

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย  
ในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์  
ของ  
ดวงใจ จิตรน้อม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
พฤษภาคม 2554

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย  
ในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย  
ในเขตกรุงเทพมหานคร



บทคัดย่อ  
ของ  
ดวงใจ จิตรน้อม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
พฤษภาคม 2554

ดวงใจ จิตรน้อม. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของ นักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์.

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ค่าทางสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ การวิเคราะห์ความแปรปรวน ค่าไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) แตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) , ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) และ ด้านเลือกเรียนรายวิชา แตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในด้านเลือกเรียนรายวิชา และด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาแตกต่าง
4. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) , ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) และด้านเลือกเรียนรายวิชา แตกต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) , ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) และด้านเลือกเรียนรายวิชา แตกต่างกัน
6. ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) , ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) และด้านเลือกเรียนรายวิชา แตกต่างกัน
7. ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา และปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

FACTORS INFLUENCING DECISION BEHAVIOR IN CHOOSING TUTORIAL  
INSTITUTIONS OF HIGH SCHOOL STUDENT IN BANGKOK  
METROPOLITAN AREA



Presented in Patial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Business Administration degree in Marketing  
at Srinakharinwirot University

May 2011

Duangjai Jitnom. (2011). *Factor Influencing Decision Behavior in Choosing Tutorial Institution of High School Students in Bangkok Metropolitan Area*. Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Dr. Paiboon Acharungroj.

The sample group used in this research were 400 high school students who had decided to study at a tutorial institution in Bangkok metropolitan area . The method for collecting data was questionnaire. The statistical tools used in data analysis were Percentage, Mean, Standard deviation, Independent (t-test), One-Way ANOVA , Pears Chi-Square, and Pearson product moment correlation coefficient. The analysis was done by statistical software.

The results were as follows;

1. High school students with different education levels had different decision behavior in selecting the tutorial institution in term of the average number of classes ( per 1 semester) and tutor fee ( baht/term).

2. High school students with different in GPA had different decision behavior in selecting the tutorial institution in term of the average number of classes (per 1 semester), tutor fee ( baht/term) and selection of subject .

3. High school students with different in school had different decision behavior in selecting the tutorial institution in term of the selection of subject and the person who advise or induce to study.

4. High school students with different in education of parent had different decision behavior in selecting the tutorial institution in term of the average number of classes (per 1 semester) , tutor fee ( baht/term), and selection of subject .

5. High school students with different in occupation of parent had different decision behavior in selecting the tutorial institution in term of the average number of classes (per 1 semester) , tutor fee ( baht/term), and selection of subject.

6. High school students with different in the average of income per month had different decision behavior in selecting the tutorial institution in term of the average number of classes (per 1 semester) , tutor fee ( baht/term), and selection of subject.

7. Teaching-learning and services factors, tutor fee factors and reputation factors of the tutorial institution were correlated with decision behavior in selecting the tutorial institution in term of the average number of classes (per 1 semester) and tutor fee ( baht/term).

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลาในการให้คำปรึกษา ชี้แนะ ตรวจสอบและแก้ไข เพื่อปรับปรุงงานวิจัยให้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูง

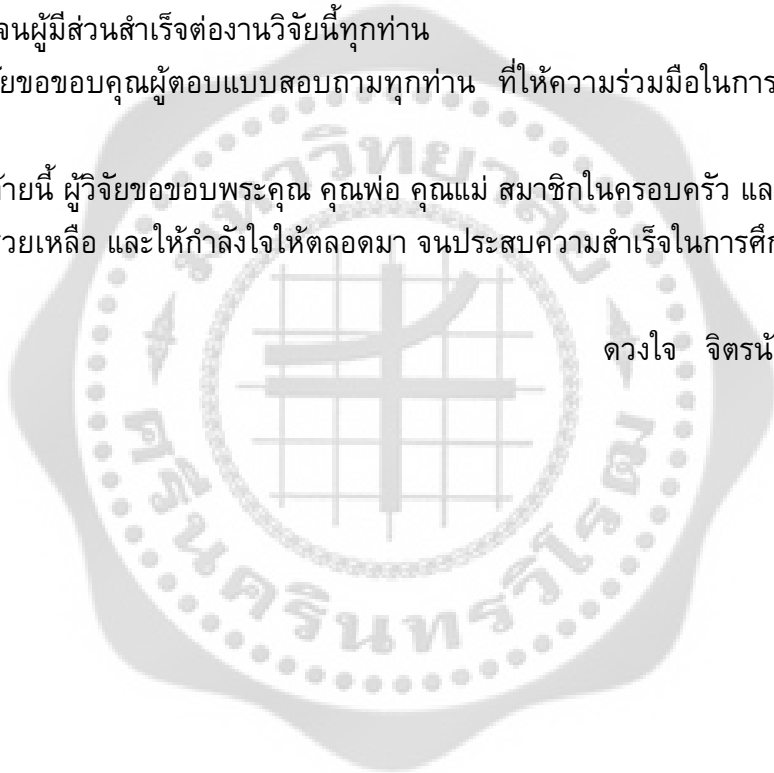
ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด และอาจารย์ดร.ธัญภูมิ อติเวทิน ที่กรุณาให้ความกรุณาในการเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม และให้การแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งส่งผลให้งานวิจัยสามารถแก้ไขจุดบกพร่องและสำเร็จลุล่วง

ผู้วิจัยขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่านตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ สมาชิกในครอบครัว และเพื่อนๆ MBA ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจให้ตลอดมา จนประสบความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

ดวงใจ จิตรน้อม



# สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานของการศึกษาวิจัย.....	6
<b>2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b> .....	8
แนวคิดการทวดวิชา.....	8
ทฤษฎีกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7P's .....	11
กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ.....	13
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
<b>3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า</b> .....	27
การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	27
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b> .....	40
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40



## สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>4 (ต่อ)</b>	
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
<b>5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>124</b>
สรุปผลการค้นคว้า.....	128
อภิปรายผล.....	131
ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย.....	136
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>139</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>142</b>
ภาคผนวก ก.....	143
ภาคผนวก ข.....	148
<b>ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....</b>	<b>150</b>

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	41
2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	43
3 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	44
4 แสดงปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา .....	45
5 แสดงปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา .....	46
6 แสดงปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา .....	47
7 แสดงปัจจัยด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา .....	47
8 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) และด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามเพศ .....	48
9 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามเพศ .....	49
10 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามเพศ .....	49
11 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามเพศ .....	50
12 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามเพศ .....	51

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามเพศ .....	52
14 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามเพศ .....	53
15 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มา เรียนกวดวิชา จำแนกตามเพศ .....	54
16 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปี การศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตาม ระดับชั้นการศึกษา .....	55
17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรม การตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา ....	56
18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรม การตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา...	57
19 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา .....	58
20 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนก ตามระดับชั้นการศึกษา .....	59
21 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา .....	60

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
22 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา .....	61
23 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนก ตามระดับชั้นการศึกษา .....	62
24 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มา เรียนกวดวิชา จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา .....	63
25 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปี การศึกษา)และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตาม คะแนนเฉลี่ยสะสม .....	64
26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม .....	65
27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม ...	66
28 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนก ตามคะแนนเฉลี่ยสะสม .....	67
29 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนก ตามคะแนนเฉลี่ยสะสม .....	69
30 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม .....	70

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
31 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา กลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม .....	71
32 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา ภาษาต่างประเทศ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม .....	72
33 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม .....	73
34 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา ศิลปะ ดนตรี จำแนก ตามคะแนนเฉลี่ยสะสม .....	74
35 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มา เรียนกวดวิชา จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม .....	75
36 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียน โดยเฉลี่ย ( 1 ปี การศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามสังกัด ของโรงเรียน .....	76
37 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา คณิตศาสตร์ จำแนก ตามสังกัดของโรงเรียน .....	77
38 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา ภาษาไทย จำแนก ตามสังกัดของโรงเรียน .....	78
39 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา กลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน .....	79

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
40 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน .....	80
41 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน .....	81
42 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนก ตามสังกัดของโรงเรียน .....	82
43 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มา เรียนกวดวิชา จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน .....	83
44 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปี การศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามระดับ การศึกษาของผู้ปกครอง .....	84
45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามระดับการศึกษาของ ผู้ปกครอง .....	85
46 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามระดับการศึกษาของ ผู้ปกครอง .....	86
47 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง .....	87
48 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนก ตามระดับชั้นการศึกษา .....	88

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
49 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง .....	89
50 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง .....	90
51 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง .....	91
52 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนก ตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง .....	92
53 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มา เรียนกวดวิชา จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง .....	93
54 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปี การศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามอาชีพ ของผู้ปกครอง .....	94
55 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง .....	95
56 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง	96
57 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง .....	98

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
58 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนก ตามอาชีพของผู้ปกครอง .....	99
59 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง .....	100
60 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง .....	101
61 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง .....	102
62 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนก ตามอาชีพของผู้ปกครอง .....	103
63 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มา เรียนกวดวิชา จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง .....	104
64 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปี การศึกษา)และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน .....	105
65 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรม การตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของ ครอบครัวต่อเดือน .....	106
66 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรม การตัดสินใจ เลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของ ครอบครัวต่อเดือน .....	107



## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
67 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน .....	108
68 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน .....	109
69 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน .....	110
70 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน .....	111
71 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน .....	112
72 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน .....	113
73 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มา เรียนกวดวิชา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน .....	114
74 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านการเรียนการสอนและ บริการกับพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยม ปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)..	115
75 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านการเรียนการสอนและ บริการกับพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยม ปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาท ต่อเทอม) .....	116

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
76 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา กับกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)	118
77 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา กับกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) .....	119
78 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) .....	120
79 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) .....	121
80 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านสถานที่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) .....	122
81 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านสถานที่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) .....	123

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงถึงลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์.....	16
2 ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	19



# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

การศึกษา คือการสร้างคนให้มีความรู้ ความสามารถมีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นมีลักษณะนิสัยจิตใจที่ดีงาม มีความพร้อมที่จะต่อสู้เพื่อตนเองและสังคม มีความพร้อมที่จะประกอบการทำงานอาชีพได้ การศึกษาช่วยให้คนเจริญงอกงาม ทั้งทางปัญญา จิตใจ ร่างกาย และสังคม การศึกษาจึงเป็นความจำเป็นของชีวิตอีกนอกเหนือจากความจำเป็น ด้านที่อยู่อาศัย อาหารเครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค การศึกษาจึงเป็นปัจจัยที่ 5 ของชีวิต เป็นปัจจัยที่จะช่วยประการหนึ่ง แก้ปัญหาทุก ๆ ด้านของชีวิตและเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของชีวิตในโลกที่มีกระแสความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และส่งผลกระทบต่อวิถีดำรงชีวิตต้องเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกันการศึกษายังมีบทบาทและความจำเป็นมากขึ้นดวยในการดำรงชีวิตอยู่ในปัจจุบัน

การจัดการศึกษาของไทยได้มีวิวัฒนาการมาโดยตลอด เนื่องมาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศทำให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยภายในเกิดจากความต้องการพัฒนาสังคมให้มีความเจริญและทันสมัย และปัจจัยภายนอกเกิดจากกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมือง ตลอดจนการติดต่อสื่อสารกันทำให้ประเทศไทยต้องปรับตัวให้ทันสมัยเพื่อให้เกิดการพัฒนาและทัดเทียมกับนานาประเทศ การศึกษาจึงถือเป็นการลงทุนเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ เพราะเป็นกระบวนการสร้างและการสะสมทุนทางปัญญา ความรู้ ทักษะ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ให้แก่ผู้เรียน การศึกษาของคนในประเทศมีส่วนทำให้ประเทศเจริญพัฒนาทัดเทียมอารยประเทศ การศึกษานอกจากเป็นปัจจัยที่ 5 แล้ว ยังเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของชีวิต และเป็นปัจจัยเพื่อความรุ่งเรืองของประเทศชาติในอนาคตอีกด้วย

แต่ปัจจุบันการศึกษาของไทยมีการแข่งขันช่วงชิงกันมากขึ้น การสอบคัดเลือกเพื่อเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากในอดีตการสอบเข้ามหาวิทยาลัยใช้ระบบเอ็นทรานซ์เปลี่ยนมาเป็นระบบแอดมิชชั่น โดยใช้ผลการเรียนสะสมเฉลี่ยในช่วงชั้น (Grade Point มากAverage: GPA) อันนำมาซึ่งการสนใจ การตื่นตัว การเอาใจใส่ กระตือรือร้นเพื่อใฝ่หาความรู้ให้ที่สุด เกรดแต่ละวิชานำมาคิดคำนวณเป็นน้ำหนักในการสอบคัดเลือกเพื่อศึกษาต่อ เกิดการแข่งขันภายในชั้นเรียนเพื่อให้เกรดแต่ละรายวิชาเพิ่มสูงขึ้น การศึกษาในภาคปกติเฉพาะในห้องเรียนจึงไม่เพียงพอต่ออีกต่อไป ส่งผลให้ในสภาพปัจจุบันการเรียนกวดวิชาจึงเข้ามามีบทบาทต่อระบบการศึกษาไทยอย่างมาก โดยเฉพาะการเรียนกวดวิชาเพื่อเข้าต่อในระดับอุดมศึกษาที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นค่านิยมใหม่ของการศึกษาไทยไปแล้ว ปัจจุบันมีสถาบันสอนพิเศษเกิดขึ้นมากมาย ดังจะสามารถสังเกตได้จากธุรกิจการเรียนพิเศษในด้านต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบัน

สถาบันกวตวิชาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละแห่ง มีการจัดระบบการเรียนในรายวิชาที่เหมือนๆ กัน โดยแต่ละแห่งจะสร้างจุดเด่นเฉพาะตัวของตนเอง มีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อให้ดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ทางด้านราคากลยุทธ์ด้านการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ กลยุทธ์ด้านสถานที่ และกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เช่น การใช้ครูผู้สอนจากโรงเรียนที่มีชื่อเสียง การเน้นการเรียนการสอนเฉพาะวิชาที่ถนัด การเน้นการเตรียมความพร้อมในการสอบแข่งขันคัดเลือกเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา การใช้อุปกรณ์การเรียน การสอนที่ทันสมัย การจัดสถานที่การเรียนให้ดึงดูดใจ คุณภาพการให้บริการ หรือการให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นต้น ซึ่งการที่จะตัดสินใจในการเข้าเรียนเสริมที่สถาบันกวตวิชาใดของนักเรียนแต่ละคนก็จะขึ้นอยู่กับหลาย ๆ ปัจจัยหลาย ๆ เหตุผล ซึ่งนักเรียนแต่ละคนแต่ละระดับชั้นการศึกษาต่างก็มีเหตุผลในการเลือกที่แตกต่างกัน หรือแม้กระทั่งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงในระดับชั้นเดียวกันก็มีเหตุผลในการเลือกที่ไม่เหมือนกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยจะมุ่งศึกษาถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชา ได้แก่ ด้านการเรียนการสอนและบริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวตวิชา ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวตวิชา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาธุรกิจสถาบันกวตวิชาต่อไปในอนาคต

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ศึกษาอยู่ในระดับชั้นคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) สังกัดของโรงเรียน ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ได้แก่ ด้านการเรียนการสอนและบริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวตวิชา ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวตวิชา ด้านสถานที่ และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ได้แก่ ด้านการเรียนการสอนและบริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวตวิชา ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวตวิชา ด้านสถานที่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

## ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาธุรกิจสถาบันกวดวิชาต่อไปในอนาคต

## ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาของการวิจัยนี้จะมุ่งเน้นศึกษานักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจการเลือกเรียนที่สถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเข้าเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ คำนวณโดยใช้สูตรที่ไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากร(p) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 26) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95%โดยมีความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง เพิ่มกลุ่มตัวอย่างประมาณ 4 % ของกลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยจะเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling)

## นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1. สถาบันกวดวิชา** หมายถึง สถานที่จัดการเรียนการสอนเสริมเพิ่มทักษะทางด้านวิชาการนอกเวลาเรียนปกติ ซึ่งผู้สอนอาจมาจากครูที่โรงเรียน ครูผู้สอนจากภายนอก หรือครูจากโรงเรียนกวดวิชาเฉพาะก็ได้ โดยมีเป้าหมายเพื่อการสอบแข่งขันเข้าศึกษาในสถานศึกษาต่าง ๆ เป็นหลัก รวมไปถึงการเรียนเพื่อเสริมความรู้ในชั้นเรียน การเรียนเตรียมตัวล่วงหน้าในชั้นต่อไปและการเรียนเพื่อทำเกรดให้มากขึ้น
- 2. นักเรียนชั้นมัธยมปลาย** หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4, 5 และ 6 ทั้งโรงเรียนของรัฐและเอกชน

**3. ปัจจัย** หมายถึง สิ่งที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้แบ่งออกได้ ดังนี้

**3.1 ด้านการเรียนการสอนและบริการ** หมายถึง ความหลากหลายของหลักสูตรของการเรียนการสอนและบริการ เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนการสอนตรงตามหลักสูตร ครูผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญในการสอน การเอาใจใส่และดูแลของครูผู้สอน ความเป็นกันเองและมีน้ำใจของครูผู้สอนและพนักงาน การจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนเหมาะสม การรับรองผลการเรียนหลังการเรียน การให้บริการแนะแนวทางการศึกษา ช่วงเวลาการให้บริการเปิด-ปิดเหมาะสม การให้บริการของเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการ

**3.2 ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา** หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการเรียนทั้งหมดในโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งจะนำมาเปรียบเทียบกับระหว่างมูลค่าของประโยชน์ที่ได้รับนั้นๆ หรือเปรียบเทียบความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันสอนพิเศษอื่นๆ ได้แก่ ระดับราคาค่าเล่าเรียนเหมาะสม ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับเนื้อหาการเรียนการสอน ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ และสามารถผ่อนชำระหรือแบ่งจ่ายค่าเรียนได้

**3.3 ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา** หมายถึง ความนิยมและเป็นที่ยอมรับที่มีต่อสถาบันกวดวิชาแต่ละแห่ง ภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงเรียนและครูที่สอนกวดวิชา ซึ่งพิจารณาจากชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐได้

**3.4 ด้านสถานที่** หมายถึง ทำเลที่ตั้งของสถาบันกวดวิชาที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักราคาดี ใกล้โรงเรียน อยู่ในศูนย์การค้าและตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคมสะดวก

## ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้ดังนี้

### 1. ข้อมูลส่วนบุคคล

#### 1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

#### 1.2 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น

1.2.1. มัธยมศึกษาปีที่ 4

1.2.2. มัธยมศึกษาปีที่ 5

1.2.3. มัธยมศึกษาปีที่ 6

#### 1.3 คะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA)

1.3.1 ต่ำกว่า 2.00

1.3.2 2.00 – 2.50

1.3.3. 2.51 – 3.00

- 1.3.4. 3.01 – 3.50
- 1.3.5. 3.51 – 4.00
- 1.4 สังกัดของโรงเรียน
  - 1.4.1 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (โรงเรียนรัฐบาล)
  - 1.4.2 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (โรงเรียนเอกชน)
- 1.5 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง
  - 1.5.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
  - 1.5.2 ปริญญาตรี
  - 1.5.3 สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.6 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง
  - 1.6.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
  - 1.6.2 ปริญญาตรี
  - 1.6.3 สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.7 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ
  - 1.7.1 ต่ำกว่า 20,000 บาท
  - 1.7.2 20,000 – 30,000 บาท
  - 1.7.3 30,001 – 40,000 บาท
  - 1.7.4 มากกว่า 40,000 บาท
- 2. ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชา
  - 2.1 ด้านการเรียนการสอนและบริการ
  - 2.2 ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา
  - 2.3 ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา
  - 2.4 ด้านสถานที่

