



วารสารวิชาการ อุตสาหกรรมศึกษา

URL : <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jindedu/issue/archive>

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียน
ระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Students' Behavior Trend in Studying Tutorial School for Elementary
School in Bangkok Metropolis

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์, ณัฏษ์ กุลิสร์

Chonlatid Heampasid, Nak Gulid

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

Faculty of Social Science, Srinakharinwirot University

114 Sukumvit 23 Watta Bangkok 10110

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสังคมและแรงจูงใจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 – ป.6) ในสถานกวดวิชาของเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 285 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการหาค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือสัมประสิทธิ์การถดถอย ผลการวิจัยพบว่า 1.) นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 147 คน มีอายุ 12 ปี เรียนอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4,5 และ 6 อย่างละเท่า ๆ กัน ศึกษาอยู่ในสังกัดโรงเรียนรัฐบาล ผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดมีคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.00 2.) ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3.) ปัจจัยด้านสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก 4.) แรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 5.) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 6.) แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 7.) ความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีความแตกต่างกันในกลุ่มอายุ และในกลุ่มระดับการศึกษา และผลการเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน มีความแตกต่างกันในกลุ่มผลการเรียน 8.) ปัจจัยทางด้านสังคมและแรงจูงใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับ

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์, ณัฏษ์ กุฬิสร์

วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2557 (27-40)

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำและระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 9.) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเรียนต่อ สถานกวดวิชา

Abstract

This research aims to study behavior trend on continuing to study at the same tutorial school of upper elementary school students in Bangkok metropolis that consisting of demographic factors, marketing mix satisfaction factors, and social and motive factors. Sample size is 285 upper elementary school students (Grade.4-.6) studying at the private tutorial schools in Bangkok metropolis. The tool for data collection is questionnaire. Statistics for data analysis are percentage, mean, and standard deviation. Statistics for hypotheses testing are the difference analysis by applying the t-test, one-way analysis of variance, pair difference comparison by applying Least Significant Difference, Pearson product moment correlation coefficient, and statistical significance test of multiple regression analysis or regression coefficient. Research results are as follows: 1.) Responding students are 138 boys and 147 girls aged 10 years for 92 students, 11 years for 95 students, and 12 years for 98 students, studying at Pathom 4 for 95 students, Pathom 5 for 95 students, and Pathom 6 for 95 students, studying at state schools for 145 students and private schools for 140 students, having Grade Point Average (GPA) of current semester at 3.00 or lower for 16 students, GPA between 3.01 and 3.50 for 66 students, and GPA between 3.51 and 4.00 for 203 students. 2.) Overall satisfaction toward marketing mix at the high levels. 3.) Overall social factors at the very high important levels. 4.) overall motive at the highest levels. 5.) Overall studying behavior in tutorial schools at the highest levels. 6.) Overall behavior trend on continuing to study at the same tutorial school at the high levels. 7.) Consumers with different age, education level and schools, influence studying behavior in tutorial schools in category of the pleasure on tutors' teaching differently with statistical significance of 0.05 levels. And consumers with different GPA influence behavior on continuing to study at the same tutorial schools in category of students' full attention on their class study differently with statistical significance of 0.01 levels. 8.) Social factors and consumers' motive have positively related to behavior on continuing to study at the same tutorial school at the low levels with statistical significance of 0.01 levels. 9.) Studying behavior in tutorial schools has positively related to behavior trend on continuing to study at the same tutorial school in category of students' enrollment on the consequent course at the same tutorial school at the low levels with statistical significance of 0.01 levels.

Keyword: continuing study ,tutorial school

บทนำ

จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ได้วิเคราะห์คะแนนการทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐานหรือ O-Net ของนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากจำนวนนักเรียนเข้าสอบทั้งสิ้น 28,290 คน พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนน O-Net รวมทุกวิชาในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 อยู่ที่ 49.36 คะแนน(ผู้จัดการออนไลน์, 18 กันยายน 2555) ข้อมูลดังกล่าวแสดงถึงมาตรฐานการศึกษาของเด็กไทยโดยรวมอยู่ในระดับต่ำกว่าเกณฑ์ การเรียนกวดวิชาจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถช่วยแก้ปัญหาของผลการเรียนให้กับนักเรียนได้

