการจำเป็นต้องมีการกำหนดตลาดเป้าหมาย เช่นเดียวกับธุรกิจที่ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย เพียงแต่มีความแตกต่างกันในขั้นตอนการให้บริการ สินค้าที่จับต้องได้นั้นเมื่อสินค้าถูกนำมาวางขาย ลูกค้าจะมองเห็นและสามารถเลือกสินค้าก่อนซื้อได้ แต่ในธุรกิจบริการ เมื่อบริษัทเสนอให้กับลูกค้าต้องบริโภคหรือรับบริการทันที และในระหว่างการให้บริการจะสามารถสื่อสารกันได้ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ทำให้กลยุทธ์การตลาดบริการจึงมีทั้งสิ้น 7 P's ซึ่งแตกต่างจาก กลยุทธ์การตลาดโดยทั่วไปซึ่งมี 4 P's โดย 7 P's นั้นประกอบด้วย ปัจจัยด้านสินค้า (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

สถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์เปิดทำการมานานกว่า 23 ปี และมีสาขาทั้งสิ้น 13 สาขา ซึ่งสาขาที่อยู๋ตามเมืองทางทิศใต้ คือ สาขาเซ็นทรัลพระรามสอง ด้วยสถานที่ตั้งอันเหมาะสมกับนักเรียนที่เดินทางมาจากทางภาคใต้ ตลอดจนนักเรียนที่มีบ้านพักอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยสำคัญของคนกรุงเทพมหานคร ทำให้ง่ายต่อการเดินทางมาเรียนดังกล่าวมีมาก

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) ศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่มาใช้บริการสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2
- 2) ศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2
- 3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2

วิธีการศึกษา

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนที่มาเรียนพิเศษที่สถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 ซึ่งการสอบถามจากผู้บริหารสถาบันกวดวิชา พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 500 ราย ขณะที่ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คำนวณจากสูตรของ Yamane (ประสิทธิ์ พจนนัท 2553) พบว่า ได้เท่ากับ 223 ราย แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาด คณะผู้วิจัยจึงได้แจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 230 ราย สำหรับในส่วนของการเก็บข้อมูลนั้น คณะผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยทำการเก็บโดยตรงจากนักเรียนที่มากวดวิชาที่สถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยคณะผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามเบื้องต้น จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบกับนักเรียนที่มากวดวิชาที่สถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 จำนวน 40 คน พบว่าความเที่ยงของแบบสอบถามจึงวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.8722 ซึ่งมีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงสูง (สรชัย พิศาลบุตร เสาวรส ใหญ่สว่าง และ ปรีชา อัครเดชาบุตร 2549) แบบสอบถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นแบบเลือกตอบจำนวน 6 ข้อ 2) พฤติกรรมการกวดวิชาที่สถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 เป็นแบบเลือกตอบจำนวน 4 ข้อ และ 3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 เป็นแบบ Rating Scale จำนวน 7 หัวข้อหลัก 34 ข้อย่อย

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มจากหลังเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS โดยส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการกวดวิชา ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และ ร้อยละ ขณะที่ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 ใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ซึ่งการแปลความหมายของระดับความสำคัญได้จากค่าเฉลี่ยโดยใช้แนวทางของ วัน เดชพิชัย (2532) ดังต่อไปนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า ลำดับระดับ มากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า ลำดับระดับ มาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า ลำดับระดับ ปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า ลำดับระดับ น้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายความว่า ลำดับระดับ น้อยที่สุด