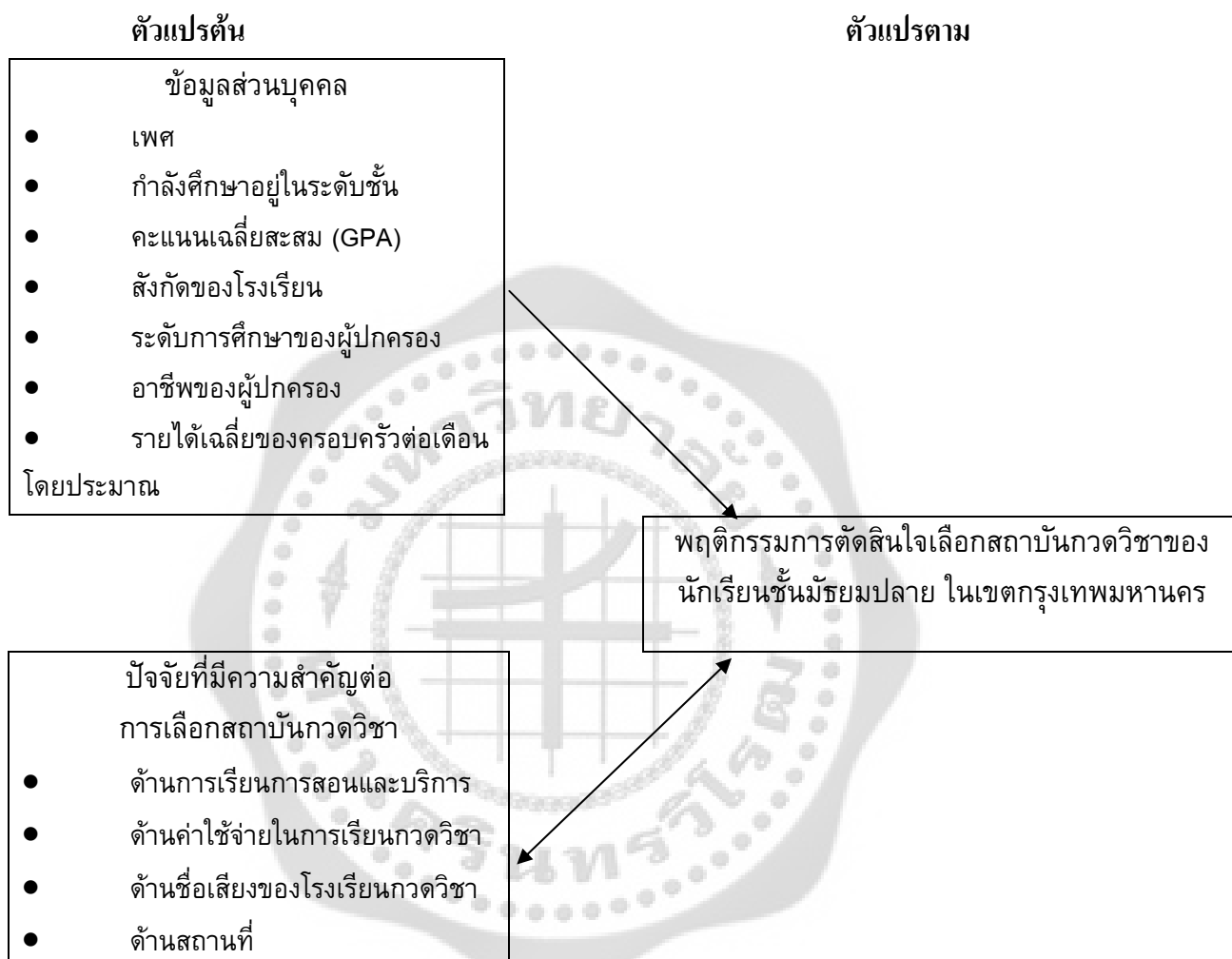
### ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขต  
กรุงเทพมหานคร



## กรอบความคิดในการทำวิจัย (Conceptual Framework)

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



## สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐาน 1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐาน 2 ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐาน 3 ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐาน 4 ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐาน 5 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐาน 6 ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐาน 7 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐาน 8 ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

สมมติฐาน 9 ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

สมมติฐาน 10 ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

สมมติฐาน 11 ปัจจัยด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี ตลอดจนได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อนำมาเป็นการรอบในการกำหนดแนวทางในการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดการกวดวิชา
2. ทฤษฎีกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7P's
3. กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ
4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดการกวดวิชา

ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ ([http://www.onec.go.th/publication/kudvicha\\_f/kudvicha\\_f.pdf](http://www.onec.go.th/publication/kudvicha_f/kudvicha_f.pdf). 2549) ได้กล่าวไว้ว่า การเรียนกวดวิชานับว่าเป็นวิถีชีวิตส่วนหนึ่งของผู้เรียนในระดับต่างๆ ซึ่งมีเหตุผลแตกต่างกันโดยจำแนกเป็นเหตุผลหลัก 4 ประการ คือ

##### 1. เหตุผลทางวิชาการ

1.1 ต้องการแก้ไขข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาด หรือทดแทนความรู้ที่ขาดหายไป เพื่อให้เรียนทันเพื่อนร่วมชั้น หรือเพื่อนร่วมรุ่น

1.2 ต้องการเรียนเนื้อหาวิชาเพิ่มเติมจากที่ เรียนรู้แล้วในหลักสูตรซึ่งตนได้เรียนรู้แล้ว เพื่อให้ตนมีความรู้ความสามารถมากขึ้น

1.3 ต้องการเรียนเนื้อหาเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถเรียนลัดไปเรียนชั้นหรือหลักสูตรที่สูงกว่าได้

1.4 ต้องการทบทวน ตรวจสอบ หรือไม่แน่ใจในเนื้อหาต่างๆ ที่ตนเรียนหรือรู้ อยู่ เพื่อให้แม่นยำมากขึ้นในการสอบเลื่อนระดับที่ตนเรียนอยู่ในปัจจุบัน หรือระดับที่สูงกว่าหรือในตำแหน่งหน้าที่ต่างๆ ที่ตนต้องสอบแข่งขันเพื่อบรรจุ

1.5 ต้องการเรียนปูพื้นฐานความรู้บางอย่างที่มีการเรียนรู้เป็นลำดับขั้นเพื่อให้สามารถ เรียนรู้เนื้อหาขั้นที่ยากยิ่งขึ้นไปได้

##### 2. เหตุผลทางด้านสติปัญญาและจิตวิทยา

2.1 สติปัญญาของผู้เรียนแตกต่างกัน ทำให้เรียนรู้ได้มากน้อยต่างกันในเวลาเท่าๆ กัน

2.2 ความแตกต่างระหว่างบุคคล ทำให้ผู้เรียนมีวิธีการเรียนรู้ เจตคติและแรงจูงใจในการเรียนแตกต่างกัน จึงเรียนได้มากน้อยต่างกันในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน

### 3. เหตุผลเกี่ยวกับหลักสูตรการเรียนการสอน

3.1 จุดประสงค์ในการเรียนตั้งไว้สูงมากเกินไป ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเรียนได้ ประสบผลสำเร็จ

3.2 จุดประสงค์ในการเรียนการสอน ไม่ได้คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลมากเท่าที่ควร เช่น ไม่มีหลักสูตรสำหรับนักเรียนที่เรียนอ่อน และนักเรียนที่เรียนเก่ง แต่มุ่งสนองความต้องการเฉพาะนักเรียนที่มีความรู้ระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ ทำให้นักเรียนอ่อนและนักเรียนเก่งมีปัญหาในการเรียน

3.3 หลักสูตรไม่ได้คำนึงถึงความแตกต่างทางสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของเรียนที่แตกต่างกันมากเท่าที่ควร ทำให้นักเรียนมีปัญหาในการเรียนหรือเข้าใจความแตกต่างเหล่านี้

3.4 วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมในการเรียนของนักเรียนในแต่ละชั้น และในแต่ละชั้น ในแต่ละระดับมีมากมายเกินไป และแยกย่อยมากเกินไป จนทำให้ผู้สอนและผู้เรียนไม่สามารถจะทำได้สำเร็จทุกอย่างในเวลาที่กำหนด

3.5 หลักสูตรการสอนไม่สอดคล้องกับการวัดและการประเมินผลของสถานศึกษาที่ผู้เรียนต้องการจะทำการศึกษาต่อไป เช่น ในกรณีของการกวดวิชาภาษาอังกฤษมหาวิทยาลัย เพราะว่าการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในปัจจุบันซึ่งเน้นทางการเรียนการสอนเพื่อการสื่อความหมาย (Communicative Approach) แต่ข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัยยังเน้นที่การทดสอบแบบเดิมอยู่ คือ แบบโครงสร้างนิยม (Structuralism) จึงทำให้นักเรียนมีปัญหาในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย ดังนั้น นักเรียนจึงต้องขวนขวายหาที่เรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษตามแนวทางที่ข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัยเคยออกในปีที่ผ่านมา เป็นต้น

3.6 หลักสูตรกำหนดให้โรงเรียนสอนในสิ่งที่เป็นไปได้ หรือเป็นไปได้น้อยมาก ในทางปฏิบัติเกี่ยวกับการให้เรียนตามวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม และให้มีการเรียนซ่อมในกรณีที่นักเรียนไม่อาจบรรลุสิ่งที่สอนได้ เพราะในทางปฏิบัติโรงเรียนโดยมากไม่อาจทำได้เพราะ สาเหตุมากมาย เช่น อย่างในกรณีวิชาภาษาไทย โรงเรียนโดยมากขาดห้องเรียนสำหรับสอนซ่อม ขาดอุปกรณ์การสอน ขาดงบประมาณดำเนินการ ผู้เรียนไม่เห็นความสำคัญของวิชาภาษาไทย ขาดความสนใจในเนื้อหาวิชา แม้แต่ครูและผู้บริหารก็ไม่เห็นความสำคัญของภาษาไทย และแม้ว่า จะมีการจัดสอนได้ ก็ไม่อาจทำได้มากเพียงพอ เช่น ทำได้เพียง 1 คาบ/สัปดาห์ เพราะว่่านักเรียน ต้องเรียนหลายวิชาและต้องรีบเดินทางกลับบ้านในตอนเย็นหลังเลิกเรียน ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ทำให้ การเรียนการสอนซ่อมที่ทางโรงเรียนหรือหลักสูตรกำหนดไว้ไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร ดังนั้นถ้า นักเรียนประสงค์จะเรียนต่อในระดับที่สูงกว่า เช่น ในระดับมหาวิทยาลัย จึงต้องพึ่งการกวดวิชา อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

#### 4. เหตุผลจากการถูกบังคับทางสังคม

4.1 สังคมปัจจุบันมีการแข่งขันกันระดับสูงมาก รวมทั้งการแข่งขันกันทางด้านการศึกษาด้วย เพราะโรงเรียนและสถานศึกษารวมทั้งตำแหน่งหน้าที่การงานมีจำนวนจำกัด ไม่เพียงพอสำหรับนักเรียนและบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษามาแล้ว จึงทำให้บุคคลเหล่านี้ต้องพยายามขวนขวายหาความรู้ให้ได้มากที่สุดที่จะทำได้เพื่อแข่งขันกับผู้อื่น ผลที่ตามมาอย่างหนึ่งก็คือ การเรียนกวดวิชา

4.2 สังคมมีค่านิยมยกย่องคนเก่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนเรียนเก่งซึ่งเป็นภาคภูมิใจของพี่น้องและวงศ์ตระกูล จึงทำให้ทุกคนพยายามเรียนให้ได้มากที่สุดและสูงที่สุด เช่น พยายามเรียน ได้ ได้สำเร็จระดับมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีชื่อเสียงซึ่งมีอยู่จำนวนจำกัด จึงทำให้เกิดการแข่งขันกัน มากยิ่งขึ้นโดยบุคคลต่างๆ เหล่านี้ ส่วนหนึ่งอาจไม่สนใจด้วยซ้ำไปว่า เรียนสำเร็จแล้วจะมีงานทำ หรือไม่ก็ตาม แต่ต้องการเป็นคนเก่งของพ่อแม่เพื่อให้ทุกคนเห็นความสำคัญของตนเอง

4.3 สังคมยังคงมีความเห็นความเป็นนักเรียนนอกอยู่ แม้ว่าการศึกษาวิทยาการต่างๆ บางสาขาจะเรียนจากในประเทศหรือต่างประเทศก็ไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ก็ยังมีลูกหลานของครอบครัวที่มีฐานะดี หรือฐานะปานกลางที่เรียนเก่ง หรือพอเรียนได้จำนวนมากต้องการจะไปรับ การศึกษาในต่างประเทศ จึงต้องมีการกวดวิชากันมากเพื่อให้สอบชิงทุนให้ได้ หรือเพื่อให้สามารถ สอบภาษาอังกฤษ ให้ผ่านตามที่มหาวิทยาลัยต่างๆ กำหนดไว้ จึงทำให้มีการกวดวิชาภาษาอังกฤษ กันมากที่สุดสำหรับบุคคลเหล่านี้ ที่รองลงมาก็คงจะได้แก่ กวดวิชาคณิตศาสตร์ ทั้งนี้เพราะว่า บุคคล เหล่านี้ต้องสอบ TOEFL (Test of English as a Foreign Language) และ GRE (Graduate Record Examination) เป็นต้น

4.4 จากการถูก “ลัทธิเอาอย่าง” บังคับให้จำยอมต้องกวดวิชา ซึ่งลัทธิเอาอย่างนี้อาจ เกิดจากที่ผู้ปกครองชักจูง ชี้นำ เกลี้ยกล่อมหรือข่มขู่ให้นักเรียนกลัวว่า การที่ไม่ได้เรียนกวดวิชา นั้น เป็นปมด้อยของเด็ก จะทำให้เด็กเรียนแข่งขันหรือสอบแข่งขันสู้ผู้อื่นไม่ได้ เพราะวาคคนอื่นๆ เขาก็ เรียนกัน ทำให้นักเรียนกวดวิชาด้วยเพื่อตามใจผู้ปกครองเห็นความจำเป็นว่า ตนเองต้องเรียน กวด วิชาเพราะว่าเพื่อน ๆ ต้องเรียนกันจนเป็นแพะชั้นกันทุกคน

#### ข้อดีของการกวดวิชา

1. เป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้มากขึ้น
2. ทำให้นักเรียนเกิดขวัญกำลังใจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง
3. เป็นการส่งเสริมให้เด็กใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ทางการศึกษา
4. เป็นการลดภาระของผู้ปกครองในการดูแลบุตรหลาน
5. ทำให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนวิชาที่ตนเองต้องการ เลือกผู้สอนได้ตามความสนใจ
6. สามารถแก้ไขข้อบกพร่องทางการเรียนของนักเรียนได้เป็นรายๆ
7. เป็นการเปิดโอกาสให้มีการเรียนเพิ่มเติมความรู้ได้ตามความต้องการ

8. ทำให้ผู้เรียนมีโอกาสพบปะกับเพื่อนต่างสถาบัน ทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้การปรับตัวเข้าสังคมกับกลุ่มเพื่อนต่าง ๆ

### ข้อเสียของการกวดวิชา

1. การกวดวิชาทำให้รู้แนวข้อสอบ อาจทำให้ความสนใจในหลักสูตรของผู้เรียนน้อยลง
2. ทำให้ผู้เรียนหมกมุ่นกับความเพียรพยายามหาความรู้จนใช้เวลามากเกินไปจนบางครั้งเกินความสามารถของร่างกายและจิตใจจะรับได้
3. เป็นการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายด้านการเรียนของผู้ปกครอง
4. เป็นการสร้างลักษณะนิสัยการแข่งขันให้กับผู้เรียนมากเกินไป อันจะนำไปสู่ ความเห็นแก่ตัว
5. บางครั้งทำให้ผู้เรียนไม่สนใจการเรียนการสอนในห้องเรียนปกติ จะไปสนใจเฉพาะ วิชาที่นำไปใช้ในการสอบคัดเลือก ซึ่งไม่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของหลักสูตรที่ให้ผู้เรียนคิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น

## 2. ทฤษฎีกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

### 7P's

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

**1. ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้าบริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) และความแตกต่างทางการแข่งขัน(Competitivedifferentiation)

1.2 พิจารณาจางองค์ประกอบ คุณสมบัติ (Product Attribute) สินค้าั้นผลิตจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร ลักษณะทางกายภาพ ความงาม ความทนทาน หรือรูปแบบของสินค้าในตัวเอง

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นสิ่งที่บริษัทต้องการให้ลูกค้ามองว่าสินค้านี้มีอะไรเป็นจุดเด่น

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองของความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line)

**2. ราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคา ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้ที่จะกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

- คุณค่าที่รับรู้ (Perceived) ในสายตาของลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าใน

- คุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาสินค้าผลิตภัณฑ์นั้น
- ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่าย
- การแข่งขันและปัจจัยอื่นๆ

**3. การจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง กลไกต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค หลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาในการจัดจำหน่าย

3.1 สถานที่ตั้ง (Location) จะพิจารณาเกี่ยวกับประเด็นที่ว่า จะขายสินค้า ณ จุดใด ถ้ามีทำเลได้เปรียบจะมีโอกาสมากกว่าคู่แข่ง

3.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) การจัดจำหน่ายจะผ่านใครบ้าง เช่น ส่งผ่านผู้ค้าปลีก หรือส่งผ่านจากผู้ผลิตสู่มือผู้บริโภคโดยตรง

3.3 ประเภทชนิดของช่องทาง (Type of Outlet) เช่น ใช้รูปแบบสหกรณ์, การขายด้วยเครื่องขายอัตโนมัติ, ขายทางไปรษณีย์ เป็นต้น

3.4 การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Control) จะเกี่ยวข้องกับต้นทุน ถ้าเก็บสินค้ามากเกินไปก็จะทำให้ต้นทุนในการจัดเก็บสูง แต่ถ้าเก็บน้อยเกินไปก็อาจเกิดปัญหาสินค้าไม่พอขายได้

3.5 การบริหารสินค้า (Merchandising) นอกจากจะพิจารณาถึงจำนวนแล้วยังต้องพิจารณาว่าเราควรมีสินค้าและบริการอะไรไว้ขายบ้าง รวมถึงการดูแลด้านการจัดแสดงสินค้าให้ดึงดูดผู้บริโภคอีกด้วย

**4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง ความพยายามต่างๆ ทางการตลาดในการที่จะดึงดูดให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้า แย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ตลอดจนรักษาลูกค้าไว้ไม่ให้เปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าของคู่แข่ง ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาดมีดังนี้

- 4.1 เพื่อให้ลูกค้ารู้จักสินค้าของบริษัท
- 4.2 เพื่อเพิ่มยอดขายในตัวสินค้า
- 4.3 เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้สินค้าอย่างต่อเนื่อง
- 4.4 เพื่อสกัดกั้นคู่แข่งไม่ให้แย่งชิงส่วนแบ่งตลาด

- 4.5 เพื่อแย่งชิงลูกค้าจากคู่แข่ง
- 4.6 เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
- 4.7 เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตัวสินค้า

**5. คน (People)** เนื่องจากเราไม่สามารถแยกคนออกจากบริการได้บ่อยครั้งเราจึงมองว่าคนคือตัวบริการ ลูกค้าจะพึงพอใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับคนที่ให้บริการลูกค้า บริษัทจึงต้องอบรมคนที่ให้บริการเป็นอย่างดี ทำให้คนเหล่านั้นเกิดแรงจูงใจในการทำงานและได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งที่เหมาะสมกับงาน อีกทั้งผู้บริการจะปรับเปลี่ยนการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนทั้งนี้บริษัทอาจใช้องค์ประกอบเหล่านี้ในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ประสบการณ์การบริโภคโดยฝึกอบรมพนักงาน การใช้พนักงานขายและการให้บริการลูกค้าอย่างประทับใจ

**6. กระบวนการ (Process)** ของผลิตภัณฑ์ประเภทบริการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการและการทำให้ลูกค้าพอใจกับบริการที่ได้รับ ลูกค้ามีส่วนร่วมในกระบวนการในขณะที่บริโภคบริการในเวลาต่างๆ จึงกล่าวได้ว่ากระบวนการทางการตลาดเกิดจากกระบวนการย่อยๆ รวมกัน การควบคุมคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อรับประกันว่าการบริการจะถึงระดับมาตรฐานทุกครั้งไปตามที่ลูกค้าต้องการ