เดิมทีการกวดวิชามีจุดมุ่งหมายเพียงเพื่อจัดการเรียนการสอนเสริมให้สำหรับนักเรียนที่เรียนอ่อนหรือเรียนไม่ทันเพื่อน หากแต่ในปัจจุบันจุดมุ่งหมายในการเรียนกวดวิชาเริ่มเปลี่ยนไป ไม่ใช่เฉพาะนักเรียนที่เรียนอ่อนเท่านั้น แต่นักเรียนหลายคนที่ยังเรียนกวดวิชาต้องการเรียนให้เก่งขึ้นหรือเรียนให้เก่งกว่าคนอื่น นักเรียนแต่ละคนจะมีเหตุผลในการเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในคือ ระบบการเรียนการสอนในโรงเรียนที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถสอนเนื้อหาให้นักเรียนได้เท่ากัน ปัจจัยจากตัวนักเรียนเอง เช่น ความไม่เอาใจใส่ ความไม่สนใจและไม่ตั้งใจเรียน หรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ ก็ตามเช่น อาจารย์ของโรงเรียนกวดวิชาที่มีเทคนิคในการสอนที่แปลกใหม่และแตกต่างไปจากในห้องเรียนของโรงเรียนในระบบ หรือค่านิยมในการเรียนกวดวิชาที่นักเรียนจำนวนมากมองเห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น หากไม่เรียนกวดวิชา ก็จะไม่มีความรู้เท่าเพื่อนที่เรียนกวดวิชา

จากผลสำรวจของนักเรียนที่เรียนกวดวิชาพบว่า นักเรียนที่เรียนกวดวิชาอยู่ในปัจจุบันคิดว่าจำเป็นที่จะต้องเรียนพิเศษเพราะปัจจุบันการแข่งขันทางการศึกษามีสูงขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องเรียนพิเศษเพื่อพัฒนาตนเอง และการเรียนพิเศษทำให้มีความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนมากขึ้น (นิต้าโพล.เด็กไทยกับโรงเรียนกวดวิชา.85/2555)

ปัจจุบันธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาจัดได้ว่าเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่นำลงทุนติดอันดับต้น เนื่องด้วยมีการเติบโตอย่างแพร่หลายไม่ว่าสภาพเศรษฐกิจจะมีสภาวะใดก็ตาม

การสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนต่อในสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวเร่งให้ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาประสบความสำเร็จ สำหรับธุรกิจกวดวิชานั้น มีการประเมินเรื่องค่าเรียนว่าไม่ต่ำกว่าปีละ 30,000 ล้านบาท โดยมีเด็กนักเรียนเรียนเฉลี่ย 3 หลักสูตรต่อหนึ่งภาคเรียน ค่าเรียนเฉลี่ยหลักสูตรละประมาณ 2,000 บาท (จิตรรา วงศ์บุญสิน, 23 สิงหาคม 2554. จาก <http://www.chulakid.com>)

จากแนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในประเทศไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณการมูลค่าตลาดธุรกิจกวดวิชาในปี 2556 ไว้ที่ประมาณ 7.160 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีมูลค่าประมาณ 7,000 ล้านบาท และจะเติบโตไปสู่ 8,189 ล้านบาทในปี 2558 หรือเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.4 จึงเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจและดึงดูดใจสำหรับผู้ประกอบการไทยเป็นอย่างยิ่ง และจังหวัดกรุงเทพมหานครมีจำนวนของโรงเรียนกวดวิชาอยู่เป็นจำนวนมากและมีอัตราการสอบแข่งขันของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายเพื่อเข้าโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงสูงกว่าในเขตของปริมณฑลและต่างจังหวัด ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการศึกษาต่อในสถานกวดวิชา ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งหวังว่าข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เพื่อที่จะนำข้อมูลดังกล่าวไปประกอบการพิจารณาในการบริหารงาน วิเคราะห์ปรับปรุง แผนธุรกิจ ให้ตรงกับความต้องการของนักเรียนและมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน และผลการเรียนของนักเรียนที่มีผลต่อพฤติกรรมการศึกษาต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัวกับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ กับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