ผลการศึกษา

1. จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 230 ชุด คณะผู้วิจัย พบว่า แบบสอบถามทุกชุดครบถ้วน สมบูรณ์ จึงใช้แบบสอบถามทั้งหมดในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 เลือกแผนการเรียนวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ นักเรียนที่มีผลการเรียนดี จะมีการกวดวิชามากกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำกว่า สำหรับอาชีพผู้ปกครองของนักเรียนที่กวดวิชาทั้งหมดพบว่า ผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพทำธุรกิจส่วนตัวมีอัตราการกวดวิชามากที่สุด และรายได้โดยเฉลี่ยของผู้ปกครอง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	76	33.04
	หญิง	154	66.96
ระดับการศึกษา	ม.1	37	16.09
	ม.2	25	10.87
	ม.3	52	22.61
	ม.4	39	16.96
	ม.5	63	27.39
	ม.6	14	6.08
แผนการเรียน	วิทย์-คณิต	166	72.17
	ศิลป์-คำนวณ	28	12.17
	ศิลป์-ภาษา	10	4.50
	อื่นๆ	26	11.31
ผลการเรียนเฉลี่ยสะสม	ต่ำกว่า 2.00	4	1.74
	2.00 - 2.49	10	4.35
	2.50 - 2.99	39	16.96
	3.00 - 3.49	75	32.61
	3.50 - 4.00	102	44.34
อาชีพของผู้ปกครอง	ธุรกิจส่วนตัว	58	25.22
	รับราชการ	54	23.48
	ค้าขาย	32	13.91
	รับจ้างทั่วไป	45	19.57
	เกษตกร	8	2.61
	พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ	34	14.78
	อื่นๆ	1	0.43

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยของ ผู้ปกครองต่อเดือน	ต่ำกว่าเดือนละ 10,000	10	4.35
	เดือนละ 10,001 - 15,000	53	23.04
	เดือนละ 15,001 - 20,000	44	19.13
	เดือนละ 20,001 - 25,000	35	15.22
	มากกว่าเดือนละ 25,000	88	38.26

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์การเรียนการศึกษานักเรียนที่สถาบันกวดวิชาเดอะคิวเตอร์ สาขา เจ็นทรัล
พระราม 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะใช้เวลาในการเรียนกวดวิชาอาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา
โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1,001 - 5,000 บาท ส่วนใหญ่แล้วจะลงทะเบียนเรียนกวดวิชา 3 วิชา ได้แก่
คณิตศาสตร์ อังกฤษ วิทยาศาสตร์ ซึ่งวิชาที่มีการเรียนกวดวิชามากที่สุด คือ วิชาคณิตศาสตร์ สำหรับเหตุผลใน
การกวดวิชานั้นคำตอบของผู้ตอบสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาและระบบการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษาใน
ปัจจุบัน โดยพบว่า ส่วนใหญ่ของกลุ่มนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น เหตุผล คือ เพื่อช่วยให้ผลการเรียนดีขึ้น
รองลงมา คือ เพื่อประสงค์ที่จะเข้าศึกษาต่อ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามพฤติกรรมการณ์การเรียนกวดวิชาที่สถาบันกวดวิชาเดอะ
คิวเตอร์ สาขาเจ็นทรัลพระราม 2

พฤติกรรมการณ์การเรียนกวดวิชา		จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการกวดวิชา	เรียนทุกวัน	28	12.17
	เรียนอาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง	175	76.09
	เรียนเดือนครั้ง	2	0.87
	เรียนเฉพาะช่วงปิดเทอม	12	5.22
	อื่นๆ	13	5.65
ค่าใช้จ่ายในการกวดวิชาโดย เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาท	4	1.74
	1,001 - 5,000 บาท	139	60.43
	5,001 - 8,000 บาท	46	20.00
	8,001 - 10,000 บาท	27	11.74
	มากกว่า 10,000 บาท	14	6.09
วิชา	คณิตศาสตร์	211	91.74
	วิทยาศาสตร์	119	51.74
	ฟิสิกส์	83	36.09
	อังกฤษ	130	56.52
	เคมี	49	21.30
	สังคมศึกษา	73	31.74
	อื่นๆ	29	12.61

พฤติกรรมการณ์การเรียนกวดวิชา		จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลในการเรียนกวดวิชา	เรียนที่โรงเรียนไม่เข้าใจ	102	44.35
	เพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น	176	76.52
	เพื่อเตรียมสอบเข้าศึกษาต่อ	138	60.00
	เรียนตามเพื่อน	13	5.65
	ผู้ปกครองให้เรียน	48	20.87
	เพื่อเรียนล่วงหน้าก่อนเรียน ในชั้นเรียนปกติ	85	36.96
	ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	78	33.91
อื่นๆ		4	1.74

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่สถาบันกวดวิชา
เดอะคิวเตอร์ สาขาเจ็นทรัลพระราม 2 สามารถสรุปแยกตามปัจจัยได้ดังต่อไปนี้ (ทั้งนี้รายละเอียดแสดงดัง
ตารางที่ 3)