**7. สิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ (Physical Evidence)** ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ประเภทบริการที่ผู้บริโภคมองเห็นและใช้ในการตัดสินใจบริโภค บริษัทต้องนำเสนอสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพในลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและตัดสินใจซื้อ สิ่งที่ปรากฏทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ประเภทบริการ ได้แก่ บรรจุมูลภัณฑ์ เว็บไซต์ เอกสารของบริษัท ป้ายโฆษณา เครื่องแบบพนักงาน นามบัตร อาคารสถานที่ เป็นต้น

### 3. กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์ (2534: 218 – 219) กล่าวถึง กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการไว้ว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้เฉพาะส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไม่เพียงพอ จำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องมือเพิ่มนอกเหนือ 4Ps คือ

1. การตลาดภายใน (Interactive Marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานในการบริการเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงบุคลากรที่มีความถนัดเพื่อสนับสนุนการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพราะ บุคลากรเป็นผู้สร้างภาพพจน์ของธุรกิจ สำหรับธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา บุคลากรที่จำเป็นผู้สร้าง ภาพพจน์ที่ดี คือ เจ้าหน้าที่ ครูผู้สอน เป็นต้น

2. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ส่วนคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพอใจของลูกค้า การพิจารณาคุณภาพสำหรับธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา



หมายถึง หลักสูตรและเนื้อหาวิชาการ การจัดการเรียนการสอน เป็นต้น โดยลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปในการพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการของผู้ขาย

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน

2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือมีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้าง ความน่าเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

2.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเป็นธุรกิจบริการ จุดสำคัญของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา คือ การสร้างความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับที่เกี่ยวเนื่องกับการให้วิชาความรู้ ดังนั้นธุรกิจบริการจึง เป็นธุรกิจที่จะต้องปรับปรุงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้จะให้ผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจ และมีความต้องการมาใช้บริการ เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพในการ บริการอย่างสม่ำเสมอต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดภาพพจน์ในแง่การลดคุณภาพของบริการ รวมทั้ง ต้องรักษาระดับความพึงพอใจของนักเรียน

#### 4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เซฟแมน และคานุก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 124; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk. 1998) กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

ศรีรัตน์ ลีวีเฉลิมวงศ์ (2544: 11) กล่าวถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (analysis-behavior) จะใช้การสอบถามพฤติกรรมที่ทำอยู่ในชีวิตประจำวัน มีแนวคำถามดังนี้ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย, กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคซื้ออะไร, ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ, ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ, ผู้บริโภคจะซื้อเมื่อใด, ผู้บริโภคจะซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร โดยคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมลูกค้าเหล่านี้ ผู้ขายสินค้าจะมีกลยุทธ์ในแต่ละขั้นตอนของคำถาม เช่น กลยุทธ์ทางการตลาด, กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์, กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด, กลยุทธ์การโฆษณา, กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย, กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างโอกาสทางการขายให้มากที่สุด

1. ความต้องการด้านกายภาพหรือร่างกาย (Physiological needs) เป็นระดับของความ ต้องการระดับแรกซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐาน เป็นความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร, น้ำ, การนอนหลับ, ที่พักอาศัย และความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and security needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เช่น ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความมั่นคงของชีวิต หรือความต้องการด้านสุขภาพที่แข็งแรง ความต้องการอนามัยที่ดี ความต้องการความมั่นคงในการทำงาน เป็นต้น

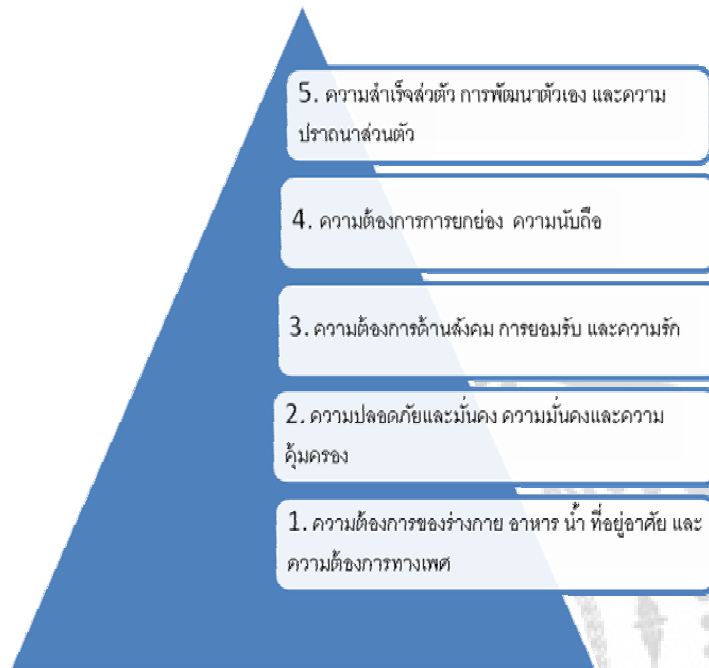
3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการการยอมรับ และความรัก (sense of belonging and love needs) เป็นความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการได้รับการยอมรับ เป็นต้น สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการขั้นนี้ ได้แก่ ของขวัญ, ส.ค.ส., ดอกกุหลาบ ฯลฯ

4. ความต้องการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (self esteem) ความนับถือ (recognition) และสถานะ (status) จากสังคม เช่น ความต้องการได้รับการเคารพนับถือ ความต้องการมีชื่อเสียง ความต้องการมีศักดิ์ศรี มีฐานะดีในสังคม เป็นต้น ซึ่งบางครั้ง ความต้องการการยอมรับในสังคมทำให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การใช้สินค้าที่มียี่ห้อ การรับประทานอาหารที่หรูหรา การซื้อของขวัญให้ผู้อื่นในราคาแพง

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (self actualization needs) เช่น ความต้องการเกิดจากความสามารถทำในสิ่งที่ปรารถนาสำเร็จ เป็นต้น มาสโลว์ เชื่อว่ามนุษย์จะพยายามสนองความต้องการระดับใดระดับหนึ่งของเขาไว้ชั่วระยะเวลาหนึ่ง จนกว่าเขาจะได้รับความพอใจ หลังจากนั้นความต้องการในระดับที่สูงขึ้นจะเริ่มขึ้น เช่น ในขณะที่คนเรายังมีความหิวหรือความกระหายอยู่

ความต้องการระดับที่หนึ่งจะเป็นความต้องการหลัก แต่เมื่อได้รับประทานอาหารหรือน้ำจนหมดความหิวหรือความกระหายแล้ว ความต้องการระดับที่สองคือ ความต้องการความปลอดภัยจะ

เริ่มขึ้น และจะให้ความสำคัญมากกว่าความต้องการระดับที่หนึ่ง เป็นต้น เป็นเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ ในประเทศที่เจริญ ความต้องการด้านกายภาพและความปลอดภัย จะเป็นความต้องการส่วนใหญ่ที่ประชาชนส่วนใหญ่จะได้รับการบำบัดแล้ว นั่นคือมีประชาชนจำนวนไม่มากนักที่สามารถบรรลุความต้องการด้านความรักและการยอมรับ ตลอดจนความต้องการให้ได้รับการยกย่องนับถือ



ภาพประกอบ 1 แสดงถึงลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ ทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of human needs)

### ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค

พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือครัวเรือนที่ทำการซื้อสินค้าและบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว (วารุณี. 2546, 67)

#### 1. สิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อ (Influencing Buyer Behavior)

พฤติกรรมการณ์ซื้อ คือ รูปแบบของการตอบรับต่อสิ่งเร้า โดยสิ่งเร้าภายนอก สถานะแวดล้อมทางการตลาดจะเข้าไปสู่สภาวะจิตใจของผู้ซื้อ คุณลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการในการตัดสินใจ จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ โดยต้องทำความเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจของผู้ซื้อคืออะไร ระหว่างการได้รับสิ่งเร้าภายนอก และการตัดสินใจซื้อ ส่วนสิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อประกอบด้วย

ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมการณ์ซื้อ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อทั้งในทางกว้าง และทางลึก

นักการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจบทบาทที่แสดงออกในด้านต่าง ๆ เช่น วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย และ  
ชั้นสังคมของผู้บริโภค

ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) นอกจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมแล้วพฤติกรรม  
ผู้บริโภคยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคม เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ตลอดจนบทบาทและ  
สถานภาพทางสังคม

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อยังได้รับอิทธิพลจาก  
ลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล เช่น อายุและชั้นวัยจักรชีวิต อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ รูปแบบการ  
ดำเนินชีวิตรวมถึงบุคลิกภาพแนวคิดส่วนตัวของผู้ซื้อ

ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจาก  
ปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 4 ปัจจัย ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ

## 2. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหา หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และ  
การใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการ และ  
พฤติกรรม การซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิดหรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ  
คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถกำหนด กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สา  
มารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย  
Who What Why Whom When Where และ How เพื่อที่จะได้คำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่ง  
ประกอบด้วย Occupants Objects Objectives Organizations Occasions Outlets และ  
Operations แสดงตามตารางที่ 1(ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2546:193)

ตารางคำถาม 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค 7Os

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4P) ประกอบด้วยกล ยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และสามารถตอบสนองความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมายได้

ตาราง (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What dose the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่ง ที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบ ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุ ภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบ บริการคุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความแตกต่าง ทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ประกอบด้วย ความแตกต่างด้าน ผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และ ภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้บริโภคซื้อ สินค้าเพื่อสนองความต้องการด้าน ร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษา ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ ซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขาย โดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ใครมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buy?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณา และ(หรือ)กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasion) เช่น ในช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาล ใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลา ใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวัน สำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริม การตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำ การส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะ สอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

ตาราง (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำภู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัท นำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ 5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: ศิริวรรณ และคณะ. (2546). หน้า 193.

### 3. ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process)

เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมากในกระบวนการซื้อ พบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ

- 1.1 การตระหนักถึงปัญหา
- 1.2 การค้นหาข้อมูล
- 1.3 การประเมินผลทางเลือก
- 1.4 การตัดสินใจซื้อ
- 1.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ



ภาพประกอบ 2 ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.

## องค์การหรือปัญหา (Problem/Need Recognition)

ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจจะข้าม หรือย้อนกลับไปเริ่มต้นขั้นตอนก่อนนี้ก็ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริง และมีผลกระทบหลังจากการซื้อ

1. การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) กระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ โดยผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างความต้องการที่แท้จริงและพึงปรารถนา ความต้องการอาจจะถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าภายในของตน หรือภายนอก เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด ฯลฯ ซึ่งรวมถึงความต้องการทางร่างกาย และความต้องการที่เป็นความปรารถนา อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีตทำให้เขารู้ว่าจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. นักการตลาดจึงจำเป็นต้องระบุสถานการณ์ที่กระตุ้นความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมาให้ได้ และการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคหลาย ๆ คนทำให้นักการตลาดสามารถระบุได้ว่าสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในหมวดสินค้าหนึ่ง ๆ มากที่สุดนั้นมีอะไรบ้าง ซึ่งจะทำให้สามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคมากที่สุด

3. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจะมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้น ๆ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 ระดับ คือ ภาวะการค้นหาข้อมูลแบบธรรมดา เรียกว่า การเพิ่มการพิจารณาให้มากขึ้น เช่น การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากขึ้น และในระดับถัดมา บุคคลอาจเข้าสู่การค้นหาข้อมูลข่าวสารอย่างกระตือรือร้น โดยการอ่านหนังสือ โทรศัพท์ตามเพื่อน และการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลซึ่งผู้บริโภคแสวงหาและอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเลือก แหล่งข้อมูลของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ

3.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก เป็นต้น

3.2 แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

3.3 แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

3.4 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

4. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่สอง ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ย่าง และ

ไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่เป็นของผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งในทุกสถานการณ์ การซื้อ กระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภค มีดังนี้

4.1 คุณสมบัตินิผลผลิตภักข์ (Product Attributes) กรณีนนี้ผู้บริภักข์จะพิจารณาผลผลิตภักข์ว่ามีคุณสมบัตินี้อะไรบ้าง ผลผลิตภักข์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัตินี้กลุ่มหนึ่ง คุณสมบัตินี้ของผลผลิตภักข์ในความรู้สึกของผู้ซื้อสำหรับผลผลิตภักข์แต่ละชนิดจะแตกต่างกัน

การประเมินผลคุณสมบัตินิผลผลิตภักข์ของผู้บริภักข์มีพื้นฐาน ดังนี้

- 1) ผู้บริภักข์จะแสวงหาผลผลิตภักข์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตน
- 2) ผู้บริภักข์จะแสวงหาผลผลิตภักข์ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของตน
- 3) ผู้บริภักข์จะคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้านั้น
- 4) ผู้บริภักข์จะแสวงหาสินค้านี้ที่มีคุณภาพสูงแต่ราคาต่ำ

คุณสมบัตินี้ต่าง ๆ ของผลผลิตภักข์นอกจากจะทำให้เกิดความสนใจ โดยทั่วไปแล้วผู้บริภักข์จะมีความต้องการแตกต่างกัน มีความสนใจแตกต่างกัน นักการตลาดจึงแบ่งตลาดสำหรับผลผลิตภักข์ออกเป็นส่วน ๆ ตามคุณสมบัตินี้ที่สร้างความพอใจขึ้นต้นให้แก่ผู้ซื้อได้แตกต่างกัน

4.2 ผู้บริภักข์จะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัตินิผลผลิตภักข์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหา และจัดลำดับสำหรับคุณสมบัตินิผลผลิตภักข์

4.3 ผู้บริภักข์มีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้านี้ เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริภักข์ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริภักข์ และความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลผลิตภักข์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

4.4 ผู้บริภักข์มีทัศนคติในการเลือกตราสินค้านี้ โดยผ่านกระบวนการประเมินผล เริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัตินิผลผลิตภักข์ที่เขาสนใจ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัตินิผลผลิตภักข์แต่ละสินค้านี้

5. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในขั้นตอนประเมินผลทางเลือกนี้ ผู้บริภักข์จะสร้างรูปแบบความชอบในระหว่างตราสินค้านี้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในทางเลือกเดียวกัน นอกจากนี้ผู้บริภักข์อาจสร้างรูปแบบความตั้งใจในการซื้อไว้ที่ตราสินค้านี้ที่ชอบมากที่สุด แต่อาจมี 2 ปัจจัย ที่เข้ามาสอดแทรกความตั้งใจ และการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) คือ

ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of Others) ทัศนคติของบุคคลอื่นจะมีผลต่อทางเลือกที่ชอมมาน้อยเท่าใดขึ้นอยู่กับสองปัจจัย คือ

5.1 ความรุนแรงของทัศนคติด้านลบ ของผู้ซื้อที่มีต่อทางเลือกที่พอใจของผู้บริภักข์

5.2 แรงจูงใจของผู้บริภักข์ที่จะคล้อยตามความต้องการของผู้อื่น

ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ล่วงหน้า (Unanticipated Situational Factors) อาจเป็นตัวทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการตั้งใจซื้อได้ ขณะที่ผู้บริภักข์กำลังตัดสินใจซื้อนั้น ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนจะเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลกระทบต่อตั้งใจซื้อ เช่น ผู้บริภักข์ไม่ชอบลักษณะของพนักงานขาย หรือผู้บริภักข์เกิดอารมณ์เสีย หรือวิตกกังวลจากรายได้ นักการตลาดเชื่อว่าปัจจัยที่ไม่ได้คาดคะเนจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ



6. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากซื้อ และทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อ และจะต้องติดตาม และให้ความสนใจ มีดังนี้

6.1 ความพึงพอใจภายหลังการซื้อ (Post Purchase Satisfaction) สิ่งใดเป็นตัวชี้ให้เห็นว่า ผู้ซื้อมีความพอใจอย่างมาก ค่อนข้างพอใจหรือไม่พอใจกับการซื้อในครั้งหนึ่ง ๆ ความพอใจของผู้บริโภคเป็นการทำงานของความใกล้ชิดระหว่างการคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคและการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังไว้ ถ้าผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความคาดหวังของผู้บริโภค พวกเขาจะเกิดความรู้สึกผิดหวัง แต่ถ้าตรงกับความคาดหวังพวกเขาก็จะเกิดความรู้สึกเฉย ๆ และถ้าเกินความคาดหวังผู้บริโภคจะเกิดความพอใจยิ่งขึ้น ความรู้สึกเหล่านี้สร้างความแตกต่างในแง่ที่ว่าผู้บริโภคจะกลับมาซื้อสินค้าใหม่ และจะพูดถึงผลิตภัณฑ์ในแง่ดีหรือไม่ดี กับบุคคลอื่นต่อไปหรือไม่ ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความคาดหวังของตนตามข่าวสารที่ได้รับจากพนักงานขาย เพื่อน และแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ หากช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการทำงานของผลิตภัณฑ์ ยิ่งห่างกันมาเท่าไร ผู้บริโภคบางคนจะขยายช่องว่างออกไปหากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สมบูรณ์ ซึ่งจะทำให้พวกเขาารู้สึกไม่พอใจอย่างยิ่ง

6.2 กิจกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Actions) ความพึงพอใจ หรือไม่พอใจในผลิตภัณฑ์จะมีผลต่อพฤติกรรมต่อเนื่องของผู้บริโภค ถ้าผู้บริโภครู้สึกพอใจ ก็จะมีแนวโน้มว่าผู้บริโภคจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอีกครั้ง ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้บริโภครู้สึกไม่พึงพอใจ ผู้บริโภคอาจเลิกใช้หรือคืนผลิตภัณฑ์ อาจบอกต่อหรือมีการร้องเรียนผ่านทางสื่อมวลชน หรืออาจถึงขั้นฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากบริษัทก็เป็นได้

6.3 พฤติกรรมการใช้ และการกำจัดภายหลังการซื้อ (Post Purchase Use and Disposal) เป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่จะต้องคอยติดตามว่าผู้บริโภคใช้ และกำจัดสินค้านั้นอย่างไร ถ้าผู้บริโภคเก็บผลิตภัณฑ์ไว้โดยไม่ใช้ ก็อาจเป็นไปได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นไม่เป็นที่พึงพอใจ ทำให้การบอกต่อไม่เป็นผล แต่ถ้าหากผู้บริโภคขาย หรือแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันจะมีผลทำให้ยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่ลดลง และถ้าผู้บริโภคทิ้งผลิตภัณฑ์ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ว่าผู้บริโภคทำลายผลิตภัณฑ์นั้นอย่างไร เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางชนิดอาจเป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อม

## 5. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งแสดงเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการ

ทางเพศ ความเจ็บป่วย ฯลฯ ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกาย และความต้องการที่เป็นความปรารถนา อันเป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยา สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขารู้ว่าจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

**2. การค้นหาข้อมูล (Information Search)** ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที เช่น บุคคลที่เกิดความหิว มองเห็นร้านอาหารและเข้าไปซื้ออาหารบริโภคทันที แต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้น ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้ เพื่อหาทางสนองความต้องการในภายหลัง เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นสะสมไว้มาก จะทำให้เกิดการปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่ง คือความตั้งใจให้ได้การสนองความต้องการ เขาจะพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อหาทางสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น

**3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative)** เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ย่าง และไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่เป็นของผู้ซื้อคนเดียวคนหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product attributes) กรณีที่ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง การประเมินคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมีพื้นฐานดังนี้

- 1) ผู้บริโภคจะแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตน
- 2) ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของตน
- 3) ผู้บริโภคจะคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้านั้น
- 4) ผู้บริโภคจะแสวงหาสินค้าที่มีคุณภาพสูงแต่ราคาต่ำ

ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคและความเชื่อเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงได้เสมอ ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการประเมินผล เริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สนใจ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ของแต่ละตราสินค้า

**4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)** จากการประเมินผลทางเลือก จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นตัวเลือกโดยทั่วไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด

4.1 ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of others) - ทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องกันมี 2 ด้าน คือทัศนคติด้านบวก และทัศนคติด้านลบ ซึ่งจะมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

4.2 ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนเอาไว้ (Anticipated situational factors) - ผู้บริโภคจะคาดคะเนปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายได้ที่คาดคะเนของครอบครัว การคาดคะเนต้นทุนของผลิตภัณฑ์ และการคาดคะเนผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

4.3 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนเอาไว้ (Unanticipated situational factors) - ขณะที่ผู้บริโภคกำลังตัดสินใจซื้อนั้น ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนจะเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อ เช่น ผู้บริโภคไม่ชอบลักษณะของพนักงานขาย หรือผู้บริโภคเกิดอารมณ์เสียหรือวิตกกังวลจากรายได้

การตัดสินใจของผู้บริโภค อาจได้รับความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived risk) ซึ่งปริมาณความเสี่ยงจะขึ้นอยู่กับ

1. จำนวนเงินที่เกี่ยวข้อง
  2. ปริมาณของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ไม่แน่นอน
  3. ระดับความเชื่อมั่นของผู้บริหาร
- ผู้บริโภคจะลดความเสี่ยงโดยการ
1. หลีกเลี่ยงการตัดสินใจ
  2. พยายามขอลงข้อมูลผลิตภัณฑ์จากผู้ใกล้ชิด เพื่อน หรือแหล่งข้อมูลต่างๆ
  3. เลือกซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียงและการรับประกันสินค้า
- ผู้บริโภคจะซื้อโดยผ่านกระบวนการตัดสินใจย่อย 5 ประการ คือ
1. การตัดสินใจในตราสินค้า (Brand Decision)
  2. การตัดสินใจเลือกผู้ขาย (Vendor Decision)
  3. การตัดสินใจด้านปริมาณ (Quantity Decision)
  4. การตัดสินใจด้านเวลา (Time Decision)
  5. การตัดสินใจวิธีการชำระเงิน (Payment-method Decision)

5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (postpurchase Feeling) หลังการจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้วผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคหลังการซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541: 145-150)

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุษกร ไวยพจน์ (2547: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สายวิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามภูมิหลังของนักเรียน ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนเพศต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านการแนะนำของโรงเรียน และด้านการแนะนำของผู้ปกครองแตกต่างกัน นักเรียนที่มีชั้นปีที่ศึกษาต่างกันมีการ

ตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และด้านการจัดการเรียนสอนของ โรงเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน นักเรียน ที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) ต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวด วิชา ด้านมุ่งหวังศึกษาต่อในคณะยอดนิยมและ มหาวิทยาลัยชั้นนำ และด้านการจัดการเรียนสอน ของโรงเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน นักเรียนที่อาชีพของบิดาต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้าน พัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และด้านมุ่งหวังศึกษาต่อในคณะยอดนิยมและมหาวิทยาลัยชั้นนำ แตกต่างกัน นักเรียนที่อาชีพ ของมารดาต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านมุ่งหวังศึกษาต่อใน คณะยอดนิยมและ มหาวิทยาลัยชั้นนำแตกต่างกัน นักเรียนที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของครอบครัว ต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านมุ่งหวังศึกษาต่อในคณะยอดนิยมและมหาวิทยาลัย ชั้นนำ ด้านพัฒนาการเรียนรู้อาชีพทางสังคมของกลุ่มเพื่อนสายวิทยาศาสตร์ และด้านการแนะนำของผู้ปกครอง แตกต่างกัน

สายหยุด ผาคำ (2546: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียน พิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยม ศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ได้แก่ ครูผู้สอนที่มีเทคนิคการสอนดี มีความสามารถในการ ถ่ายทอดความรู้ได้ดี การจัดการเรียน การสอนที่มีคุณภาพ ความมีชื่อเสียงของสถานที่เรียนพิเศษ เนื้อหาหรือโปรแกรมการเรียนดี ช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม พนักงานต้อนรับมีความสุภาพและอัธยาศัยดี มีการลดราคาค่าเรียน บุคคลที่มีอิทธิพลได้แก่ตัวนักเรียนเองผู้ปกครอง แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลได้แก่ เพื่อน ผู้ปกครองและ ครูที่สอนในโรงเรียนตามปกติ นักเรียนส่วนใหญ่เลือกเรียนพิเศษที่โรงเรียนรัชดาภิเษก (RAC) โดย เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ฟิสิกส์และภาษาอังกฤษ และมีความพึงพอใจกับการเรียนในสถานที่ เหล่านั้น ทำให้ไม่ต้องการเปลี่ยนสถานที่เรียน และผลที่ได้รับจากการเรียนพิเศษ คือ ทำให้เข้าใจดี ขึ้นเมื่อไปเรียนในชั้นเรียนปกติ

ถนิมภรณ์ อินทแก้ว (2553: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีช่วงอายุ 16–18 ปี มีผลการเรียนเฉลี่ย สะสมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี คือ อยู่ที่ 3.01–3.50 และผู้ปกครองส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพค้าขายหรือประกอบอาชีพส่วนตัว มีรายได้รวมกันของผู้ปกครองมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน และจากการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นักเรียนจะเลือกคณะด้วยตนเอง บิดา มารดาเป็นผู้แนะนำ โดยมีการเตรียมความพร้อมในการสอบเข้ามหาวิทยาลัยตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษาปี ที่ 4 ปัจจัยด้านสถาบันกวดวิชาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกวดวิชาของนักเรียนพบว่า ในด้าน สถานที่ของสถาบันกวดวิชาคือ การมีชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา ด้านบุคลากรคือ วุฒิกการศึกษา ของผู้สอนที่ตรงกับรายวิชาที่สอน ด้านสถาบันที่สอนกวดวิชาคือ การที่มีจำนวนนักเรียนที่สอบเข้า มหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนมาก และด้านเหตุผลส่วนตัวคือ การที่นักเรียนมีความเชื่อว่าการกวดวิชา มีส่วนช่วยในการทำข้อสอบ ช่วยให้เกิดความพร้อม มีความมั่นใจในการเรียนและเป็นการเพิ่มโอกาส ในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย นักเรียนส่วนใหญ่จะเลือกเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมา

คือวิชาคณิตศาสตร์ วิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม วิชาภาษาไทยเลือกเรียน ที่สุดคือเลือกเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ โดยมีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาไม่เกิน 5,000 บาทต่อเทอม ซึ่งจะเรียน 2 วันต่อสัปดาห์ เรียนคราวละ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน โดยจะใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง ส่วนนักเรียนที่ไม่ได้ใช้รถยนต์เป็นพาหนะจะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่เกิน 30 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายอื่นนอกเหนือจากค่าเรียนกวดวิชาแล้วเช่นค่าขนม ค่าอาหาร ไม่เกิน 500 บาทต่อเดือน

วิโรจน์ มุอำหัต (2542: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนกรุงเทพมหานครคริสเตียนวิทยาลัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนกรุงเทพมหานครคริสเตียนวิทยาลัยมากที่สุด คือ ด้านโรงเรียนที่ดี รองลงมาคือ ด้านวิชาการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านบริการ ด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านตัวครู และด้านความสัมพันธ์กับชุมชน เป็นอันดับสุดท้าย จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจะพบว่า มีปัจจัยหลายด้านที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ทั้งปัจจัยด้านการตลาด 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการทำงาน ด้านทางกายภาพและปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเรียน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ผู้วิจัยสามารถนำปัจจัยเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจและสามารถนำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างแบบสอบถามได้ต่อไป

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเข้าเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร

##### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ คำนวณโดยใช้สูตรที่ไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากร(p) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 26) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95%โดยมีความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง เพิ่มกลุ่มตัวอย่างประมาณ 4 % ของกลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยจะเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร

สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95%

$$n = Z^2 / 4E^2$$

โดยที่ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ 0.95 ดังนั้น Z เท่ากับ 1.96

E = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{คำนวณได้ดังนี้ } n &= (1.96)^2 / 4(0.05)^2 \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

ได้ขนาดตัวอย่าง 385 คน และสำรองไว้ประมาณ 4% ของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 15 คน รวมเป็น 400 คน

### การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเฉพาะเจาะจง สถานที่ในการเก็บแบบสอบถามตามแหล่งที่มีสถาบันกวดวิชาตั้งอยู่จำนวนมาก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกจุดในการเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 10 แห่ง ซึ่งถือเป็นสถานที่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ที่ตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชาได้

**ขั้นตอนที่ 2** วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลในแต่ละจุดที่ได้กำหนดจากขั้นตอนที่ 1 จำนวนทั้งหมด 10 จุด โดยใช้ค่าเฉลี่ยจุดละ 40 คนต่อจุดเท่าๆกัน รวมทั้งหมด 400 คน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตไม่แตกต่างกัน

วิธีการคำนวณ

$$\begin{aligned} \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บในแต่ละเขต} &= \frac{\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง}}{\text{จำนวนเขต}} \\ &= \frac{400}{10} = 40 \end{aligned}$$

**ขั้นตอนที่ 3** วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บแบบสอบถามจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในขั้นที่ 2 จนครบ 400 ตัวอย่าง

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

**ตอนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ได้แก่ เพศ กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น คะแนนเฉลี่ยสะสม สังกัดของโรงเรียน ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended question) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple choice question) มีรายละเอียดดังนี้

ข้อ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง

ข้อ 2 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยกำหนดช่วงอายุดังนี้

- ( ) 1. มัธยมศึกษาปีที่ 4
- ( ) 2. มัธยมศึกษาปีที่ 5
- ( ) 3. มัธยมศึกษาปีที่ 6

ข้อ 3 คะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ( ) 2. ปริญญาตรี
- ( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อ 4 สังกัดของโรงเรียน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- ( ) 1. สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (โรงเรียนรัฐบาล)
- ( ) 2. สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (โรงเรียนเอกชน)

ข้อ 5 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ( ) 2. ปริญญาตรี
- ( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อ 6 อาชีพของผู้ปกครอง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- ( ) 1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ( ) 2. พนักงานบริษัทเอกชน
- ( ) 3. ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ
- ( ) 4. พ่อบ้าน / แม่บ้าน
- ( ) 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....



ข้อ 7 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท เรียงลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่

- ( ) 1. ต่ำกว่า 20,000 บาท
- ( ) 2. 20,000 – 30,000 บาท
- ( ) 3. 30,001 – 40,000 บาท
- ( ) 4. มากกว่า 40,000 บาท

**ตอนที่ 2** ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert scale และใช้ระดับการวัดข้อมูล ประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

**1. ด้านการเรียนการสอนและบริการ**

- 1.1 ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียน
- 1.2 เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนตรงตามหลักสูตร
- 1.3 ครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน
- 1.4 การเอาใจใส่และดูแลของครูผู้สอน
- 1.5 ความเป็นกันเองและมีน้ำใจของครูผู้สอนและพนักงาน
- 1.6 การจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนเหมาะสม
- 1.7 การรับรองผลการเรียนหลังการเรียน
- 1.8 การให้บริการแนะแนวทางการศึกษา
- 1.9 ช่วงเวลาเปิด-ปิดเหมาะสม
- 1.10 การให้บริการของเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการ

**2. ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา**

- 2.1 ระดับราคาค่าเล่าเรียนเหมาะสม
- 2.2 ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับเนื้อหาการเรียนการสอน
- 2.3 ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ
- 2.4 สามารถผ่อนชำระหรือแบ่งจ่ายค่าเรียนได้

**3. ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา**

- 3.1 ภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงเรียน
- 3.2 ชื่อเสียงของครูที่สอนกวดวิชา
- 3.3 ชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้
- 3.4 มีชื่อเสียงด้านการสอน เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป

#### 4. ด้านสถานที่

4.1 ทำเลที่ตั้งของสถาบันกวตวิชาอยู่ใกล้ที่พักอาศัย

4.2 สถาบันกวตวิชาตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน

4.3 สถานที่ตั้งสถาบันกวตวิชาอยู่ในศูนย์การค้า

4.4 สถานที่ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคมสะดวก

คำถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question) และเป็นมาตรฐานวัดลิเคอร์ท สเกล (Likert scale) โดยระดับการให้คะแนน 5 ระดับดังนี้

5 คะแนน หมายถึง ผู้บริโภครู้ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง ผู้บริโภครู้ให้ระดับความสำคัญมาก

3 คะแนน หมายถึง ผู้บริโภครู้ให้ระดับความสำคัญปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ผู้บริโภครู้ให้ระดับความสำคัญน้อย

1 คะแนน หมายถึง ผู้บริโภครู้ให้ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 8-11)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แสดงว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แสดงว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แสดงว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลางต่อการเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แสดงว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยต่อการเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แสดงว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดต่อการเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย

**ตอนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจการตัดสินใจเลือกสถาบัน  
กวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบ  
ปลายเปิด (Open-ended Questions) คำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choice question)  
8. ท่านเรียนกวดวิชาที่วิชาใดโดยเฉลี่ยใน 1 ปีการศึกษา มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน  
(Ratio) 9. ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอม มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน(Ratio)  
10. ปัจจุบันท่านเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง มีระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal  
scale) 11. บุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา มีระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ  
(Nominal scale)

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมี  
การดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ลักษณะและรายละเอียดต่างๆของสถาบัน  
สอนพิเศษและพฤติกรรมการตัดสินใจของนักเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ทบทวนวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อใช้ในการกำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้ครอบคลุม  
ขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. รวบรวมข้อมูลจากแนวคิดและทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เหล่านั้นเพื่อ  
นำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือก  
สถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร
4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เสนออาจารย์ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามที่ได้ มาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และตรวจสอบความเหมาะสมของ  
เนื้อหา จากนั้นนำไปปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อน  
นำไปใช้
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด  
เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของคอนบรัค  
(Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546:144) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของ  
แบบสอบถาม ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.826

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับ  
กลุ่มตัวอย่าง แล้วรอรับคืนด้วยตนเอง โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ได้ศึกษาจากการค้นคว้าจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตของหน่วยงานต่างๆ ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร

#### 4. การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

##### การจัดทำข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
4. ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

##### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1 และ 3 ข้อที่ 10 และ 11

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean หรือ  $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ข้อที่ 8 และ 9

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis)

2.1 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยใช้ t - test แบบ Independent (Independent t-test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ตอนที่ 1 ด้านเพศ ด้านสังกัดของโรงเรียน และ ตอนที่ 3 ท่านเรียนกวดวิชาที่วิชาโดยเฉลี่ยใน 1 ปีการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอม

2.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ตอนที่ 1 ด้านศึกษาอยู่ในระดับชั้น คะแนนเฉลี่ยสะสม ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณและ ตอนที่ 3 ท่านเรียนกวดวิชาที่วิชาโดยเฉลี่ยใน 1 ปีการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอม

2.3 การทดสอบค่าความแตกต่าง ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรทั้งสอง เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานตอนที่ 1 ทั้งหมด ใช้เปรียบเทียบกับแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจุบันท่านเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง บุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา

2.4 การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานตอนที่ 2 เปรียบเทียบกับตอนที่ 3 ท่านเรียนกวดวิชาที่วิชาโดยเฉลี่ยใน 1 ปีการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอม

## 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติดังนี้

### 1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 การหาค่าร้อยละ(Percentage) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล

$$P = \left[ \frac{fX}{n} \right] \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ในการปรากฏของข้อมูล

X แทน ค่าของข้อมูลหรือคะแนน

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 39)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n - (n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง  
 $(\sum x)$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง  
 $\sum x^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง  
 $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม ได้แก่

2.1 หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  Coefficient ของ ครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546:449) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance} / \text{variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance} / \text{variance}}$$

เมื่อ  $k$  แทน จำนวนคำถาม  
 $\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ  
 $\frac{\text{variance}}{\text{variance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึง ระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง 0 ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานโดย

3.1 ค่า Independent Sample t-test ใช้ทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540: 162) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{กรณีค่าความแปรปรวนเท่ากัน } (S_1^2 = S_2^2)$$

$$\text{กรณีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน } (S_1^2 \neq S_2^2)$$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right)}}$$

$$df = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right)}{\left(\frac{S_1^2}{n_1}\right)^2 + \left(\frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}$$

เมื่อ	$t$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{x}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$S_1^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$n_1$	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$n_2$	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$df$	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 สถิติ One-way Analysis of Variance ANOVA หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม จะใช้สถิติวิเคราะห์จากค่า ANOVA(F) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 142) ใช้สูตรดังนี้

ตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

แหล่งความแปรปรวน	df	Ss	MS	F
ระหว่างประชากร	$k - 1$	$SS_b$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$\frac{MS_b}{MS_w}$
ภายในประชากร	$n - k$	$SS_w$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
รวม	$n - 1$	$SS_T$		

เมื่อ $k$	แทนค่า จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
$n$	แทนค่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
F	แทนค่า ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
$SS_b$	แทนค่า ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม
$k - 1$	แทนค่า ชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม
$SS_w$	แทนค่า ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Square)
$n - k$	แทนค่า ชั้นแห่งความอิสระภายในกลุ่ม
$MS_b$	แทนค่า ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
$MS_w$	แทนค่า ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

โดยมีค่าความอิสระ (Degree of Freedom: DF) ระหว่างกลุ่มคือ  $k-1$  ภายในกลุ่มคือ  $n-k$  และรวมทั้งกลุ่มคือ  $n-1$  โดย  $k$  แทนจำนวนกลุ่ม และ  $n$  แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมด

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ LSD (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546: 332-333) สามารถเขียนสูตรได้ดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[ \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่  $n_i \neq n_j$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2; n-k}$	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = $n-k$
MSE	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม ( $MS^{(w)}$ )
$n_i$	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มที่ $i$
$n_j$	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มที่ $j$
$\alpha$	แทน	ค่าความคาดเคลื่อน

3.3 ค่า Chi-Square Test ใช้ในการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเชิงกลุ่มเพื่อหาความแตกต่างของตัวแปร 2 ตัวขึ้นไป โดยคำนวณค่าไคสแควร์ (Chi-Square) จากค่าความถี่ โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2540: 328)



$$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

$\chi^2$  = คือค่าไคสแควร์

O = คือค่าความถี่ที่ศึกษามาได้

E = คือค่าความถี่ที่หวังไว้โดยทฤษฎี

ในการแปลความหมายของค่าไคสแควร์ เพื่อทราบว่ามีผลต่างจะมีนัยสำคัญหรือไม่นั้นต้องอาศัยค่าไคสแควร์ที่ระดับความมีนัยสำคัญต่างๆ และในการดูจากตารางนั้นต้องหาค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ ( Degree of Freedom ) โดยการใช้สูตร

$$df = (c - 1)(r - 1)$$

เมื่อ c = จำนวนตัวแปรที่เป็นช่องตั้ง (Column)

r = จำนวนตัวแปรที่เป็นแถว (Row)

3.4 การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้สถิติค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ใช้ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลแตกต่างกัน (วิเชียร เกตุสิงห์ 2541: 72 )

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

r แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนน X

$\sum Y$  แทน ผลรวมของคะแนน Y

$\sum X^2$  แทน ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum Y^2$  แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum XY$  แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y

n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง  $-1 < r < 1$  ดังนี้

1. ค่า  $r$  เป็นลบ แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า  $X$  เพิ่มขึ้น  $Y$  จะลด แต่ถ้า  $X$  ลด  $Y$  จะเพิ่ม
2. ค่า  $r$  เป็นลบ แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า  $X$  เพิ่มขึ้น  $Y$  จะเพิ่ม แต่ถ้า  $X$  ลด  $Y$  จะลด
3. ค่า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ค่า  $-r$  มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า  $r = 0$  แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้า  $r$  มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  ไม่มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์ (วารจคณา อติศรประเสริฐ, เอกสารประกอบการสอนวิชาการเบี่ยงวิธีการวิจัยทางธุรกิจ.2545) มีดังนี้