ความสำคัญ

ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา ของนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสำคัญดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจสถานกวดวิชา สามารถนำผลของการศึกษาไปใช้ประกอบการพิจารณาในการบริหารงานให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน

2. ผู้ประกอบการที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจสถานกวดวิชาในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ได้รับรู้ถึงความต้องการของนักเรียน

3. เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจได้ศึกษาและนำผลของการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษา และอ้างอิงต่อไป

ขั้นตอนการดำเนินการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 - ป.6) ในสถานกวดวิชาของเอกชน และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 - ป.6) ในสถานกวดวิชาของเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสถานกวดวิชา 5 แห่ง ที่ให้ความร่วมมือ วิธีสุ่มตัวอย่างตามโควตา เก็บข้อมูลจากสถานกวดวิชาแต่ละ 57 คน (Quota Sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) จากนักเรียนที่เรียนในสถานกวดวิชาในแต่ละแห่ง

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามชนิดปลายปิด (close-end response questions) ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียน และผลการเรียน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถานกวดวิชาทั้งหมด 7 ด้าน จำนวน 25 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (interval scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสังคม 2 ด้าน จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Likert scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจ 2 ด้าน จำนวน 8 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (interval scale)

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (interval scale)

ตอนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม จำนวน 4

ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ซึ่งมีลักษณะค่าตรงข้ามกัน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (interval scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ดังนี้

1.1 หาค่าร้อยละ (percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 หาค่าเฉลี่ย (mean : \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation : S.D.) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถานกวดวิชา ตอนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม ตอนที่ 4 แรงจูงใจ ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา และ ตอนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (independent t-test) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ และสังกัดของโรงเรียน

2.2 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one - way analysis of variance) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ ระดับการศึกษา และผลการเรียน

2.3 สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (multiple regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งเป็นการศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

2.4 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 3 - 5

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน และผลการเรียนของนักเรียน รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคล	รายละเอียด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย (G1)	138	48.40
	หญิง (G2)	147	51.60
2. อายุ	10 ปี (A1)	92	32.30
	11 ปี (A2)	95	33.30
	12 ปี (A3)	98	34.40
3. ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 (L1)	95	33.33
	ประถมศึกษาปีที่ 5 (L2)	95	33.33
	ประถมศึกษาปีที่ 6 (L3)	95	33.33
4. สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน	โรงเรียนรัฐบาล (SCH1)	145	50.90
	โรงเรียนเอกชน (SCH2)	140	49.10
5. ผลการเรียนภาคเรียนล่าสุด	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.00(GRD1)	16	5.60
	3.01 - 3.50(GRD2)	66	23.20
	3.51 - 4.00(GRD3)	203	71.20

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์, ณัฏช์ กุลิษฐ์

วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2557 (27-40)

จากตารางที่ 1 พบว่า นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 12 ปี เรียนอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4, 5 และ 6 อย่างละเท่า ๆ กัน ศึกษาอยู่ในสังกัดโรงเรียนรัฐบาล ผลการเรียนรู้ภาคเรียนล่าสุด มีคะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.00

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสังคมที่มีผลต่อการมาเรียนกวดวิชา ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชา พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา และแนวโน้มพฤติกรรมการ

เรียนต่อของนักเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ดังตารางที่ 2

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ปัจจัยด้านสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 แรงจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสังคมที่มีผลต่อการมาเรียนกวดวิชา ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชา พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา และแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อของนักเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