4.1 ผลการวิเคราะห์ในด้านสินค้า (Product) จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับความ
น่าเชื่อถือของสถาบันและผู้สอนมาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ สถานที่กวดวิชาที่มีลักษณะโดดเด่นจำได้ง่ายและ
ผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนที่เคยเรียนกวดวิชาที่สถาบัน ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ในด้านราคา (Price) จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับราคามี
ความเหมาะสมสำหรับวิชานั้น ๆ มาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ เรื่องค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาที่อื่น ๆ และ
สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ในด้านสถานที่ (Place) จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับสถานที่
โรงเรียนกวดวิชาได้เข้ามาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ โรงเรียนกวดวิชาตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีการคมนาคม
สะดวกมีที่จอดรถ และมีการเดินทางสะดวกสบาย ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ในด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้
ความสำคัญกับการบอกต่อกันแบบปากต่อปากโดยนักเรียนที่เรียนในสถาบันนั้นๆ มาเป็นอันดับแรก รองลงมา
คือ มีการให้ส่วนลดต่างๆ และมีโปรโมชั่นในแต่ละคอร์สการเรียน ตามลำดับ

4.5 ผลการวิเคราะห์ในด้านบุคคล (People) จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับการที่
ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจในบทเรียนและทำข้อสอบได้ง่ายขึ้นมาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ผู้สอน
มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และผู้สอนมีความเชี่ยวชาญในวิชานั้นเป็นอย่างดี ตามลำดับ

4.6 ผลการวิเคราะห์ในด้านสภาพแวดล้อม (Physical evidence) จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้
ความสำคัญกับการที่สถาบันกวดวิชาไม่ได้ตั้งอยู่ในแหล่งที่ไม่เหมาะสม เช่น แหล่งอบายมุข มาเป็นอันดับแรก
รองลงมา คือ การที่สถาบันกวดวิชาจัดห้องเรียนที่มีความเหมาะสมกับการเรียนการสอน และการมีห้องเรียนที่
กว้างขวางสะดวกสบาย ตามลำดับ

4.7 ผลการวิเคราะห์ในด้านกระบวนการ (Process) จะเห็นได้ว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับ
การที่ผู้สอนสามารถสอนได้สนุก เพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อ มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีเทคนิคในการเรียนการ
สอนเข้าใจง่าย และมีรูปแบบการเรียนการสอนที่เหมาะสม ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด (7 P's) ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสถาบันกวดวิชาเคอะคิวเตอร์ สาขาเขียนทรัง
พระราม 2

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ							ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	SD	
1.ปัจจัยด้านสินค้า (Product)						4.02	0.53	มาก
1.1 ความมีชื่อเสียงของสถาบัน	16.52	62.17	19.57	0.87	0.87	3.93	0.69	มาก
1.2 ความน่าเชื่อถือของสถาบันและผู้สอน	34.78	53.91	11.31	0.00	0.00	4.23	0.64	มาก
1.3 ผู้สอนมาจากสถาบันที่มีชื่อเสียง	24.35	53.04	19.13	2.61	0.87	3.97	0.79	มาก
1.4 สถานที่กวดวิชาที่มีลักษณะโดดเด่นจำได้	33.05	44.78	20.87	0.87	0.43	4.09	0.78	มาก
1.5 ความมีชื่อเสียงของผู้สอน	19.13	53.48	24.35	2.61	0.43	3.88	0.75	มาก
1.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวก	23.04	47.83	27.83	0.87	0.43	3.92	0.78	มาก
1.7 ผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนที่เคยเรียนกวดวิชาที่สถาบัน	26.96	56.52	15.66	0.43	0.43	4.09	0.69	มาก
2.ปัจจัยด้านราคา (Price)						3.57	0.72	มาก
2.1 ค่าใช้จ่ายในการเรียนถูกกว่าที่อื่นๆ	14.78	37.83	43.04	3.04	1.31	3.62	0.82	มาก
2.2 สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้	10.87	28.70	40.43	11.74	8.26	3.22	1.06	ปานกลาง
2.3 ราคามีความเหมาะสมสำหรับวิชานั้นๆ	20.87	47.39	30.00	1.31	0.43	3.87	0.77	มาก
3. ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)						3.90	0.68	มาก
3.1 สถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้ที่พัก	23.91	31.31	32.17	10.87	1.74	3.65	1.02	มาก
3.2 การเดินทางมาสถาบันกวดวิชาสะดวกสบาย	27.40	40.43	27.83	3.91	0.43	3.90	0.86	มาก
3.3 สถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้แหล่งศูนย์การค้า	35.22	27.39	26.52	6.52	4.35	3.83	1.12	มาก
3.4 สถาบันกวดวิชาหาได้ง่าย	33.91	42.61	22.61	0.87	0.00	4.10	0.77	มาก
3.5 ตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีการคมนาคมสะดวกและมีที่จอดรถ	33.04	42.61	20.00	3.04	1.31	4.03	0.88	มาก