มีค่า	0.00	หมายถึง	ไม่มีความสัมพันธ์เลย (no correlation)
มีค่าระหว่าง	0.01 – 0.20	หมายถึง	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย (virtually no correlation)
มีค่าระหว่าง	0.21 – 0.45	หมายถึง	มีความสัมพันธ์น้อย (weak correlation)
มีค่าระหว่าง	0.46 – 0.75	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ปานกลาง (moderate correlation)
มีค่าระหว่าง	0.76 – 0.90	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มาก (strong correlation)
มีค่าระหว่าง	0.91 – 0.99	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มากที่สุด (very strong correlation)
มีค่า	1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์สมบูรณ์ (perfect correlation)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน จำนวนตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
$\chi^2$	แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในไครสแควร์ (Chi-square)
t	แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
LSD	แทน Least Significant Difference
Sig	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ
H <sub>0</sub>	แทน สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H <sub>1</sub>	แทน สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชาและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ ศึกษาอยู่ในระดับชั้น คะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) สังกัดของโรงเรียน ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	183	45.75
หญิง	217	54.25
รวม	400	100
ศึกษาอยู่ในระดับชั้น		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	90	22.5
มัธยมศึกษาปีที่ 5	149	37.25
มัธยมศึกษาปีที่ 6	161	40.25
รวม	400	100
คะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA)		
ต่ำกว่า 2.50	54	13.5
2.51 – 3.00	126	31.5
3.01 – 3.50	120	30.0
3.51 – 4.00	100	25.0
รวม	400	100
สังกัดของโรงเรียน		
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน	253	63.25
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน	147	36.75
รวม	400	100

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	67	16.8
ปริญญาตรี	243	60.8
สูงกว่าปริญญาตรี	90	22.5
รวม	400	100
อาชีพของผู้ปกครอง		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	95	23.8
พนักงานบริษัทเอกชน	124	31.0
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	150	37.5
พ่อบ้าน แม่บ้าน / อื่นๆ	31	7.8
รวม	400	100
รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ		
ต่ำกว่า 30,000 บาท	99	24.8
30,001 – 40,000 บาท	102	25.5
มากกว่า 40,000 บาท	199	49.8
รวม	400	100

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 เพศชาย มีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75

ด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ กำลังการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาคือกำลังการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 และกำลังการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5ตามลำดับ

ด้านคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.51 – 3.00 มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01 – 3.50 มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 คะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51 – 4.00 มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 คะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.50 มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ด้านสังกัดของโรงเรียนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน(โรงเรียนรัฐบาล) มีจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 รองลงมาคือสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (โรงเรียนเอกชน)มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาของผู้ปกครอง กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ด้านอาชีพของผู้ปกครองกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ มากกว่า 40,000 บาท มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือ 30,001 – 40,000 บาทมีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ต่ำกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	Min	Max	$\bar{x}$	S.D.
จำนวนวิชาเรียนกวดวิชาโดยเฉลี่ย(วิชาต่อปีการศึกษา)	1.0	7.0	2.61	1.289
ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)	1200	32000	8595	6019.5

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาสามารถสรุปจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ดังนี้

จำนวนวิชาเรียนที่วิชาโดยเฉลี่ยต่อปีการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนประมาณ 3 วิชา สูงสุด คือ 7 วิชา ต่ำที่สุดคือ 1 วิชา โดยมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.289

ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โดยเฉลี่ยประมาณ 8595 บาทต่อเทอม สูงสุด คือ 32000 บาทต่อเทอม ต่ำสุด คือ 1200 บาทต่อเทอม โดยมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 6019.5

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาโดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือก สถาบันกวดวิชา	จำนวน (คน)		ร้อยละ	
	เลือก	ไม่เลือก	เลือก	ไม่เลือก
ปัจจุบันท่านเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. คณิตศาสตร์	259	64.8	141	35.3
2. ภาษาไทย	86	21.5	314	78.5
3. กลุ่มวิทยาศาสตร์	225	56.3	175	43.8
4. ภาษาต่างประเทศ	240	60.0	160	40.0
5. สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม	58	14.5	342	85.5
6. ศิลปะและดนตรี	16	4.0	384	96.0
บุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา				
	จำนวน (คน)		ร้อยละ	
1. ตัวผู้เรียนเอง	144		36.0	
2. เพื่อน	154		38.5	
3. บุคคลภายในครอบครัว	64		16.0	
4. ครู – อาจารย์	37		9.3	
5. เจ้าหน้าที่สถานทูต	1		.3	
รวม	400		100	

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบัน  
กวดวิชาสามารถสรุปจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ปัจจุบันท่านเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้างกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียน  
คณิตศาสตร์ มีจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาเรียนภาษาต่างประเทศ 240 คน คิด  
เป็นร้อยละ 60 เรียนกลุ่มวิทยาศาสตร์ มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 เรียนภาษาไทย มี  
จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 เรียนสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมมีจำนวน 58 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 14.5วิชาแ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

บุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาในกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่  
ตอบ เพื่อนมีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาตัวผู้เรียนเองมีจำนวน 144 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 36 บุคคลภายในครอบครัวมีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ครู – อาจารย์ มีจำนวน 37  
คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และเจ้าหน้าที่สถานทูตมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชา  
และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4 แสดงปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูล  
เกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียน	3.80	.960	มาก
2.เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนตรงตามหลักสูตร	3.96	.871	มาก
3.ครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน	4.36	.687	มากที่สุด
4.การเอาใจใส่และดูแลของครูผู้สอน	4.03	.780	มาก
5.ความเป็นกันเองและมีน้ำใจของครูผู้สอนและ พนักงาน	3.90	.813	มาก
6.การจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนเหมาะสม	3.61	.930	มาก
7.การรับรองผลการเรียนหลังการเรียน	3.55	.927	มาก
8.การให้บริการแนะแนวทางการศึกษา	3.46	.933	มาก
9.ช่วงเวลาเปิด-ปิดเหมาะสม	3.28	.954	ปานกลาง
10.การให้บริการของเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความ ต้องการ	3.06	1.013	ปานกลาง
รวม	3.7022	.48689	มาก



จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ สามารถสรุปจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการโดยมีเกณฑ์แสดงระดับความสำคัญมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ระดับความสำคัญมาก คือ การเอาใจใส่และดูแลของครูผู้สอน , เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนตรงตามหลักสูตร , ความเป็นกันเองและมีน้ำใจของครูผู้สอนและพนักงาน , ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียน , การจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนเหมาะสม , การรับรองผลการเรียนหลังการเรียน , การให้บริการแนะแนวทางการศึกษา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 , 3.96 , 3.90 , 3.80 , 3.61 , 3.55 และ 3.46 ระดับความสำคัญปานกลาง, ช่วงเวลาเปิด-ปิดเหมาะสม และการให้บริการของเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และ 3.06

ตาราง 5 แสดงปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.ระดับราคาค่าเล่าเรียนเหมาะสม	3.94	.858	มาก
2.ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับเนื้อหาการเรียนการสอน	3.99	.736	มาก
3.ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ	4.03	.768	มาก
4.สามารถผ่อนชำระหรือแบ่งจ่ายค่าเรียนได้	3.15	1.181	ปานกลาง
รวม	3.7794	.60120	มาก

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา สามารถสรุปจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา โดยมีเกณฑ์แสดงระดับความสำคัญมาก โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ , ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับเนื้อหาการเรียนการสอน และระดับราคาค่าเล่าเรียนเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 , 3.99 และ 3.94 ระดับความสำคัญปานกลาง คือ สามารถผ่อนชำระหรือแบ่งจ่ายค่าเรียนได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

ตาราง 6 แสดงปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.ภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงเรียน	3.87	.847	มาก
2.ชื่อเสียงของครูที่สอนกวดวิชา	4.03	.903	มาก
3.ชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้	4.11	.835	มาก
4.มีชื่อเสียงด้านการสอนเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป	3.92	.840	มาก
รวม	3.9825	.65250	มาก

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา สามารถสรุปจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้ ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา โดยมีเกณฑ์แสดงระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ ชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ , ชื่อเสียงของครูที่สอนกวดวิชา , มีชื่อเสียงด้านการสอนเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป และภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 , 4.03 , 3.92 และ 3.87

ตาราง 7 แสดงปัจจัยด้านสถานที่ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านสถานที่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.ทำเลที่ตั้งของสถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	3.57	1.055	มาก
2.สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน	3.22	1.051	ปานกลาง
3.สถานที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ในศูนย์การค้า	3.67	1.015	มาก
4.สถานที่ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคมสะดวก	4.24	.767	มาก
รวม	3.6737	.68537	มาก

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ ปัจจัยด้านสถานที่ สามารถสรุปจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ปัจจัยด้านสถานที่ โดยมีเกณฑ์แสดงระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคม

สะดวก , สถานที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ในศูนย์การค้า และทำเลที่ตั้งของสถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้ที่พักอาศัยมี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 , 3.67 และ 3.57 ระดับความสำคัญปานกลาง คือ สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน 1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่เป็นอิสระกัน 2 โดยใช้ t - test แบบ Independent (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 8 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) และด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เพศ	N	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig
จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา)	ชาย	183	2.54	1.283	-.947	398	.344
	หญิง	217	2.66	1.295			
ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)	ชาย	183	8757.92	6471.037	.497	398	.620
	หญิง	217	8457.6	5622.107			

จากตาราง 8 พบว่า ในการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ โดยใช้ t - test แบบ Independent (Independent t-test) พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .344 และ .620 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง จำแนกตามเพศ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยสถิติ Chi-Square โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตาราง 9 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามเพศ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา		เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
		เลือก	ไม่เลือก			
เพศ	ชาย	117 (63.93%)	66 (36.07%)	183 (100%)	.098	.754
	หญิง	142 (65.44%)	75 (34.56%)	217 (100%)		
รวม		259 (64.75%)	141 (35.25%)	400 (100%)		

จากตาราง 9 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .754 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามเพศ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา		เรียนกวดวิชาภาษาไทย		รวม	$\chi^2$	Sig
		เลือก	ไม่เลือก			
เพศ	ชาย	34 (18.58%)	149 (81.42%)	183 (100%)	1.705	.192
	หญิง	52 (23.96%)	165 (76.04%)	217 (100%)		
รวม		86 (21.50%)	314 (78.50%)	400 (100%)		

จากตาราง 10 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามเพศ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .192 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามเพศ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เพศ	เรียนกวดวิชาวิทยาศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
		เลือก	ไม่เลือก			
ชาย	ชาย	111	72	183	2.661	.103
		(60.66%)	(39.34%)	(100%)		
หญิง	หญิง	114	103	217	2.661	.103
		(52.53%)	(47.47%)	(100%)		
รวม		225	175	400		
		(56.25%)	(43.75%)	(100%)		

จากตาราง 11 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .103 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา  
ปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามเพศ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา		เรียนกวดวิชา		รวม	$\chi^2$	Sig
		ภาษาต่างประเทศ				
		เลือก	ไม่เลือก			
เพศ	ชาย	108 (59.02%)	75 (40.98%)	183 (100%)	.136	.759
	หญิง	132 (60.83%)	85 (39.17%)	217 (100%)		
รวม		240 (60.00%)	160 (40.00%)	400 (100%)		

จากตาราง 12 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของ  
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตาม  
เพศ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p)  
เท่ากับ .759 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ  
ต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขต  
กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชา		เรียนกวตวิชาสังคมศึกษา		รวม	$\chi^2$	Sig
		ศาสนาและวัฒนธรรม				
		เลือก	ไม่เลือก			
เพศ	ชาย	27 (14.75%)	156 (85.25%)	183 (100%)	.018	.895
	หญิง	31 (14.29%)	186 (85.71%)	217 (100%)		
รวม		58 (14.50%)	342 (85.50%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .759 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามเพศ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา		เรียนกวดวิชาวิชาศิลปะ			$\chi^2$	Sig
		ดนตรี		รวม		
		เลือก	ไม่เลือก			
เพศ	ชาย	7 (3.83%)	176 (96.17%)	183 (100%)	.027	.870
	หญิง	9 (4.15%)	208 (95.85%)	217 (100%)		
รวม		16 (4.00%)	384 (96.00%)	400 (100%)		

จากตาราง 14 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามเพศ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .870 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามเพศ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม	ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา					รวม	$\chi^2$	Sig
	ตัวผู้เรียนเอง	เพื่อน	บุคคลในครอบครัว	ครู - อาจารย์	เจ้าหน้าที่สถานทูต			
เพศ								
ชาย	61 (33.33%)	69 (37.70%)	34 (18.58%)	19 (10.38%)	0 (0%)	183 (100%)	3.435	.488
หญิง	83 (38.25%)	85 (39.17%)	30 (13.82%)	18 (8.29%)	1 (0.46%)	217 (100%)		
รวม	144 (36.00%)	154 (38.50%)	64 (16.00%)	37 (9.25%)	1 (0.25%)	400 (100%)		

จากตาราง 15 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามเพศโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .488 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐาน 2 ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

Ho: ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H1: ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

พฤติกรรมกาตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	แหล่ง					
	ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)	ระหว่าง	2	34.186	17.093	10.78	.000*
	กลุ่มภายใน	397	629.191	1.585		
	กลุ่มรวม	399	663.378			
ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)	ระหว่าง	2	932289625.180	466144812.59	13.68	.000*
	กลุ่มภายใน	397	13525140374.820	34068363.665		
	กลุ่มรวม	399	14457430000.000			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบ พบว่า จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) กับ ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) มีค่า Sig. เท่ากับ .000 , .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ระดับชั้นการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 4			มัธยมศึกษาปีที่ 5			มัธยมศึกษาปีที่ 6		
	$\bar{x}$								
มัธยมศึกษาปีที่ 4	2.24	-		-0.212			-0.706*		
				(.208)			(.000)		
มัธยมศึกษาปีที่ 5	2.46	-		-			-0.494*		
							(.001)		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	2.95	-		-			-		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามระดับชั้นการศึกษาดังนี้

นักเรียนชั้นมัธยมปลายปีที่ 4 กับนักเรียนชั้นมัธยมปลายปีที่ 6 มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปลายปีที่ 4 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปลายปีที่ 6 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .706 วิชา

นักเรียนชั้นมัธยมปลายปีที่ 5 กับนักเรียนชั้นมัธยมปลายปีที่ 6 มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปลายปีที่ 5 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปลายปีที่ 6 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .494 วิชา

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ระดับชั้นการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมศึกษาปีที่ 4	มัธยมศึกษาปีที่ 5	มัธยมศึกษาปีที่ 6
		6631.11	7865.77	10367.70
มัธยมศึกษาปีที่ 4	6631.11	-	-1234.661	-3736.591*
			(.114)	(.000)
มัธยมศึกษาปีที่ 5	7865.77	-	-	-2501.930*
				(.000)
มัธยมศึกษาปีที่ 6	10367.70	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

นักเรียนชั้นมัธยมปลายปีที่ 4 กับนักเรียนชั้นมัธยมปลายปีที่ 6 มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปลายปีที่ 5 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่าผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปลายปีที่ 6 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 3736.591 บาท

นักเรียนชั้นมัธยมปลายปีที่ 5 กับนักเรียนชั้นมัธยมปลายปีที่ 6 มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปลายปีที่ 5 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่าผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปลายปีที่ 6 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 2501.930 บาท

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยสถิติ Chi-Square โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชา	เรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์		รวม	X <sup>2</sup>	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
มัธยมศึกษาปีที่ 4	52 (57.78%)	38 (42.22%)	90 (100%)	5.653	.059
มัธยมศึกษาปีที่ 5	92 (61.74%)	57 (38.26%)	149 (100%)		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	115 (71.43%)	46 (28.57%)	161 (100%)		
รวม	259 (64.75%)	141 (35.25%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .059 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา  
ปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาภาษาไทย		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
มัธยมศึกษาปีที่ 4	24 (26.67%)	66 (73.33%)	90 (100%)	2.085	.353
มัธยมศึกษาปีที่ 5	28 (18.79%)	121 (81.21%)	149 (100%)		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	34 (21.12%)	127 (78.88%)	161 (100%)		
รวม	86 (21.50%)	314 (78.50%)	400 (100%)		

จากตาราง 20 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา  
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตาม  
ระดับชั้นการศึกษา โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า  
Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .353 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า  
ผู้บริโภครที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของ  
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา  
ปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามระดับชั้น  
การศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาวิทยาศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
มัธยมศึกษาปีที่ 4	43 (47.78%)	47 (52.22%)	90 (100%)	4.440	.109
มัธยมศึกษาปีที่ 5	83 (55.70%)	66 (44.30%)	149 (100%)		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	99 (61.49%)	62 (38.51%)	161 (100%)		
รวม	225 (56.25%)	175 (43.75%)	400 (100%)		

จากตาราง 21 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของ  
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตาม  
ระดับชั้นการศึกษา โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า  
Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .109 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า  
ผู้บริโภครที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของ  
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ภาษาต่างประเทศ				
	เลือก	ไม่เลือก			
มัธยมศึกษาปีที่ 4	49 (54.44%)	41 (45.56%)	90 (100%)	2.736	.255
มัธยมศึกษาปีที่ 5	87 (58.39%)	62 (41.61%)	149 (100%)		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	104 (64.60%)	57 (35.40%)	161 (100%)		
รวม	240 (60.00%)	160 (40.00%)	400 (100%)		

จากตาราง 22 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .255 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
มัธยมศึกษาปีที่ 4	12 (13.33%)	78 (86.67%)	90 (100%)	5.396	.067
มัธยมศึกษาปีที่ 5	15 (10.07%)	134 (89.93%)	149 (100%)		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	31 (19.25%)	130 (80.75%)	161 (100%)		
รวม	58 (14.50%)	342 (85.50%)	400 (100%)		

จากตาราง 23 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามระดับชั้นการศึกษาโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .067 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา  
ปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
มัธยมศึกษาปีที่ 4	6 (6.67%)	84 (93.33%)	90 (100%)	2.630	.268
มัธยมศึกษาปีที่ 5	6 (4.03%)	143 (95.97%)	149 (100%)		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	4 (2.48%)	157 (97.52%)	161 (100%)		
รวม	16 (4.00%)	384 (96.00%)	400 (100%)		

จากตาราง 24 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา  
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตาม  
ระดับชั้นการศึกษาโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า  
Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .268 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า  
ผู้บริโภครที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของ  
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือก สถาบันกวดวิชา	ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา					รวม	$\chi^2$	Sig
	ตัวผู้เรียนเอง	เพื่อน	บุคคลในครอบครัว	ครู - อาจารย์	เจ้าหน้าที่สถานทูต			
ระดับชั้นการศึกษา								
มัธยมศึกษาปีที่ 4	33 (36.67%)	37 (41.11%)	12 (13.33%)	8 (8.89%)	0 (0%)	90 (100%)	7.360	.498
มัธยมศึกษาปีที่ 5	53 (35.57%)	55 (36.91%)	21 (14.09%)	19 (12.75%)	1 (0.67%)	149 (100%)		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	58 (36.02%)	62 (38.51%)	31 (19.25%)	10 (6.21%)	0 (0%)	161 (100%)		
รวม	144 (36.00%)	154 (38.50%)	64 (16.00%)	37 (9.25%)	1 (0.25%)	400 (100%)		

จากตาราง 25 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามระดับชั้นการศึกษาโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .498 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐาน 3** ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

Ho: ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H1: ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 26 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา)และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

พฤติกรรมกาตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)	ระหว่างกลุ่ม	3	44.978	14.993	9.601	.000*
	ภายในกลุ่ม	396	618.400	1.562		
	รวม	399	663.378			
ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)	ระหว่างกลุ่ม	3	832533049.471	277511016.490	8.066	.000*
	ภายในกลุ่ม	396	13624896950.529	34406305.431		
	รวม	399	14457430000.000			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมโดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบ พบว่า ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา)และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