รายการ	mean	S.D.	แปลความ
ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อสถานกวดวิชา	4.25	0.48	มีความพึงพอใจมาก
(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (P1)	4.39	0.62	มีความพึงพอใจมาก
(2) ด้านราคา (P2)	4.22	0.57	มีความพึงพอใจมาก
(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (P3)	4.29	0.63	มีความพึงพอใจมาก
(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (P4)	4.09	0.68	มีความพึงพอใจ
(5) ด้านบุคคล (P5)	4.42	0.56	มีความพึงพอใจมาก
(6) ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (P6)	4.12	0.57	มีความพึงพอใจ
(7) ด้านกระบวนการ (P7)	4.34	0.67	มีความพึงพอใจมาก
ปัจจัยด้านสังคม	4.06	0.44	สำคัญมาก
(1) กลุ่มอ้างอิง (S1)	3.12	0.07	สำคัญปานกลาง
(2) ครอบครัว (S2)	4.69	0.48	สำคัญมากที่สุด
แรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชาของนักเรียน	4.38	0.49	มีแรงจูงใจมากที่สุด
(1) ด้านเหตุผล (M1)	4.66	0.43	มีแรงจูงใจมากที่สุด
(2) ด้านอารมณ์ (M2)	3.92	0.91	มีแรงจูงใจมาก
พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน	4.36	0.53	มากที่สุด
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน (Y1)	4.58	0.66	มากที่สุด
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน (Y2)	4.26	0.74	มากที่สุด
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย (Y3)	3.95	0.85	มาก

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์, ณัฏษ์ กุลิสร်
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2557 (27-40)

รายการ	mean	S.D.	แปลความ
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ (Y4)	4.6	0.68	มากที่สุด
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา (Y5)	4.44	0.77	มากที่สุด
แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน	4.07	0.77	เรียนต่อในระดับมาก
1. เมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม (T1)	4.16	0.93	เรียนต่อในระดับมาก
2. หากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียน (T2)	4.05	0.91	เรียนต่อในระดับมาก
3. นักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชา ที่สถานกวด วิชาแห่งนี้ (T3)	4.21	0.89	เรียนต่อในระดับมากที่สุด
4. หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสถานะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม (T4)	3.88	0.98	เรียนต่อในระดับมาก

ตอนที่ 3 ความแตกต่างของพฤติกรรมกรเรียนในสถาน กวดวิชาตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา สังกัดโรงเรียนและผลการเรียนแตกต่างกัน ดัง ตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมกรเรียนในสถานกวดวิชาตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดโรงเรียนและผลการเรียนแตกต่างกัน

พฤติกรรมกรเรียนของนักเรียนในสถาน กวดวิชา	แตกต่าง(ระดับนัยสำคัญที่ .05)		ไม่แตกต่าง
	ด้าน	คู่ที่แตกต่าง	
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวด วิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน			เพศ/อายุ/ระดับการศึกษา / สังกัดโรงเรียน/ผลการเรียน
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	ผลการเรียน	GRD1 – GRD2 GRD1 – GRD3	เพศ/อายุ/ระดับการศึกษา / สังกัดโรงเรียน
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย			เพศ/อายุ/ระดับการศึกษา / สังกัดโรงเรียน/ผลการเรียน
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของ อาจารย์ผู้สอน	อายุ	A1 – A2 A2 – A3	เพศ/สังกัดโรงเรียน/ผลการ เรียน
	ระดับการศึกษา	L1 – L2	
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่ เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา			เพศ/อายุ/ระดับการศึกษา / สังกัดโรงเรียน/ผลการเรียน

จากตารางที่ 3 พบว่า พฤติกรรมกรเรียนของ นักเรียนในด้านความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนมีความแตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามความ แตกต่างของผลการเรียนระหว่างผลการเรียนในช่วง คะแนนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.00 กับผลการเรียนในช่วง คะแนน 3.01-3.50 และระหว่างผลการเรียนในช่วงต่ำ กว่าหรือเท่ากับ 3.00กับผลการเรียนในช่วงคะแนน3.51-

4.00และพฤติกรรมกรเรียนของนักเรียนในด้านความ สนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมีความแตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามความ แตกต่างของอายุระหว่างคู่อายุ 10 ปีกับ 11 ปี และคู่อายุ 10 ปี กับ 12 ปี และแตกต่างกันตามความแตกต่างของ ระดับการศึกษาระหว่างคู่ ป.4 กับ ป.5 นอกนั้นไม่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์, ณิชกุล กุฬิสร์
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2557 (27-40)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา จากปัจจัยด้าน ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ตัวแปร	Y ₁		Y ₂		Y ₃		Y ₄		Y ₅	
	b	Sig.	b	Sig.	B	Sig.	b	Sig.	b	Sig.
K	1.920	0.000	1.345	0.000	1.616	0.000	1.366	0.000	1.402	0.000
P1	0.223	0.002	0.216	0.009	0.055	0.573	0.165	0.022	-0.012	0.881
P2	-0.056	0.431	0.201	0.016	-0.179	0.074	0.024	0.745	-0.030	0.715
P3	-0.066	0.349	0.041	0.622	0.067	0.499	0.057	0.429	0.187	0.025
P4	0.115	0.111	-0.200	0.019	0.163	0.109	0.085	0.251	0.156	0.066
P5	0.089	0.394	0.261	0.033	0.155	0.290	0.315	0.003	-0.096	0.430
P6	-0.390	0.659	0.058	0.577	0.071	0.568	0.081	0.371	0.237	0.024
P7	0.344	0.000	0.085	0.330	0.211	0.045	0.021	0.785	0.282	0.001