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ							ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	SD	
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)						3.78	0.66	มาก
4.1 มีการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์	7.40	22.17	35.65	24.78	10.00	2.92	1.08	ปานกลาง
4.2 มีการแจกแผ่นพับใบปลิว	27.83	42.61	24.78	3.91	0.87	3.93	0.87	มาก
4.3 มีโปรโมชั่นในแต่ละคอร์สของการเรียน	30.44	43.91	21.30	3.48	0.87	4.00	0.86	มาก
4.4 มีการบอกปากต่อปากโดยนักเรียนที่เรียนที่สถาบันนั้นๆ	30.00	45.65	21.74	2.61	0.00	4.03	0.79	มาก
4.5 มีการให้ส่วนลดต่างๆ เช่น ส่วนลดจากการเป็นสมาชิก	32.18	42.17	22.17	2.61	0.87	4.02	0.85	มาก
5. ปัจจัยด้านบุคคล (People)						4.42	0.56	มาก
5.1 ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญในวิชานั้นๆเป็นอย่างดี	50.43	41.74	7.83	0.00	0.00	4.43	0.64	มาก
5.2 ผู้สอนมีประสบการณ์	48.26	43.48	7.83	0.43	0.00	4.40	0.65	มาก
5.3 ผู้สอนมีความสามารถในการสื่อสารที่ดี	44.78	42.18	12.61	0.43	0.00	4.31	0.70	มาก
5.4 ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	53.48	39.13	6.96	0.43	0.00	4.46	0.64	มาก
5.5 ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจในบทเรียนและทำข้อสอบได้ง่ายขึ้น	56.52	36.09	6.96	0.43	0.00	4.49	0.65	มาก
6. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Physical evidence)						4.17	0.58	มาก
6.1 สถาบันกวดวิชาจัดห้องเรียนเหมาะสมกับการเรียนการสอน	33.05	54.35	12.17	0.43	0.00	4.20	0.66	มาก
6.2 สถานที่เรียนมีความกว้างขวางสะดวกสบาย	33.91	50.87	14.35	0.87	0.00	4.17	0.73	มาก
6.3 สภาพแวดล้อมโดยรวมถูกหลักสุขอนามัย	30.00	56.09	13.91	0.00	0.00	4.16	0.64	มาก
6.4 จำนวนผู้เรียนและผู้สอนมีความเหมาะสมกัน	31.31	46.96	21.30	0.43	0.00	4.09	0.73	มาก
6.5 สถาบันไม่ตั้งอยู่ในแหล่งที่ไม่เหมาะสม เช่น แหล่งอบายมุข	43.91	40.87	10.44	2.61	2.17	4.22	0.89	มาก

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ							ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	SD	
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)						4.31	0.55	มาก
7.1 มีสื่อการเรียนการสอนที่ดีทันสมัย	29.13	50.44	19.57	0.43	0.43	4.07	0.74	มาก
7.2 เทคนิคในการเรียนการสอนเข้าใจง่าย	45.65	46.96	7.39	0.00	0.00	4.38	0.62	มาก
7.3 รูปแบบการสอนเหมาะสม	43.48	46.09	9.56	0.87	0.00	4.32	0.68	มาก
7.4 ผู้สอนสอนสนุก เพลิดเพลินไม่น่าเบื่อ	54.78	36.52	8.70	0.00	0.00	4.46	0.65	มาก

อภิปรายผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเงินทูลพระพรหม 2 สามารถสรุปผลและอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