คะแนนเฉลี่ยสะสม	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 2.50	2.51-3.00	3.01-3.50	3.51-4.00
		2.17	2.29	2.78	3.04
ต่ำกว่า 2.50	2.17	-	-.127 (.532)	-.608 <sup>*</sup> (.003)	-.873 <sup>*</sup> (.000)
2.51-3.00	2.29	-	-	-.481 <sup>*</sup> (.003)	-.746 <sup>*</sup> (.000)
3.01-3.50	2.78	-	-	-	-.265 (.118)
3.51-4.00	3.04	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนที่วิชาโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมดังนี้

นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.50 กับนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.50 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านจำนวนวิชาเรียนที่วิชาโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .608 วิชา

นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.50 กับนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.50 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านจำนวนวิชาเรียนที่วิชาโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .873 วิชา

นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 กับนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านจำนวนวิชาเรียนที่วิชาโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .481 วิชา

นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 กับนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านจำนวนวิชาเรียนที่วิชาโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .746 วิชา

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

คะแนนเฉลี่ยสะสม	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 2.50	2.51-3.00	3.01-3.50	3.51-4.00
		6785.19	7135.71	9555.83	10258.00
ต่ำกว่า 2.50	6785.19	-	-350.529 (.714)	-2770.648* (.004)	-3472.815* (.001)
2.51-3.00	7135.71	-	-	-2420.119* (.001)	-3122.286* (.000)
3.01-3.50	9555.83	-	-	-	-702.167 (.377)
3.51-4.00	10258.00	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมดังนี้

นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.50 กับนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 มีค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.50 มีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 2770.648 บาท

นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.50 กับนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.50 มีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 3472.815 บาท

นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 กับนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 มีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 2420.119 บาท

นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 กับนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 มีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 3122.286 บาท

การเปรียบเทียบพฤติกรรมตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยสถิติ Chi-Square โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชา	เรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
คะแนนเฉลี่ยสะสม					
น้อยกว่า 2 คะแนน	30 (55.56%)	24 (44.44%)	54 (100%)	3.480	.323
2.51-3.00	79 (62.70%)	47 (37.30%)	126 (100%)		
3.01-3.50	83 (67.17%)	37 (30.83%)	120 (100%)		
3.51-4.00	67 (67.00%)	33 (33.00%)	100 (100%)		
รวม	259 (64.75%)	141 (35.25%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยใช้สมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .323 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาภาษาไทย		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
คะแนนเฉลี่ยสะสม					
น้อยกว่า 2.50	16 (29.63%)	38 (70.37%)	54 (100%)	9.852	0.02*
2.51-3.00	32 (25.40%)	94 (74.60%)	126 (100%)		
3.01-3.50	27 (22.50%)	93 (77.50%)	120 (100%)		
3.51-4.00	11 (11.00%)	89 (89.00%)	100 (100%)		
รวม	86 (21.50%)	314 (78.50%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .020 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชา	เรียนกวตวิชาวิทยาศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
คะแนนเฉลี่ยสะสม					
น้อยกว่า 2.50	22 (40.74%)	32 (59.26%)	54 (100%)	31.336	.000*
2.51-3.00	54 (42.86%)	72 (57.14%)	126 (100%)		
3.01-3.50	73 (60.83%)	47 (39.17%)	120 (100%)		
3.51-4.00	76 (76.00%)	24 (24.00%)	100 (100%)		
รวม	225 (56.25%)	175 (43.75%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ภาษาต่างประเทศ				
	เลือก	ไม่เลือก			
คะแนนเฉลี่ยสะสม					
น้อยกว่า 2.50	29 (53.70%)	25 (46.30%)	54 (100%)	1.838	.607
2.51-3.00	73 (57.94%)	53 (42.06%)	126 (100%)		
3.01-3.50	76 (63.33%)	44 (36.67%)	120 (100%)		
3.51-4.00	62 (62.00%)	38 (38.00%)	100 (100%)		
รวม	240 (60.00%)	160 (40.00%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .607 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาสังคมศึกษา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ศาสนาและวัฒนธรรม				
	เลือก	ไม่เลือก			
คะแนนเฉลี่ยสะสม					
น้อยกว่า 2.50	9 (16.67%)	45 (83.33%)	54 (100%)	3.550	.314
2.51-3.00	19 (15.08%)	107 (84.92%)	126 (100%)		
3.01-3.50	21 (17.50%)	99 (82.50%)	120 (100%)		
3.51-4.00	9 (9.00%)	91 (91.00%)	100 (100%)		
รวม	58 (14.50%)	342 (85.50%)	400 (100%)		

จากตาราง 33 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .314 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
คะแนนเฉลี่ยสะสม					
น้อยกว่า 2.50	3 (5.56%)	51 (94.44%)	54 (100%)	1.304	.728
2.51-3.00	5 (3.97%)	121 (96.03%)	126 (100%)		
3.01-3.50	3 (2.50%)	117 (97.50%)	120 (100%)		
3.51-4.00	5 (5.00%)	95 (95.00%)	100 (100%)		
รวม	16 (4.00%)	384 (96.00%)	400 (100%)		

จากตาราง 34 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed) (p) เท่ากับ .728 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือก สถาบันกวด วิชา	ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา					รวม	$\chi^2$	Sig
	ตัวผู้เรียนเอง	เพื่อน	บุคคลในครอบครัว	ครู - อาจารย์	เจ้าหน้าที่สถานทูต			
คะแนนเฉลี่ย สะสม								
น้อยกว่า 2.50	16 (29.63%)	21 (38.89%)	9 (16.67%)	8 (14.81%)	0 (0%)	54 (100%)	16.252	.180
2.51-3.00	42 (33.33%)	48 (38.10%)	18 (14.29%)	18 (14.29%)	0 (0%)	126 (100%)		
3.01-3.50	43 (35.83%)	49 (40.83%)	20 (16.67%)	8 (6.67%)	0 (0%)	120 (100%)		
3.51-4.00	43 (35.83%)	36 (40.83%)	17 (16.67%)	3 (6.67%)	1 (0%)	100 (100%)		
รวม	144 (36.00%)	154 (38.50%)	64 (16.00%)	37 (9.25%)	1 (0.25%)	400 (100%)		

จากตาราง 35 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .180 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐาน 4** ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

Ho: ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H1: ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่เป็นอิสระกัน 2 โดยใช้ t - test แบบ Independent (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา)และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	สังกัดของโรงเรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig
จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา)	รัฐบาล	253	2.59	1.252	-.297	398	.767
	เอกชน	147	2.64	1.355			
ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)	รัฐบาล	253	8357.31	554.997	-1.036	398	.301
	เอกชน	147	9004.08	6763.458			

จากตาราง 36 พบว่า ในการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามสังกัดของโรงเรียน โดยใช้ t - test แบบ Independent (Independent t-test) พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .767 และ .301 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยสถิติ Chi-Square โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตาราง 37 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชา	เรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์		รวม	X <sup>2</sup>	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
สังกัดของโรงเรียน					
โรงเรียนรัฐบาล	175 (69.17%)	78 (30.83%)	253 (100%)	5.893	.015*
โรงเรียนเอกชน	84 (57.14%)	63 (42.86%)	147 (100%)		
รวม	259 (64.75%)	141 (35.25%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามสังกัดของโรงเรียนโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน



ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาภาษาไทย		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
สังกัดของโรงเรียน					
โรงเรียนรัฐบาล	38 (15.02%)	215 (84.98%)	253 (100%)	17.129	.000*
โรงเรียนเอกชน	48 (32.65%)	99 (67.35%)	147 (100%)		
รวม	86 (21.50%)	314 (78.50%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาวิทยาศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
สังกัดของโรงเรียน					
โรงเรียนรัฐบาล	155 (61.26%)	98 (38.74%)	253 (100%)	7.035	.008*
โรงเรียนเอกชน	70 (47.62%)	77 (52.38%)	147 (100%)		
รวม	225 (56.25%)	175 (43.75%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามสังกัดของโรงเรียนโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ภาษาต่างประเทศ				
	เลือก	ไม่เลือก			
สังกัดของโรงเรียน					
โรงเรียนรัฐบาล	142 (56.13%)	111 (43.87%)	253 (100%)	4.304	.038*
โรงเรียนเอกชน	98 (66.67%)	49 (33.33%)	147 (100%)		
รวม	240 (60.00%)	160 (40.00%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชา	เรียนกวตวิชาสังคมศึกษา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ศาสนาและวัฒนธรรม เลือก	ไม่เลือก			
สังกัดของโรงเรียน					
โรงเรียนรัฐบาล	26 (10.28%)	227 (89.72%)	253 (100%)	9.905	.002*
โรงเรียนเอกชน	32 (21.77%)	115 (78.23%)	147 (100%)		
รวม	58 (14.50%)	342 (85.50%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามสังกัดของโรงเรียนโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาวิชาศิลปะ		รวม	$\chi^2$	Sig
	ดนตรี				
	เลือก	ไม่เลือก			
สังกัดของโรงเรียน					
โรงเรียนรัฐบาล	9 (3.56%)	244 (96.44%)	253 (100%)	.351	.553
โรงเรียนเอกชน	7 (4.76%)	140 (95.24%)	147 (100%)		
รวม	16 (4.00%)	384 (96.00%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .553 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน

ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือก สถาบันกวดวิชา	ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา					รวม	$\chi^2$	Sig
	ตัวผู้เรียนเอง	เพื่อน	บุคคลในครอบครัว	ครู - อาจารย์	เจ้าหน้าที่สถานทูต			
สังกัดของโรงเรียน								
โรงเรียนรัฐบาล	99 (39.13%)	104 (41.11%)	34 (13.44%)	16 (6.32%)	0 (0%)	253 (100%)	14.004	.007*
โรงเรียนเอกชน	45 (30.61%)	50 (34.01%)	30 (20.41%)	21 (14.29%)	1 (0.68%)	147 (100%)		
รวม	144 (36.00%)	154 (38.50%)	64 (16.00%)	37 (9.25%)	1 (0.25%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามสังกัดของโรงเรียนโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

**สมมติฐาน 5** ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

Ho: ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H1: ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Valiance: One Way ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

พฤติกรรมกา ตัดสินใจเลือกสถาบัน กวดวิชา	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
จำนวนวิชาเรียนโดย เฉลี่ย(1 ปีการศึกษา)	ระหว่างกลุ่ม	3	32.090	10.697	6.71	.000*
	ภายในกลุ่ม	396	631.287	1.594		
	รวม	399	663.378			
ค่าใช้จ่ายในการเรียน กวดวิชา (บาทต่อเทอม)	ระหว่างกลุ่ม	3	813607567.176	271202522.392	7.871	.000*
	ภายในกลุ่ม	396	13643822432.824	34454097.053		
	รวม	399	14457430000.000			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบ พบว่า จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) กับ ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ

ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย(1 ปีการศึกษา) จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.73	-	.254 (.152)	-.135 (.513)
ปริญญาตรี	2.48	-	-	-.389* (.014)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.87	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครองดังนี้

นักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองระดับปริญญาตรี กับนักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านจำนวนวิชาเรียนที่วิชาโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า นักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .389 วิชา



ตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

ระดับการศึกษาของ ผู้ปกครอง	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		8868.66	8065.02	9822.22
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8868.66	-	803.636 (.332)	- 953.566 (.325)
ปริญญาตรี	8065.02	-	-	-1757.202* (.018)
สูงกว่าปริญญาตรี	9822.22	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครองดังนี้

นักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองระดับปริญญาตรี กับนักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า นักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 1757.202 บาท

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยสถิติ Chi-Square โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตาราง 47 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	47 (70.15%)	20 (29.85%)	67 (100%)	7.308	.026*
ปริญญาตรี	145 (59.67%)	98 (40.33%)	243 (100%)		
สูงกว่าปริญญาตรี	67 (74.44%)	23 (25.56%)	90 (100%)		
รวม	259 (64.75%)	141 (35.25%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .026 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา  
ปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาภาษาไทย		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6 (8.96%)	61 (91.04%)	67 (100%)	7.676	.022*
ปริญญาตรี	57 (23.46%)	186 (76.54%)	243 (100%)		
สูงกว่าปริญญาตรี	23 (25.56%)	67 (74.44%)	90 (100%)		
รวม	86 (21.50%)	314 (78.50%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา  
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามระดับ  
การศึกษาของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า  
Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับ  
สมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการ  
ตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา  
ปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา  
ของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาวิทยาศาสตร์		รวม	X <sup>2</sup>	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45 (67.16%)	22 (32.84%)	67 (100%)	4.238	.120
ปริญญาตรี	129 (53.09%)	114 (46.91%)	243 (100%)		
สูงกว่าปริญญาตรี	51 (56.67%)	39 (43.33%)	90 (100%)		
รวม	225 (56.25%)	175 (43.75%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา  
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนก  
ตามระดับการศึกษาของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการ  
ทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .120 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>)  
หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือก  
สถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 50 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ภาษาต่างประเทศ				
	เลือก	ไม่เลือก			
ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	36 (53.73%)	31 (46.27%)	67 (100%)	1.399	.497
ปริญญาตรี	150 (61.73%)	93 (38.27%)	243 (100%)		
สูงกว่าปริญญาตรี	54 (60.00%)	36 (40.00%)	90 (100%)		
รวม	240 (60.00%)	160 (40.00%)	400 (100%)		

จากตาราง 50 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .497 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาสังคมศึกษา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ศาสนาและวัฒนธรรม				
	เลือก	ไม่เลือก			
ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4 (5.97%)	63 (94.03%)	67 (100%)	6.148	.056
ปริญญาตรี	36 (14.81%)	207 (85.19%)	243 (100%)		
สูงกว่าปริญญาตรี	18 (20.00%)	72 (80.00%)	90 (100%)		
รวม	58 (14.50%)	342 (85.50%)	400 (100%)		

จากตาราง 51 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .056 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 52 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี		รวม	X <sup>2</sup>	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3 (4.48%)	64 (95.52%)	67 (100%)	.152	.927
ปริญญาตรี	10 (4.12%)	233 (95.88%)	243 (100%)		
สูงกว่าปริญญาตรี	3 (3.33%)	87 (96.67%)	90 (100%)		
รวม	16 (4.00%)	384 (96.00%)	400 (100%)		

จากตาราง 52 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .927 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 53 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือก สถาบันกวดวิชา	ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา					รวม	$\chi^2$	Sig
	ตัวผู้เรียนเอง	เพื่อน	บุคคลในครอบครัว	ครู - อาจารย์	เจ้าหน้าที่สถานทูต			
ระดับการศึกษา ของผู้ปกครอง								
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21 (31.34%)	27 (40.30%)	13 (19.40%)	6 (8.96%)	0 (0%)	67 (100%)	4.596	.800
ปริญญาตรี	95 (39.09%)	88 (36.21%)	35 (14.40%)	24 (9.88%)	1 (0.41%)	243 (100%)		
สูงกว่าปริญญาตรี	28 (31.11%)	39 (43.33%)	16 (17.78%)	7 (7.78%)	0 (0%)	90 (100%)		
รวม	144 (36.00%)	154 (38.50%)	64 (16.00%)	37 (9.25%)	1 (0.25%)	400 (100%)		

จากตาราง 53 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .800 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐาน 6** ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

Ho: ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H1: ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน



สถิติที่ใช้ในการทดสอบในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

พฤติกรรมกาตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)	ระหว่างกลุ่ม	3	23.038	7.679	4.749	.003*
	ภายในกลุ่ม	396	640.339	1.617		
	รวม	399	663.377			
ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)	ระหว่างกลุ่ม	3	708270498.603	236090166.201	6.800	.003*
	ภายในกลุ่ม	396	13749159501.397	34720099.751		
	รวม	399	14457430000.000			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบ พบว่า จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) กับ ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 55 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย(1 ปีการศึกษา) จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

อาชีพของผู้ปกครอง	$\bar{x}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	พ่อบ้าน แม่บ้าน / อื่นๆ
		2.56	2.35	2.95	2.16
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.56	-	.211 (.221)	-.389* (.019)	.397 (.130)
พนักงานบริษัทเอกชน	2.35	-	-	-.600* (.000)	.185 (.465)
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	2.95	-	-	-	.785* (.002)
พ่อบ้าน แม่บ้าน / อื่นๆ	2.16	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองดังนี้

นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับนักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีค่า Sig. เท่ากับ .019 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .389 วิชา

นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับนักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ผู้ปกครองมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการโดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .600 วิชา

นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ กับนักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน / อื่นๆ มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการโดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .785 วิชา

ตาราง 56 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

อาชีพของผู้ปกครอง	$\bar{x}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	พ่อบ้าน แม่บ้าน / อื่นๆ
		8349.47	7140.32	10321.33	6812.90
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8349.47	-	1209.151	-1971.860*	1536.570
			(.132)	(.011)	(0.206)
พนักงานบริษัทเอกชน	7140.32	-	-	-3181.011*	327.419
				(.000)	(.781)
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	10321.33	-	-	-	3508.430*
					(.003)
พ่อบ้าน แม่บ้าน // อื่นๆ	6812.90	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองดังนี้

นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับนักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีค่า Sig. เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 1971.86 บาท

นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับนักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ผู้ปกครองมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 3181.011 บาท

นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ กับนักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน / อื่นๆ มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 3508.430 บาท

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยสถิติ Chi-Square โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตาราง 57 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชา	เรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
อาชีพของผู้ปกครอง					
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	68 (71.58%)	27 (28.42%)	95 (100%)	4.773	.189
พนักงานบริษัทเอกชน	72 (58.06%)	52 (41.94%)	124 (100%)		
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	100 (66.67%)	50 (33.33%)	150 (100%)		
พ่อบ้าน แม่บ้าน / อิสระ	19 (61.29%)	12 (38.71%)	31 (100%)		
รวม	259 (64.75%)	141 (35.25%)	400 (100%)		

จากตาราง 57 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวตวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .189 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 58 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาภาษาไทย		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
อาชีพของผู้ปกครอง					
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	16 (16.84%)	79 (83.16%)	95 (100%)	4.062	.255
พนักงานบริษัทเอกชน	32 (25.81%)	92 (74.19%)	124 (100%)		
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	34 (22.67%)	116 (77.33%)	150 (100%)		
พ่อบ้าน แม่บ้าน / อิสระ	4 (12.90%)	27 (87.10%)	31 (100%)		
รวม	86 (21.50%)	314 (78.50%)	400 (100%)		

จากตาราง 58 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .255 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 59 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาวิทยาศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
อาชีพของผู้ปกครอง					
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	61 (64.21%)	34 (35.79%)	95 (100%)	19.349	.000*
พนักงานบริษัทเอกชน	52 (41.94%)	72 (58.06%)	124 (100%)		
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	98 (65.33%)	52 (34.67%)	150 (100%)		
พ่อบ้าน แม่บ้าน / อิสระ	14 (45.16%)	17 (54.84%)	31 (100%)		
รวม	225 (56.25%)	175 (43.75%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .120 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 60 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ภาษาต่างประเทศ				
	เลือก	ไม่เลือก			
อาชีพของผู้ปกครอง					
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	53 (55.79%)	42 (44.21%)	95 (100%)	2.051	.562
พนักงานบริษัทเอกชน	74 (59.68%)	50 (40.32%)	124 (100%)		
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	96 (64.00%)	54 (36.00%)	150 (100%)		
พ่อบ้าน แม่บ้าน / อิสระ	17 (54.84%)	14 (45.16%)	31 (100%)		
รวม	240 (60.00%)	160 (40.00%)	400 (100%)		

จากตาราง 60 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .562 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