จากตารางที่ 4 ได้สมการเชิงเส้นถดถอยพหุคูณของพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา 5 ด้าน จากปัจจัยด้าน ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ดังสมการ (1) - (5)

$$Y_1 = 1.920 + 0.223 P_1 + 0.344 P_7 \quad (1)$$

$$Y_2 = 1.345 + 0.216 P_1 + 0.201 P_2 - 0.200 P_4 + 0.201 P_5 \quad (2)$$

$$Y_3 = 1.616 + 0.211 P_7 \quad (3)$$

$$Y_4 = 1.366 + 0.165 P_1 + 0.315 P_5 \quad (4)$$

$$Y_5 = 1.402 + 0.187 P_3 + 0.237 P_6 + 0.282 P_7 \quad (5)$$

ตารางที่ 5 ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน กับปัจจัยด้านสังคม ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ และด้านแรงจูงใจ

ปัจจัย	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅
ปัจจัยด้านสังคม	0.333**	0.298**	0.265**	0.305**	0.305**
ปัจจัยแรงจูงใจ	0.407**	0.415**	0.427**	0.380**	0.390**

หมายเหตุ ** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งที่เรียน โดยไม่คิดหนีเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แรงจูงใจของผู้บริโภค

โดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งที่เรียน โดยไม่คิดหนีเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์, ณิชกุล กุฬิสร์
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2557 (27-40)

ตารางที่ 6 ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน

แนวโน้ม	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅
T1	0.300**	0.161**	0.161**	0.284**	0.302**
T2	0.313**	0.259**	0.297**	0.369**	0.361**
T3	0.446**	0.349**	0.321**	0.406**	0.438**
T4	0.249**	0.218**	0.340**	0.271**	0.427**

หมายเหตุ ** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่าพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนมีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นจากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่น่ามาอภิปรายได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในด้านความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามความแตกต่างของผลการเรียนระหว่างผลการเรียนในช่วงคะแนนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.00 กับผลการเรียนในช่วงคะแนน 3.01-3.50 และระหว่างผลการเรียนในช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.00 กับผลการเรียนในช่วงคะแนน 3.51-4.00 และพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในด้านความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามความแตกต่างของอายุระหว่างคู่อายุ 10 ปีกับ 11 ปี และคู่อายุ 10 ปี กับ 12 ปี และแตกต่างกันตามความแตกต่างของระดับการศึกษาระหว่างคู่ ป.4 กับ ป.5 นอกนั้นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ พรเพชร โสติถิมานนท์. (2548) ได้กล่าวว่านักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับครู เชื่อ