จากผลการศึกษา พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่เรียนกวดวิชาในสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเงินทูลพระพรหม 2 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 นักเรียนที่เรียนในแผนการเรียนวิทย์ - คณิต มีการเรียนกวดวิชามากที่สุดร้อยละ 72.17 โดยรวมแล้วนักเรียนที่มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 3.50-4.00 มีการเรียนกวดวิชามากที่สุดร้อยละ 44.34 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพฑูรย์ สินลาภรณ์ (2545) ที่พบว่านักเรียนในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์ - คณิตศาสตร์ เป็นนักเรียนที่มีการกวดวิชาว่านักเรียนในแผนอื่น โดยรวมแล้วนักเรียนที่มีผลการเรียนดีจะมีการกวดวิชาว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำกว่า และงานวิจัยของลาภรณ์ คันธวะ (2550) ที่พบว่า นักเรียนที่เรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ เรียนอยู่ในสายวิทยาศาสตร์ รองลงมา คือ สายศิลป์-คำนวณ และสายศิลป์-ภาษา ตามลำดับ อาชีพผู้ปกครองของนักเรียนที่เรียนกวดวิชาในสถาบันกวดวิชาเดอะติวเตอร์ สาขาเงินทูลพระพรหม 2 ส่วนใหญ่ร้อยละ 25.22 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รองลงมาคือ รับราชการ ร้อยละ 23.48 และเป็นทั้งนำส่ง คือ ผู้ปกครองที่เป็นเกษตรกรนักเรียนมีการเรียนกวดวิชาน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 2.61 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพฑูรย์ สินลาภรณ์ (2545) ที่พบว่าสำหรับอาชีพบิดาของนักเรียนนักศึกษาที่กวดวิชา หรือเคยกวดวิชาในภาพรวม พบว่า กลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่บิดาประกอบอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัวมีอัตราการกวดวิชาว่ามากที่สุด ในขณะที่กลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่บิดาประกอบอาชีพเกษตรกรรม หรือประมงนั้น มีอัตราการไม่กวดวิชาว่ามากที่สุด ข้อค้นพบประการสำคัญ คือ นักเรียนที่มาเรียนกวดวิชานั้น เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มากกว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นั้น อธิบายได้ว่า เนื่องจากหลักสูตรการเรียนในระดับชั้นที่ 4 จะค่อนข้างเรียนอย่างยากในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 ทำให้นักเรียนในระดับชั้นนั้น มักจะต้องหาสถานที่เรียนเสริมความเข้าใจให้มากขึ้น นอกจากนี้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 บางคนได้รับโควตาศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาแล้ว จึงไม่มีความจำเป็นต้องเรียนกวดวิชาเพิ่มเติมอีก ขณะที่ข้อค้นพบที่ว่า นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูงนิยมเรียนกวดวิชาว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำนั้น อธิบายได้ว่า นักเรียนที่ได้

เกรดเฉลี่ยสูง ย่อมต้องการศึกษาต่อในคณะที่ได้รับความนิยมสูง ซึ่งทำให้การแข่งขันเป็นไปอย่างรุนแรง ด้วยเหตุนี้ นักศึกษาเหล่านั้นจึงต้องเสริมสร้างความรู้ให้สูงขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันที่มีความต้องการในระดับเดียวกัน

ในส่วนของพฤติกรรมทางการศึกษานักเรียนมัธยมมีค่าใช้จ่ายในการกวดวิชาโดยเฉลี่ยต่อเทอมมากที่สุดระหว่าง 1,001-5,000 บาท ส่วนวิชาที่นักเรียนส่วนใหญ่เรียนกวดวิชาว่ามากที่สุดคือ วิชาคณิตศาสตร์ รองลงมาคือ วิชาภาษาอังกฤษ ซึ่งเหตุผลในการเรียนกวดวิชาว่านักเรียนส่วนใหญ่เรียนเพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้นมากที่สุด และรองลงมาเพื่อเตรียมสอบเข้าศึกษาต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพฑูรย์ สินลาภรณ์ (2545) ที่พบว่า วิชาที่มีการเรียนกวดวิชาว่ามากที่สุดในทุกระดับการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการเรียนจากโรงเรียนกวดวิชา หรือเรียนจากที่อื่นซึ่งไม่ใช่โรงเรียนกวดวิชาคือ วิชาคณิตศาสตร์ ส่วนใหญ่ของกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่กวดวิชา มีเหตุผลว่าเพื่อช่วยให้ผลการเรียนดีขึ้น กลุ่มครูส่วนใหญ่มีความเห็นว่านักเรียนกวดวิชานั้นเพื่อเตรียมสอบเข้าศึกษาต่อ กลุ่มโรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่มีความเห็นว่านักเรียนนักศึกษาที่กวดวิชาเพราะต้องการให้ผลการเรียนดีขึ้น ในขณะที่ส่วนใหญ่ของผู้ปกครองก็มีความเห็นในทำนองเดียวกันคือ นักเรียนกวดวิชาเนื่องจากต้องการให้ผลการเรียนดีขึ้น และงานวิจัยของลาภรณ์ คันธวะ (2550) ที่พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาโดยเฉลี่ยต่อเทอม จะอยู่ระหว่าง 1,001 - 5,000 บาท มากที่สุด

ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา เรียงตามลำดับประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านราคา ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า เมื่อธุรกิจสถาบันกวดวิชาเป็นธุรกิจขายบริการ จะเห็นได้ว่า สามอันดับแรกเป็น 3P's ที่เพิ่มขึ้นมาจาก 4P's ดังนั้นการทำการตลาดจึงต้องเน้น 3P's ที่เพิ่มขึ้นมาเป็นอย่างยิ่ง เพราะส่วนเพิ่มนี้ถือได้ว่าเป็นส่วนเสริมเฉพาะธุรกิจบริการจาก 4P's จึงเป็นส่วนประสมการตลาดพื้นฐานสำหรับธุรกิจโดยทั่วไป การปรับปรุงปัจจัยด้านบุคคลทำได้โดย จัดการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพตั้งแต่การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลุกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ สำหรับการปรับปรุงปัจจัยด้านกระบวนการ ทำได้โดยวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและผู้ให้บริการให้มากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรอนาน จัดระบบการไหลของการให้บริการให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด ขณะที่การปรับปรุงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ทำได้โดยการออกแบบสำนักงาน ตลอดจนอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ให้เรียบร้อยเป็นระเบียบเหมาะสมกับลักษณะของกิจการ (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ 2547)

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

ข้อเสนอแนะของทางศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ จากการศึกษาที่พบว่านักเรียนเรียนกวดวิชาเพื่อไม่ให้ผลการเรียนดีขึ้นและเพื่อเตรียมเข้าศึกษาต่อเป็นจำนวนมาก เนื่องจากในปัจจุบันการศึกษามีความสำคัญอย่างมาก มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงทั้งในห้องเรียนและการสอบแข่งขันเพื่อเข้าศึกษาต่อ จึงทำให้มีจำนวนนักเรียนเรียนกวดวิชาเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อให้สามารถสอบเข้าสถาบันที่มีชื่อเสียงและต้องการได้ ดังนั้นควรมีการตรวจสอบมาตรฐานของสถาบันกวดวิชาเพื่อไม่ให้มีผลลบลวงนักเรียนที่มาเรียนกวดวิชา และควรมีการปรับปรุงระบบรวมถึงมาตรฐานการเรียนการสอนภายในโรงเรียนให้มีคุณภาพมากขึ้น ทำให้นักเรียนมีความตั้งใจที่จะเรียน และไม่ต้องเรียนกวดวิชาโดยไม่จำเป็น รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อนักเรียนที่ผู้ปกครองมีรายได้ไม่เพียงพอที่จะให้ไปเรียนกวดวิชาได้

บรรณานุกรม

ประสพชัย พูลนนท์. 2553. สถิติธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ท็อปพับลิชิ่ง.

ไพฑูริย์ สินลารัตน์. 2545. การกวาดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : องค์การค้าของคุรุสภา.

วัน เดชพิชัย. 2532. คู่มือการวิจัยและประเมินโครงการทางการศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์. ปัตตานี : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

สิวกุทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2547. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ท็อปพับลิชิ่ง.

สรชัย พิศาลบุตร เสาวรต ไญ้ส่วง และปรีชา อิศวเดชาบุตร. 2549. การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิทย์พัฒน์.

ลาลินี คันธวะ. 2550. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวาดวิชา ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง." รายงานประกอบรายวิชาการวิจัยในประเด็นทางเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.