ตาราง 61 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาสังคมศึกษา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ศาสนาและวัฒนธรรม				
	เลือก	ไม่เลือก			
อาชีพของผู้ปกครอง					
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2 (2.11%)	93 (97.89%)	95 (100%)	1.631	.652
พนักงานบริษัทเอกชน	5 (4.03%)	119 (95.97%)	124 (100%)		
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	8 (5.33%)	142 (94.67%)	150 (100%)		
พ่อบ้าน แม่บ้าน / อิสระ	1 (3.23%)	30 (96.77%)	31 (100%)		
รวม	16 (4.00%)	384 (96.00%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .652 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 62 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
อาชีพของผู้ปกครอง					
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2 (2.11%)	93 (97.89%)	95 (100%)	1.361	.715
พนักงานบริษัทเอกชน	5 (4.03%)	119 (95.97%)	124 (100%)		
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	8 (5.06%)	150 (94.94%)	158 (100%)		
พ่อบ้าน แม่บ้าน / อิสระ	1 (4.35%)	22 (95.65%)	23 (100%)		
รวม	16 (4.00%)	384 (96.00%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 62 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed) (p) เท่ากับ .715 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 63 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือก สถาบันกวดวิชา	ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา					รวม	$\chi^2$	Sig
	ตัวผู้เรียนเอง	เพื่อน	บุคคลในครอบครัว	ครู - อาจารย์	เจ้าหน้าที่สถานทูต			
อาชีพของผู้ปกครอง								
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	33 (34.74%)	39 (41.05%)	15 (15.79%)	8 (8.42%)	0 (0%)	95 (100%)	7.131	.849
พนักงานบริษัทเอกชน	49 (39.52%)	42 (33.87%)	20 (16.13%)	13 (10.48%)	0 (0%)	124 (100%)		
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	51 (34.00%)	64 (42.67%)	21 (14.00%)	13 (8.67%)	1 (0.67%)	150 (100%)		
พ่อบ้าน แม่บ้าน / อิสระ	11 (35.48%)	9 (29.03%)	8 (25.81%)	3 (9.68%)	0 (0%)	31 (100%)		
รวม	144 (36.00%)	154 (38.50%)	64 (16.00%)	37 (9.25%)	1 (0.25%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 63 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .849 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐาน 7 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

Ho: ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H1: ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 64 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา)และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา)	ระหว่างกลุ่ม	2	29.176	14.588	9.132	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	634.203	1.597		
	รวม	399	663.378			
ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)	ระหว่างกลุ่ม	2	5.879	2.939	8.415	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	1.386	3.493		
	รวม	399	1.445			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 64 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยใช้สถิติ One-Way

ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบ พบว่า จำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) กับ ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 65 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน (บาท)	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000
		2.27	2.41	2.87
ต่ำกว่า 30,000 บาท	2.27	-	-.139	-.602*
			.436	.000
30,001 – 40,000 บาท	2.41	-	-	-.463*
				.003
มากกว่า 40,000 บาท	2.87	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 65 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ดังนี้

นักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 กับนักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .602 วิชา

นักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 กับนักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่ที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย .463 วิชา

ตาราง 66 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 30,000	30,001 – 40,000	มากกว่า 40,000
ต่ำกว่า 30,000	7054.55	-	-710.160	-2732.389*
30,001 – 40,000	7764.71	-	.395	.000
มากกว่า 40,000	9786.93	-	-	-2022.229*
				.005
				-

จากตาราง 66 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ดังนี้

นักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 กับนักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่ที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 2732.389 บาท

นักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 กับนักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 มีค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่ครอบครัวมีรายได้

เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) น้อยกว่า ผู้บริโภคที่ที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 2022.229 บาท

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยสถิติ Chi-Square โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตาราง 67 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์		รวม	X <sup>2</sup>	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท	70 (70.71%)	29 (29.29%)	99 (100%)	6.252	.044*
30,001 – 40,000 บาท	56 (54.90%)	46 (45.10%)	102 (100%)		
มากกว่า 40,000 บาท	133 (66.83%)	66 (33.17%)	199 (100%)		
รวม	259 (64.75%)	141 (35.25%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 67 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .044 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

โดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 68 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาภาษาไทย		รวม	X <sup>2</sup>	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน					
ต่ำกว่า 30,000	9 (9.09%)	90 (90.91%)	99 (100%)	12.844	.002*
30,001 – 40,000	23 (22.55%)	79 (77.45%)	102 (100%)		
มากกว่า 40,000	54 (27.14%)	145 (72.86%)	199 (100%)		
รวม	86 (21.50%)	314 (78.50%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 68 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig (2-tailed) (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน



ตาราง 69 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาวิทยาศาสตร์		รวม	$\chi^2$	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน					
ต่ำกว่า 30,000	59 (59.60%)	40 (40.00%)	99 (100%)	2.261	.323
30,001 – 40,000	51 (59.00%)	51 (50.00%)	102 (100%)		
มากกว่า 40,000	115 (57.79%)	84 (42.21%)	199 (100%)		
รวม	225 (56.25%)	175 (43.75%)	400 (100%)		

จากตาราง 69 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .323 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 70 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชา		รวม	$\chi^2$	Sig
	ภาษาต่างประเทศ				
	เลือก	ไม่เลือก			
รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน					
ต่ำกว่า 30,000 บาท	43 (43.43%)	56 (56.57%)	99 (100%)	15.513	.000*
30,001 – 40,000 บาท	64 (62.75%)	38 (37.25%)	102 (100%)		
มากกว่า 40,000 บาท	133 (66.83%)	66 (33.17%)	199 (100%)		
รวม	240 (60.00%)	160 (40.00%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 70 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาภาษาต่างประเทศ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .000 น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตาราง 71 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม		รวม	X <sup>2</sup>	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน					
ต่ำกว่า 30,000 บาท	6 (6.06%)	93 (93.94%)	99 (100%)	7.873	.020*
30,001 – 40,000 บาท	16 (15.69%)	86 (84.31%)	102 (100%)		
มากกว่า 40,000 บาท	36 (18.09%)	163 (81.91%)	199 (100%)		
รวม	58 (14.50%)	342 (85.50%)	400 (100%)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 71 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .020 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 72 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา	เรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี		รวม	X <sup>2</sup>	Sig
	เลือก	ไม่เลือก			
รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน					
ต่ำกว่า 30,000 บาท	2 (2.02%)	97 (97.98%)	99 (100%)	2.518	.284
30,001 – 40,000 บาท	3 (2.94%)	99 (97.06%)	102 (100%)		
มากกว่า 40,000 บาท	11 (5.53%)	188 (4.47%)	199 (100%)		
รวม	16 (4.00%)	384 (96.00%)	400 (100%)		

จากตาราง 72 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเรียนกวดวิชาศิลปะ ดนตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .284 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 73 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือก สถาบันกวดวิชา	ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา					รวม	$\chi^2$	Sig
	ตัวผู้เรียนเอง	เพื่อน	บุคคลในครอบครัว	ครู - อาจารย์	เจ้าหน้าที่สถานทูต			
รายได้เฉลี่ยของ ครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่า 30,000 บาท	36 (25%)	43 (27.92%)	13 (20.31%)	7 (18.92%)	0 (0%)	99 (24.75%)	5.616	.690
30,001 – 40,000 บาท	40 (27.78%)	34 (22.08%)	20 (31.25%)	8 (21.62%)	0 (0%)	102 (25.5%)		
มากกว่า 40,000 บาท	68 (47.22%)	77 (50%)	31 (48.44%)	22 (59.46%)	1 (100%)	199 (49.75%)		
รวม	144 (100%)	154 (100%)	64 (100%)	37 (100%)	1 (100%)	400 (100%)		

จากตาราง 73 พบว่า ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ในการทดสอบพบว่า Sig(2-tailed)(p) เท่ากับ .690 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐาน 8** ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

Ho: ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

H1: ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

สำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 74 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)

ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ	จำนวนวิชาเรียนที่วิชาโดยเฉลี่ย (วิชาต่อปีการศึกษา)		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ			
1.ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียน	.198 *	.000	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
2.เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนตรงตามหลักสูตร	.105 *	.035	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
3.ครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน	.087	.081	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
4.การเอาใจใส่และดูแลของครูผู้สอน	-.062	.215	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
5.ความเป็นกันเองและมีน้ำใจของครูผู้สอนและพนักงาน	-.004	.941	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
6.การจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนเหมาะสม	.108 *	.031	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
7.การรับรองผลการเรียนหลังการเรียน	.027	.588	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
8.การให้บริการแนะแนวทางการศึกษา	.196 *	.000	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
9.ช่วงเวลาเปิด-ปิดเหมาะสม	.229 *	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
10.การให้บริการของเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการ	.238 *	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
รวม	.224 *	.000	มีความสัมพันธ์น้อย

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 74 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) โดยมีค่า Correlation (r) เท่ากับ .224 แสดงว่า ระดับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์น้อยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 75 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ	ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ			
1.ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียน	.160*	.001	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
2.เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนตรงตามหลักสูตร	.030	.550	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
3.ครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน	.076	.128	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
4.การเอาใจใส่และดูแลของครูผู้สอน	-.049	.324	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
5.ความเป็นกันเองและมีน้ำใจของครูผู้สอนและพนักงาน	-.020	.686	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
6.การจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนเหมาะสม	.128*	.010	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
7.การรับรองผลการเรียนหลังการเรียน	.074	.139	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
8.การให้บริการแนะแนวทางการศึกษา	.171*	.001	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
9.ช่วงเวลาเปิด-ปิดเหมาะสม	.172*	.001	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
10.การให้บริการของเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการ	.180*	.000	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
รวม	.192*	.000	ไม่มีความสัมพันธ์เลย

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 75 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) โดยมีค่า Correlation (r) เท่ากับ .192 แสดงว่า ระดับความสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์เลยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐาน 9** ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

Ho: ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

H1: ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%



ตาราง 76 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา กับ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา	ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา			
1.ระดับราคาค่าเล่าเรียนเหมาะสม	-.286*	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
2.ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับเนื้อหาการเรียนการสอน	-.094	.060	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
3.ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ	-.046	.356	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
4.สามารถผ่อนชำระหรือแบ่งจ่ายค่าเรียนได้	-.307*	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
รวม	-.296*	.000	มีความสัมพันธ์น้อย

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 76 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา กับ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา)โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) โดยมีค่า Correlation (r) เท่ากับ .296 แสดงว่า ระดับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์น้อยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 77 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา กับ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา	ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา			
1.ระดับราคาค่าเล่าเรียนเหมาะสม	-.203*	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
2.ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับเนื้อหาการเรียนการสอน	-.019	.711	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
3.ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ	.005	.920	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
4.สามารถผ่อนชำระหรือแบ่งจ่ายค่าเรียนได้	-.262*	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
รวม	-.205*	.000	มีความสัมพันธ์น้อย

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 77 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา กับ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขต กรุงเทพมหานคร ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) โดยมีค่า Correlation (r) เท่ากับ .205 แสดงว่า ระดับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์น้อย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐาน 10** ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

Ho: ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

H1: ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 78 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา กับ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)

ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา	ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา)		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา			
1.ภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงเรียน	.236 *	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
2.ชื่อเสียงของครูที่สอนกวดวิชา	.202 *	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
3.ชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้	-.038	.454	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
4.มีชื่อเสียงด้านการสอนเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป	.212 *	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
รวม	.203 *	.000	มีความสัมพันธ์น้อย

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 78 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา กับกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) โดยมีค่า Correlation (r) เท่ากับ .203 แสดงว่า ระดับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์น้อยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 79 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา กับ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา	ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา			
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงเรียน	.181*	.000	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
2. ชื่อเสียงของครูที่สอนกวดวิชา	.128*	.011	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
3. ชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้	-.049	.331	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
4. มีชื่อเสียงด้านการสอนเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป	.202*	.000	มีความสัมพันธ์น้อย
รวม	.152*	.002	ไม่มีความสัมพันธ์เลย

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 79 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา กับ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) โดยมีค่า Correlation (r) เท่ากับ .152 แสดงว่า ระดับความสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐาน 11** ปัจจัยด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ปัจจัยด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$ : ปัจจัยด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 80 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านสถานที่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา)

ปัจจัยด้านสถานที่	ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา)		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านสถานที่			
1.ทำเลที่ตั้งของสถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	-.026	.610	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
2.สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน	.007	.896	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
3.สถานที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ในศูนย์การค้า	-.089	.077	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
4.สถานที่ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคมสะดวก	-.079	.113	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
รวม	-.062	.214	ไม่มีความสัมพันธ์เลย

จากตาราง 80 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านสถานที่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ .214 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) โดยมีค่า Correlation (r) เท่ากับ .062 แสดงว่าระดับความสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 81 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านสถานที่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

ปัจจัยด้านสถานที่	ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านสถานที่			
1.ทำเลที่ตั้งของสถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	-.026	.609	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
2.สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน	.010	.840	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
3.สถานที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ในศูนย์การค้า	-.068	.172	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
4.สถานที่ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคมสะดวก	-.066	.189	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
รวม	-.050	.321	ไม่มีความสัมพันธ์เลย

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 81 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ .321 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) โดยมีค่า Correlation (r) เท่ากับ .050 แสดงว่า ระดับความสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการค้นคว้า

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยจะมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชา ได้แก่ ด้านการเรียนการสอนและบริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา ด้านสถานที่ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาธุรกิจสถาบันกวดวิชาต่อไปในอนาคต

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ศึกษาอยู่ในระดับชั้นคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) สังกัดของโรงเรียน ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ได้แก่ ด้านการเรียนการสอนและบริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา ด้านสถานที่ และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ได้แก่ ด้านการเรียนการสอนและบริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา ด้านสถานที่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาธุรกิจสถาบันกวดวิชาต่อไปในอนาคต

## ขอบเขตของการวิจัย

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเข้าเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ คำนวณโดยใช้สูตรที่ไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากร(p) (กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2545: 26) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95%โดยมีความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง เพิ่มกลุ่มตัวอย่างประมาณ 4 % ของกลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยจะเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่ตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานทางการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
6. ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
7. ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
8. ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)



9. ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

10. ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

11. ปัจจัยด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

### **การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย**

ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

**ตอนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ได้แก่ เพศ กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น คณะเฉลี่ยสะสม สังกัดของโรงเรียน ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended question) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple choice question)

**ตอนที่ 2** ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร มี 4 ปัจจัยดังนี้ ด้านการเรียนการสอนและบริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา และด้านสถานที่ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert scale และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

**ตอนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด(Open-ended Questions) คำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choice question)

### **การหาคุณภาพของแบบสอบถาม**

เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 40 ชุด พร้อมทั้งหาความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

โดยใช้สูตรของ ครอนบัค (Cronbach) ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.826

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง แล้วรอรับคืนด้วยตนเอง โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ได้ศึกษาจากคัดค้านจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตของหน่วยงานต่างๆ ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร

## การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

### การจัดทำข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
4. ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1 และ 3 ข้อที่ 10 และ 11

1.2 การหาค่าเฉลี่ย ( Mean หรือ  $\bar{x}$  ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ข้อที่ 8 และ 9

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis)

2.1 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยใช้ t - test แบบ Independent (Independent t-test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ตอนที่ 1 ด้านเพศ

ด้านสังกัดของโรงเรียน และ ตอนที่ 3 ท่านเรียนกวดวิชาที่วิชาโดยเฉลี่ยใน 1 ปีการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอม

2.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ตอนที่1 ด้านศึกษาอยู่ในระดับชั้น คะแนนเฉลี่ยสะสม ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณและ ตอนที่ 3 ท่านเรียนกวดวิชาที่วิชาโดยเฉลี่ยใน 1 ปีการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอม

2.3 การทดสอบค่าความแตกต่าง ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรทั้งสอง เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานตอนที่ 1 ทั้งหมด ใช้เปรียบเทียบกับแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจุบันท่านเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง บุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา

2.4 การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานตอนที่ 2 เปรียบเทียบกับตอนที่ 3 ท่านเรียนกวดวิชาที่วิชาโดยเฉลี่ยใน 1 ปีการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอม

## ผลสรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลปรากฏดังนี้

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) 2.51 – 3.00 ศึกษาอยู่ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ( โรงเรียนรัฐบาล) ระดับการศึกษาของผู้ปกครองปริญญาตรี อาชีพของผู้ปกครองธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณมากกว่า 40,000 บาท

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคเรียนกวดวิชาประมาณ 3 วิชา สูงสุด 7 วิชา ต่ำที่สุด 1 วิชา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคเสียค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา โดยเฉลี่ยประมาณ 8595 บาทต่อเทอม สูงสุด 32000 บาทต่อเทอม ต่ำสุด 1200 บาทต่อเทอม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของ

ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภครีเียนคณิตศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม และศิลปะดนตรี ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภครีเียนเพื่อน เป็นบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา รองลงมาตัวผู้เรียนเอง บุคคลภายในครอบครัว ครู – อาจารย์ และเจ้าหน้าที่สถานทูตตามลำดับ

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชา และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน ระดับความสำคัญมาก คือ การเอาใจใส่และดูแลของครูผู้สอน , เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนตรงตามหลักสูตร , ความเป็นกันเองและมีน้ำใจของครูผู้สอนและพนักงาน , ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียน , การจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนเหมาะสม , การรับรองผลการเรียนหลังการเรียน , การให้บริการแนะแนวทางการศึกษา ระดับความสำคัญปานกลาง, ช่วงเวลาเปิด-ปิดเหมาะสม และการให้บริการของเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ , ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับเนื้อหาการเรียนการสอน และ ระดับราคาค่าเล่าเรียนเหมาะสม ระดับความสำคัญปานกลาง คือ สามารถผ่อนชำระหรือแบ่งจ่ายค่าเรียนได้

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชาของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ , ชื่อเสียงของครูที่สอนกวดวิชา , มีชื่อเสียงด้านการสอน เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป และภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงเรียน

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านของของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคมสะดวก , สถานที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ในศูนย์การค้า และทำเลที่ตั้งของสถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้ที่พักอาศัยมี ระดับความสำคัญปานกลาง คือ สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน

**ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลปรากฏดังนี้

#### **สมมติฐาน 1**

ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา), ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) , เลือกเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง ได้แก่ คณิตศาสตร์

ภาษาไทย วิทยาศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ศิลปะ ดนตรี และบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

### **สมมติฐาน 2**

ผู้บริโภครที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) และด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) แตกต่างกัน ยกเว้นในด้านเลือกเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง ได้แก่ คณิตศาสตร์ ภาษาไทย วิทยาศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ศิลปะ ดนตรี และบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

### **สมมติฐาน 3**

ผู้บริโภครที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) , ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) และ ด้านเลือกเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง ได้แก่ ภาษาไทย วิทยาศาสตร์แตกต่างกัน ยกเว้นในด้านเลือกเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง ได้แก่ คณิตศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ศิลปะ ดนตรี และด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

### **สมมติฐาน 4**

ผู้บริโภครที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเลือกเรียนกวดวิชา คณิตศาสตร์ ภาษาไทย วิทยาศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม และด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาแตกต่าง ยกเว้นในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) , ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) และในด้านเลือกเรียนกวดวิชา ศิลปะ ดนตรี ไม่แตกต่างกัน

### **สมมติฐาน 5**

ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) , ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) และในด้านเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ ภาษาไทย สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมแตกต่างกัน ยกเว้นในด้านเลือกเรียนกวดวิชา กลุ่มวิทยาศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ ศิลปะ ดนตรี และด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

### **สมมติฐาน 6**

ผู้บริโภครที่มีอาชีพของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปี

การศึกษา), ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) และในด้านเรียนกวดวิชากลุ่ม วิทยาศาสตร์แตกต่างกัน ยกเว้นในด้านเลือกเรียนกวดวิชา คณิตศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ศิลปะ ดนตรี และด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

#### **สมมติฐาน 7**

ผู้บริโภครที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา)กับ ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) และในด้านเลือกเรียนกวดวิชา คณิตศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม แตกต่างกัน ยกเว้นในด้านเลือกเรียนกวดวิชา วิทยาศาสตร์ ศิลปะ ดนตรี และด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

#### **สมมติฐาน 8**

ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

#### **สมมติฐาน 9**

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

#### **สมมติฐาน 10**

ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา )และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

#### **สมมติฐาน 11**

ปัจจัยด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย( 1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม)

### **อภิปรายผล**

จากการสรุปผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจในการนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