ฟังคำสั่งสอน และครูตั้งใจอบรมสั่งสอน ให้ความรักความห่วงใย ทำให้นักเรียนเรียนได้ประสบความสำเร็จ มีความตั้งใจในการเรียน ไม่ท้อถอย มีความพยายามในการเรียน สัมพันธภาพระหว่างครูกับนักเรียน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ส่วนนักเรียนบางคนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชา มาก ทั้งนี้เพราะนักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนจะมีความห่วงใยกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการพูดคุยปรึกษาหารือกัน เมื่อมีปัญหา รวมถึงมีการแนะนำสิ่งที่ดีต่าง ๆ ให้แก่นักเรียนและเพื่อนจะมีการชักชวนกันไปเรียนกวดวิชา สัมพันธภาพระหว่างนักเรียนกับเพื่อน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก และไพฑูริย์ ลินลาร์ตัน (2545) กล่าวว่าไว้ว่าการกวดวิชาเป็นการเรียนเพิ่มเติมจากการเรียนปกติในชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาต่างๆ เป็นหลัก จึงอาจจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเหนื่อยและเพศชายมีความตั้งใจเรียน มีความมุ่งมั่นในการเรียน หรือมีการซักถามอาจารย์ผู้สอนเมื่อมีข้อสงสัยเพื่อให้ตนเองพร้อมที่จะก้าวสู่จุดหมายปลายทางที่หวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับเกษตรชัย และหิม (2550) ที่กล่าวว่าแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ และสุจินต์ เพิ่มพิทักษ์ และทัศนีย์นารถ ลิ้มสุทธิวันภูมิ (2553) กล่าวว่าไว้ว่าแรงจูงใจของนักศึกษาศพศหญิงและเพศชายไม่แตกต่างกัน และ สาลีณี คันธวะ (2551) กล่าวว่า หลักสูตรการเรียนรู้กวดวิชาของนักเรียนส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรเพื่อทำเกรด รองลงมาเพื่อเตรียมสอบแอด

มีชั้น สิ่งดังกล่าวนั้นอาจจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความตั้งใจเรียน มีความมุ่งมั่นในการเรียน หรือมีการซักถามอาจารย์ผู้สอนเมื่อมีข้อสงสัย เพื่อให้ตนเองพร้อมที่จะก้าวสู่จุดหมายปลายทางที่หวังไว้ และสอดคล้องกับพระมหาธานินทร์ วิฑิตวิโร (อินทวิ) (2545) กล่าวว่าไว้ว่านักเรียนที่มีระดับการศึกษาเดิมในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และในระดับอื่นๆ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนไม่ต่างกันคืออยู่ในระดับมาก

2. สมการเชิงเส้นถดถอยพหุคูณของพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา 5 ด้าน จากปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ดังสมการ

$$Y_1 = 1.920 + 0.223 P_1 + 0.344 P_7$$

$$Y_2 = 1.345 + 0.216 P_1 + 0.201 P_2 - 0.200 P_4 + 0.201 P_5$$

$$Y_3 = 1.616 + 0.211 P_7$$

$$Y_4 = 1.366 + 0.165 P_1 + 0.315 P_5$$

$$Y_5 = 1.402 + 0.187 P_3 + 0.237 P_6 + 0.282 P_7$$

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายจิต ลิลิต (2537) ซึ่งกล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาให้ความสำคัญด้านการบริการหรือผลิตภัณฑ์โดยเน้นเป็นอย่างยิ่งในหลักสูตรและเนื้อหาวิชาการ และชูประเด็นของหลักสูตรและเนื้อหาวิชาการเป็นจุดขายของโรงเรียนกวดวิชา เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักเรียนที่สนใจจะเรียนกวดวิชา และที่นัฏทิมล อินทกนก(2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักเรียนระดับ ปวช.วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการการศึกษาด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับรายงานการสัมมนาของคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2544:10) ที่กล่าวถึงเรื่องการกวดวิชานั้น ผู้ปกครองส่วนใหญ่เลือกเรียนในสถานที่ใกล้บ้านมากกว่าที่ต้องเดินทางไกล รวมไปถึงความพึงพอใจอื่นๆ ด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ใช้กระตุ้นในการให้นักเรียนมาลงทะเบียนให้ได้เป็นจำนวนมาก รวมถึงปัจจัยส่วนตลาดต่างๆที่ทางสถานกวดวิชาไม่ได้มีการกระทำอย่างต่อเนื่อง ขาดการประชาสัมพันธ์ให้กับ

ภายนอกรับรู้ ด้านบุคคล พนักงานแต่ละคนในสถานกวดวิชาอาจจะมีรูปแบบในการให้บริการแตกต่างกันไปในการให้คำปรึกษากับนักเรียน หรือพูดคุยก่อนที่นักเรียนจะเข้าชั้นเรียน และด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพแม้ว่าทางห้องเรียนของสถานกวดวิชาจะมีความพร้อมในการจัดการเรียนการสอน ไม่ว่าจะเป็นความสว่างของห้องเรียนที่เหมาะสม ความสะอาดของห้องน้ำ อาจจะมีบางห้องที่มีความสว่างไม่เพียงพอ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล และการสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพไม่สามารถทำนายด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนได้ สอดคล้องกับทฤษฎีของ คีร์วรรณ เสรีรัตน์ (2546: 53) ที่ว่าราคา(Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาค่าผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และการแข่งขัน สอดคล้องกับแนวความคิดของ คีร์วรรณ เสรีรัตน์ (2541: 334-337) ได้กล่าวว่ากระบวนการ(Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction) และสอดคล้องกับการศึกษาของวิริยะ ฤาชัยพาณิชย์(2544) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนมีความต้องการอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน ในระดับมากที่สุดและสอดคล้องกับฤชณา รัตนพฤกษ์ (2545) ได้กล่าวว่า พนักงานที่ให้บริการ โดยมีการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ในการทำงาน มีข้อมูลข่าวสารทางการศึกษาที่ทันสมัย เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกเรียนในสถานกวดวิชา

3. ปัจจัยทางด้านสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงและครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ได้แก่ ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน , ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย , ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน และด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมัทัศน์คติทางด้านสังคมเพิ่มขึ้น จะทำให้นแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน เพิ่มขึ้นเล็กน้อย กล่าวคือ ปัจจัยทางด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์(2546: 199) กล่าวว่า ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อการบริโภคต่างๆ และสอดคล้องกับมาจุมดาร์(Majumdar. 2010: 143) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในสินค้าหรือการบริการมาแล้ว หรือเป็นสินค้าหรือบริการที่ง่ายต่อการหาข้อมูล ผู้บริโภคมักจะไม่ขอคำปรึกษาจากผู้อื่นในการมาเลือกใช้ ในทางตรงกันข้ามสินค้าหรือการบริการที่ผู้บริโภคมีประสบการณ์เพียงเล็กน้อย ผู้บริโภคจะมีแนวโน้มขอคำแนะนำจากผู้อื่น

4. แรงจูงใจของผู้บริโภค อันประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน , ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น จะมีพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน , ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อ

สงสัย เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ในส่วนแรงจูงใจของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน และด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น จะมีพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน , ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542: 54) ที่กล่าวว่าธรรมชาติของแรงจูงใจ (Nature of Motive) ของมนุษย์ประกอบด้วย 1) แรงจูงใจที่มีพื้นฐานมาจากความต้องการ (Based on needs) คือ มีแรงจูงใจเกิดขึ้นจากความต้องการ ซึ่งความต้องการแบบนี้มีก็ได้ หรือไม่มีก็ได้ซึ่งไม่จัดเป็นแรงจูงใจ เมื่อไรที่ความต้องการมีความรุนแรงขึ้นจนเกิดความตึงเครียดและกลายเป็นแรงจูงใจขึ้นมา 2) แรงจูงใจเป็นความหงุดหงิด หรือความตึงเครียด (Frustration) 3) การมุ่งหมายความสำคัญไปที่เป้าหมาย (Goal - Directed) คือ การพยายามที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ซึ่งจะต้องมีทิศทางที่แน่ชัดและทิศทางที่ว่านั้นจะต้องมุ่งตรงเข้าสู่เป้าหมายของชีวิตเป็นการรวมพลัง 4) การรวบรวมความพยายาม (Muster Up all the Efforts) เมื่อพยายามจะรวมพลัง รวมความพยายามต่าง ๆ ทั้งหลายเพื่อจะบรรลุเป้าหมาย ที่เราต้องการจะแก้ไขให้ได้ การจูงใจเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการแสดงออก กล่าวคือคนมีพื้นฐานความต้องการที่ต่างกัน เนื่องจากฐานะที่ต่างกันจึงทำให้แรงจูงใจก็ต่างกันไปด้วย เมื่อไรที่มีความต้องการก็จะเกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ดังนั้น จึงทำให้เกิดสายการบินที่มีราคาแตกต่างกันออกไป เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละคนที่มีแตกต่างกัน

5. พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนเพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม เพิ่มขึ้นเล็กน้อย และพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน ด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ และด้านหากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนเพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน ด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ และด้านหากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม เพิ่มขึ้นปานกลาง สอดคล้องกับผลวิจัยของ มณฑกกาญจน์ วิจิตรสกลธ์ (2551) ที่พบว่าพฤติกรรมที่มุ่งศึกษาโดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มพฤติกรรมนั้น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม และแรงจูงใจโดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากปัจจัยส่วนบุคคลของ เจ้าของสถานกวดวิชาหรืออาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชาควรปรับเปลี่ยนวิธีการสอน หรือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ หรือกลวิธีอื่น ๆ ที่จะทำให้นักเรียนโดยเฉพาะในระดับชั้น เพิ่มความเอาใจใส่ หรือดูแลผู้บริโภคมที่มีผลการเรียนต่ำกว่า 2.51

2. จากความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด สถานกวดวิชาควรให้ความสำคัญต่อรูปแบบของหลักสูตร เน้นการได้รับการเรียนที่มีคุณภาพ ควรขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมกับกลุ่มผู้เรียนที่อยู่ต่างพื้นที่ ควรเพิ่มการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น ควรสร้างชื่อเสียงด้วยการพัฒนาควรให้ความใส่ใจในการให้บริการ ควรให้ความสำคัญกับ กระบวนการที่ดี

3. เจ้าของสถานกวดวิชาควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านสังคมดังกล่าว เพื่อที่จะทำให้มีผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจัยทางด้านสังคมซึ่งประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงและครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติทางด้านสังคมเพิ่มขึ้นจะทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมเพิ่มขึ้น

4. เจ้าของสถานกวดวิชาควรคำนึงถึงปัจจัยด้านนี้เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมาใช้บริการสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้น เนื่องจากแรงจูงใจของผู้บริโภค อันประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม โดยเฉพาะในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน , ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องเดียวกันนี้โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในเขตจังหวัดอื่น ๆ ที่มีธุรกิจ กวดวิชาเป็นจำนวนมาก
2. ควรศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกต่อไป เช่น วิเคราะห์คุณสมบัติของครูผู้สอนที่ นักเรียนในโรงเรียน กวดวิชาพึงพอใจ วิเคราะห์เนื้อหาวิชาหลักที่นักเรียนนิยมเรียน วิเคราะห์ต้นทุนและการกำหนดราคาค่าเรียนในแต่ละหลักสูตรที่สามารถมีกำไรและแข่งขันได้วิเคราะห์แนวโน้มด้านจำนวนผู้เรียนในอนาคต

บรรณานุกรม

- ภคชรา รัตนพฤษ. 2545. การตลาดบริการ. เชียงใหม่. ภาควิชาการตลาด. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เกษตรชัย และหิม. 2550. องค์ประกอบในการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน โรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์, 13(3): 435-453.
- ณัฐศิมล อินทะกนก. 2551. คุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของนักเรียนระดับ ปวช. วิทยาลัยบริหารธุรกิจและท่องเที่ยวกรุงเทพ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พรเพชร โสติดิมานนท์. 2548. องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการกวดวิชาของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระมหาธานินทร์ ฐิติวิโร (อินทวิ). 2545. การศึกษาแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญสามัญศึกษา: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนในจังหวัดสระเกษ. วิทยานิพนธ์ พ.ศ.ม. (พระพุทธศาสนา). ออยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ไพฑูริย์ ลินลารัตน์. 2545. รายงานการวิจัย เรื่อง การกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- มณฑกกาญจน์ วิจิตรสกลธ์. 2552. ทศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม การบริโภค นมเปรี้ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การ จัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์. 2544 . ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ .2546. การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมศาสตร์.
- สายจิต ลิลิต. 2537. กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่. บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สุจินต์ เพิ่มพิทักษ์ และ ทศนีย์นารถ ลิมสุทิวานภูมิ. 2553. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะบัญชี มหาวิทยาลัย กรุงเทพ. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2556 จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/special_may2010/pdf/Page_153.pdf
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สาลีณี คันธวะ. 2551. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ตอน ปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. เชียงใหม่ : คณะ เศรษฐ ศาส ตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์, ณัฏษ์ กุณิสร์
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2557 (27-40)

Majumdar,R. 2010. *Consumer Behavior : Insights
from Indian Market*. New Delhi: PHI Learning.