## 1. ด้านข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) 2.51 – 3.00 ศึกษาอยู่ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ( โรงเรียนรัฐบาล) ระดับการศึกษาของผู้ปกครองปริญญาตรี อาชีพของผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ และ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณมากกว่า 40,000 เนื่องจากจำนวนประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทยมีจำนวนประชากรเพศหญิงมากกว่าเพศชายทำให้จำนวนผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ปัจจุบันมีจำนวนเพศหญิงสูงกว่าเพศชายตามไปด้วย และด้วยการส่งเสริมการสวัสดิการขั้นพื้นฐานของทางภาครัฐในการให้การสนับสนุนด้านศึกษาที่เท่าเทียมกัน ทำให้จำนวนผู้ที่ได้รับการศึกษาจากโรงเรียนของรัฐมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ส่วนในด้านผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นั้น เนื่องจากมัธยมศึกษาปีที่ 6 นั้นเป็นช่วงที่กำลังเตรียมตัวในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย จึงต้องมีการทบทวนเรื่องการเรียนรู้มากกว่านักเรียนมัธยมชั้นอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวบุษกร ไวยพจน์ ( 2547: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สายวิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (โรงเรียนรัฐบาล) การศึกษาของบิดาระดับปริญญาตรี การศึกษาของมารดาระดับปริญญาตรี บิดาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มารดาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวมากกว่า 40,000 บาท

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

### 2.1 ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวทิพวรรณ สุนทรเทพวรากล (2547: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา พบว่าครูผู้สอนมีคุณภาพและประสบการณ์สูงมีการตัดสินใจเลือกเป็นอันดับแรก เนื่องจากผู้ให้บริการเห็นว่ามีความสำคัญและเป็นที่ต้องการมากที่สุดในการเรียนกวดวิชา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสายหยุด ผาคำ (2546: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยม ศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี พบว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ได้แก่ ครูผู้สอนที่มีเทคนิคการสอนดี มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้ดี การจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ ความมีชื่อเสียงของสถานที่เรียนพิเศษ เนื้อหาหรือโปรแกรมการเรียนดี ช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม พนักงานต้อนรับมีความสุภาพและอัธยาศัยดี

## 2.2 ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ, ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับเนื้อหาการเรียนการสอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวนลินี เสนาเป่า (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก

## 2.3 ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชาของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ ชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของถนิมภรณ์ อินทแก้ว (2553: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยด้านสถาบันกวดวิชาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกวดวิชาของนักเรียนพบว่า คือ การมีชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา ด้านบุคลากรคือ วุฒิการศึกษาของผู้สอนที่ตรงกับรายวิชาที่สอน ด้านสถาบันที่สอนกวดวิชาคือ การที่มีจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนมาก

## 2.4 ปัจจัยด้านสถานที่

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคมสะดวก , สถานที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ในศูนย์การค้า และทำเลที่ตั้งของสถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้ที่พักอาศัยมี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวนลินี เสนาเป่า (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก และมีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

## 3. อภิปรายผลตามสมมติฐาน

3.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย, ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา, วิชาที่เลือกเรียน และบุคคลผู้แนะนำให้เรียนกวดวิชา ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ว่าผู้บริโภคจะเป็นเพศชายหรือหญิง ก็สามารถได้รับการศึกษาได้อย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งสามารถตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาได้เหมือนกัน



3.2 ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย, ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัสสร พรหมบุตร (2549: บทคัดย่อ) เรื่องการศึกษาทัศนคติ ความเชื่อ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการเรียนกวดวิชา ที่พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี ระดับชั้นเรียน แตกต่างกัน มีความเชื่อเกี่ยวกับผลของการเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน

3.3 ผู้บริโภคที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย, ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา, วิชาที่เลือกเรียน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวบุษกร ไวยพจน์ ( 2547: บทคัดย่อ) เรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สายวิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่านักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) ต่างกัน มีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านมุ่งหวังศึกษาต่อในคณะยอดนิยมและ มหาวิทยาลัยชั้นนำ และด้านการจัดการเรียนสอนของโรงเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) สูง จะเน้นเรียนเพื่อทบทวนเนื้อหาการเรียนและการใช้เวลาว่างในการเรียนเสริมเพื่อเตรียมตัวสอบเพื่อศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย

3.4 ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในด้านเลือกเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง ได้แก่ คณิตศาสตร์ ภาษาไทย กลุ่มวิทยาศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม และด้านบุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชาแตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ กล่าวคือ นักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเอกชนมักได้รับการส่งเสริมให้เรียนกวดวิชาในวิชาหลัก เพื่อแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาน้อยกว่านักเรียนที่เรียนในโรงเรียนรัฐบาล เนื่องจากไม่ต้องเน้นเพื่อการสอบแข่งขันเพื่อเข้าศึกษาต่อเหมือนนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนรัฐบาล โดยมีอิทธิพลและสภาพแวดล้อมทางสังคมจากบุคคลภายนอกที่ให้คำแนะนำและการสนับสนุนการเรียนพิเศษในรายวิชาแตกต่างกัน

3.5 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย, ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา, วิชาที่เลือกเรียน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัสสร พรหมบุตร (2549: บทคัดย่อ) เรื่อง การศึกษาทัศนคติ ความเชื่อ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการเรียนกวดวิชา ที่พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีระดับการศึกษาของบิดา และ การศึกษาของมารดาต่างกัน มีความเชื่อเกี่ยวกับผลของการเรียนกวดวิชา แตกต่างกัน เนื่องด้วยการศึกษาของบิดา และการศึกษาของมารดา มีผลต่อการคล้อยตามและความเชื่อเกี่ยวกับการเรียน

กวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย บิดามารดาที่มีการศึกษาสูงจึงมักให้การสนับสนุนการเรียนกวดวิชาแก่บุตรหลายอย่างยิ่ง

3.6 ผู้บริโภคที่มีอาชีพของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย, ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา, วิชาที่เลือกเรียน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ จะมีสภาพคล่องในการใช้จ่ายเพื่อการส่งบุตรหลานการเรียนในสถาบันกวดวิชามากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น เนื่องจากอาชีพมีผลต่อการได้รับรายได้ของผู้ปกครอง ผู้ปกครองที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ สามารถบริหารจัดการใช้จ่ายด้านการเงินได้เอง ไม่ต้องรอรระยะเวลาในการรับรายได้ตามกำหนดระยะเวลาเป็นเดือนอย่างเช่นอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน การให้การสนับสนุนด้านการเรียนกวดวิชาจึงสามารถให้การสนับสนุนแก่บุตรหลานได้อย่างเต็มที่

3.7 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัสสร พรหมบุตร (2549:บทคัดย่อ) เรื่องการศึกษาทัศนคติ ความเชื่อ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการเรียนกวดวิชา พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวสูงกว่า มีความเชื่อว่าการเรียนกวดวิชาทำให้ให้ได้ความรู้ใหม่ๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนชั้นเรียนปกติ รู้เทคนิคและสูตรลัดต่างๆ ทำให้การเรียนและผลคะแนนเรียนดีขึ้น และเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์เป็นไปได้อีกมากกว่านักเรียนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวต่ำกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักเรียนฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวต่ำ รับรู้ถึงความไม่พร้อมด้านค่าใช้จ่ายและคิดว่าทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาเท่ากับนักเรียนฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวสูง ที่ครอบครัวมีความพร้อมจะสนับสนุนให้บุตรหาความรู้เพิ่มเติม การเรียนกวดวิชาจึงกลายเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดีว่าเป็นประโยชน์

3.8 ความคิดเห็นของปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสายหยุด ผาคำ (2546:บทคัดย่อ) เรื่องการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี พบว่าองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ได้แก่ ครูผู้สอนที่มีเทคนิคการสอนดี มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้ดี การจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ เนื้อหาหรือโปรแกรมการเรียนดี ช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม พนักงานต้อนรับมีความสุภาพและอัธยาศัยดี

3.9 ความคิดเห็นของปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย ( 1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546: 53 อ้างอิงจาก Kotler. 2003: 16) ที่ว่าราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ ( Perceived Value ) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และการแข่งขัน

3.10 ความคิดเห็นของปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนวิชาเรียนโดยเฉลี่ย (1 ปีการศึกษา) และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (บาทต่อเทอม) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของถนิมภรณ์ อินทแก้ว (2553: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จะมีจำนวนการเรียนกวดวิชา และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชามากกว่าผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ดังนั้น ฝ่ายการตลาดของสถาบันกวดวิชาควรจัดหลักสูตรที่มีความเหมาะสมให้กับผู้บริโภคที่มีความแตกต่างในแต่ละระดับชั้นเรียน โดยอาจมีการจัดหลักสูตรพิเศษที่เร่งรัดระยะสั้น เฉพาะชั้นเรียนแต่ละชั้นเรียน เน้นการสอนที่มีความเข้มข้นของเนื้อหาตามระดับชั้นเรียน โดเน้นการทำการตลาดที่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักคือ กลุ่มผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มากกว่าผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นอื่น เนื่องจากให้ความสำคัญและกวดขันการเรียนเพื่อเตรียมตัวสอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัยมากกว่าชั้นเรียนอื่น ทั้งนี้การจัดการเรียนการสอนที่มีความเหมาะสมโดยแยกความเข้มข้นของเนื้อหาตามระดับชั้นจะสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคที่มีระดับชั้นที่แตกต่างกันได้ทุกกลุ่มชั้น

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนรัฐบาลมักให้ความสำคัญกับการเรียนมากกว่านักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเอกชน เนื่องจากต้องเน้นเพื่อการสอบแข่งขันเพื่อเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย ดังนั้น ฝ่ายการตลาดของสถาบันกวดวิชาควรเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักเรียนในโรงเรียนของภาครัฐเป็นหลัก เนื่องจากมีจำนวนโรงเรียนที่มากกว่าและกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่สนใจเรียนในสถาบันกวดวิชาเป็นนักเรียนในโรงเรียนของภาครัฐ อาจมีให้ความร่วมมือกับโรงเรียนระดับมัธยมของภาครัฐในการจัดการแนะแนวการศึกษาและจัดการเรียนสอนระยะสั้นฟรีช่วงปิดเทอม เพื่อการเตรียมความพร้อมสู่สนามสอบจริง ทั้งนี้เป็นการสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคตามโรงเรียนต่างๆ และก่อให้เกิดสภาพลักษณะที่ดีให้กับสถาบันกวดวิชาที่มีต่อโรงเรียน ดึงดูดให้มีความสนใจให้เข้ามาใช้บริการในสถาบันกวดวิชาภายหลังได้ เพราะได้รับการทดลองเรียนมาแล้ว

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่เรียนในโรงเรียนรัฐบาลมักให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาหลักในทุกรายวิชา เนื่องจากเป็นรายวิชาหลักที่มีความสำคัญต่อการสอบแข่งขันเพื่อเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย ดังนั้น สถาบันกวดวิชาควรจัดหลักสูตรพิเศษที่รวมทุกรายวิชาที่เป็นวิชาหลักเป็นกลุ่มเดียวกันเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาเรียนในหลายวิชาของสถาบันเดียวกันมากขึ้น โดยจัดอาจารย์ผู้มีความรู้และมีชื่อเสียงแต่ละรายวิชามาสอนที่สถาบัน โดยเน้นให้มีความครอบคลุมในเนื้อหาและรายวิชาที่ตรงตามหลักสูตรครบถ้วนทุกรายวิชา

## 2. ด้านปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านการเรียนการสอนและบริการ มีระดับความสำคัญมากในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน ระดับความสำคัญมาก คือ การเอาใจใส่และดูแลของครูผู้สอน , เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนตรงตามหลักสูตร ดังนั้น ฝ่ายการตลาดของสถาบันกวดวิชาควรเน้นจุดแข็งทางด้านการสร้างชื่อเสียงของครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน การดูแลเอาใจใส่และความเหมาะสมของเอกสารการเรียนเป็นหลัก สถาบันกวดวิชาอาจมีการติดป้ายครูผู้สอนที่เป็นที่รู้จักหรือครูผู้สอนที่ได้รับรางวัลดีเด่นเป็นฟรีเซ็นเตอร์ประจำสถาบัน มีแผนพับ โบรชัวร์โฆษณาสถาบันมีรูปแบบบรรยากาศการเรียนการสอนจากครูผู้สอน ความเอาใจใส่ผู้เรียนอย่างใกล้ชิด และมีการสอนด้วยเอกสารการเรียนที่ดีมีมาตรฐานตรงตามหลักสูตรการเรียนในชั้นเรียน

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา มีระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ ดังนั้น สถาบันกวดวิชาควรเน้นการได้ได้รับการเรียนที่มีคุณภาพ รักษาคุณภาพในด้านการเรียนการสอน ทั้งด้านการจัดการเรียนการสอนและการบริการ การได้รับเนื้อหาที่ครบถ้วน ความคุ้มค่าของราคา ค่าเล่าเรียนต่อการบริการที่ได้รับเหนือกว่าสถาบันอื่น

ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา มีระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญมากในทุกข้อ คือ ชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัย

ได้ , ชื่อเสียงของครูที่สอนกวดวิชา , มีชื่อเสียงด้านการสอนเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ดังนั้นฝ่ายการตลาดของสถาบันกวดวิชาควรโปรโมทชื่อเสียงของสถาบันให้เป็นที่รู้จัก ในด้านชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ ชื่อเสียงของครูที่สอน โดยอาจมีการให้ผู้ที่เคยเรียนในสถาบันแล้วประสบความสำเร็จในการสอบที่ได้คะแนนที่สูงมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้กับสถาบัน การโชว์รางวัลการประกวดแข่งขันของผู้เรียน การรับรองด้วยรางวัลทางด้านคุณภาพทางการเรียนการสอน เป็นต้น

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าชื่อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคมสะดวก , สถานที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ในศูนย์การค้า ดังนั้น ฝ่ายการตลาดของสถาบันกวดวิชาควรพิจารณาและวิเคราะห์สถานที่ตั้งที่มีความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในย่านที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่หลากกหลาย เช่น ใกล้ศูนย์การค้า แหล่งชุมชน ตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางของการเดินทางสาธารณะ

## ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องเดียวกันนี้โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในเขตจังหวัดอื่น ๆ ที่มีธุรกิจ กวดวิชาเป็นจำนวนมาก
2. ควรศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกต่อไป เช่น วิเคราะห์คุณสมบัติของครูผู้สอนที่ นักเรียนในโรงเรียนกวดวิชาพึงพอใจ วิเคราะห์เนื้อหาวิชาหลักที่นักเรียนนิยมเรียนที่สัมพันธ์กับข้อสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัย วิเคราะห์ต้นทุนและการกำหนดราคาค่าเรียนในแต่ละหลักสูตรที่สามารถมีกำไรและแข่งขันได้วิเคราะห์แนวโน้มด้านจำนวนผู้เรียนในอนาคต

บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย. โรงพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- (2545). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์  
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- (2546). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.(ฉบับปรับปรุงใหม่).กรุงเทพฯ:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย, กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิดา สมวานิช. (2549). ปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจ  
เลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.  
เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ถนิมภรณ์ อินทแก้ว. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้น  
มัธยมศึกษาตอนปลาย. สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง):  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ทพิพวรรณ สุนทรเทพวารกุล. (2547). ปัจจัยการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกโรงเรียน  
กวดวิชา. สารนิพนธ์ บธ.ม (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.  
ถ่ายเอกสาร.
- นลินี เสนาเป่า. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ  
ในเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม (การจัดการ). เชียงใหม่:  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- บุษกร ไวยพจน์. (2547). การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สาย  
วิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ถ่าย  
เอกสาร.
- ประภัสสร พรหมบุตร (2549) การศึกษาทัศนคติ ความเชื่อ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของ  
นักเรียนมัธยมตอนปลายที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชา. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยา  
พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิโรจน์ มุอำหัต. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษา  
ในโรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ:  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2534). กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ . กรุงเทพฯ:  
วิศิทธิพัฒนา.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิศิทธิพัฒนา.
- (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริรัตน์ ลีวเฉลิมวงศ์. (2544). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิชาการพิมพ์.
- สายหยุด ผาคำ. (2546). *การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี*. สารนิพนธ์ บช.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Engel, James F., Blackwell, Roger D.; & Miniard, W. Paul. (2006). *Consumer behavior*. Fort Worth: Dryden Press.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing management the Millennium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Roger A. Kerin, Steven W. Hartley; & William Rudelius. (2004). *Marketing: the core*. Boston, Mass: McGraw-Hill/Irwin.
- Shiffman, Leon G ; & Leslie Lazar Kanuk. (2000) *Consumer Behavior*. 5th ed. New Jersey: Prentice –Hall, Inc.



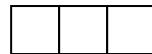
ภาคผนวก





ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



### แบบสอบถาม

## ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบการทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโทตามหลักสูตรหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้พัฒนาหลักสูตร บุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียนของสถาบันกวดวิชา เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการบริการต่อไป

ผู้ทำวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม คำตอบของท่านผู้ทำวิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและใช้สำหรับเป็นข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวมดังนั้นคำตอบของท่านจะไม่มีผลเสียหายต่อท่านแต่ประการใด

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีเกณฑ์แสดงระดับความสำคัญของการตัดสินใจเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ในโอกาสนี้ผู้ทำวิจัยต้องขอขอบคุณทุกท่านอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ( ) หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น

- ( ) 1. มัธยมศึกษาปีที่ 4 ( ) 2. มัธยมศึกษาปีที่ 5  
( ) 3. มัธยมศึกษาปีที่ 6

3. คะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA)

- ( ) 1. ต่ำกว่า 2.00 ( ) 2. 2.00 – 2.50  
( ) 3. 2.51 – 3.00 ( ) 4. 3.01 – 3.50  
( ) 5. 3.51 – 4.00

4. สังกัดของโรงเรียน

- ( ) 1. สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (โรงเรียนรัฐบาล)  
( ) 2. สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (โรงเรียนเอกชน)

5. ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 2. ปริญญาตรี  
( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

6. อาชีพของผู้ปกครอง

- ( ) 1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) 2. พนักงานบริษัทเอกชน  
( ) 3. ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ( ) 4. พ่อบ้าน / แม่บ้าน  
( ) 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ

- ( ) 1. ต่ำกว่า 20,000 บาท ( ) 2. 20,000 – 30,000 บาท  
( ) 3. 30,001 – 40,000 บาท ( ) 4. มากกว่า 40,000 บาท

**ตอนที่ 2** ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขต

กรุงเทพมหานคร

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ( ) หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านการเรียนการสอนและบริการ</b>					
1.1 ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียน					
1.2 เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนตรงตามหลักสูตร					
1.3 ครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน					
1.4 การเอาใจใส่และดูแลของครูผู้สอน					
1.5 ความเป็นกันเองและมีน้ำใจของครูผู้สอนและพนักงาน					
1.6 การจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนเหมาะสม					
1.7 การรับรองผลการเรียนหลังการเรียน					
1.8 การให้บริการแนะแนวทางการศึกษา					
1.9 ช่วงเวลาเปิด-ปิดเหมาะสม					
1.10 การให้บริการของเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการ					
<b>2. ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา</b>					
2.1 ระดับราคาค่าเล่าเรียนเหมาะสม					
2.2 ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับเนื้อหาการเรียนการสอน					
2.3 ระดับค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการ					
2.4 สามารถผ่อนชำระหรือแบ่งจ่ายค่าเรียนได้					
<b>3. ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา</b>					
3.1 ภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงเรียน					
3.2 ชื่อเสียงของครูที่สอนกวดวิชา					
3.3 ชื่อเสียงจากจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้					
3.4 มีชื่อเสียงด้านการสอน เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป					
<b>4. ด้านสถานที่</b>					
4.1 ทำเลที่ตั้งของสถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้ที่พักอาศัย					
4.2 สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน					
4.3 สถานที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ในศูนย์การค้า					
4.4 สถานที่ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการคมนาคมสะดวก					

**ตอนที่ 3** ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา  
ปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

8. ท่านเรียนกวดวิชาที่วิชาใดโดยเฉลี่ยใน 1 ปีการศึกษา..... วิชา

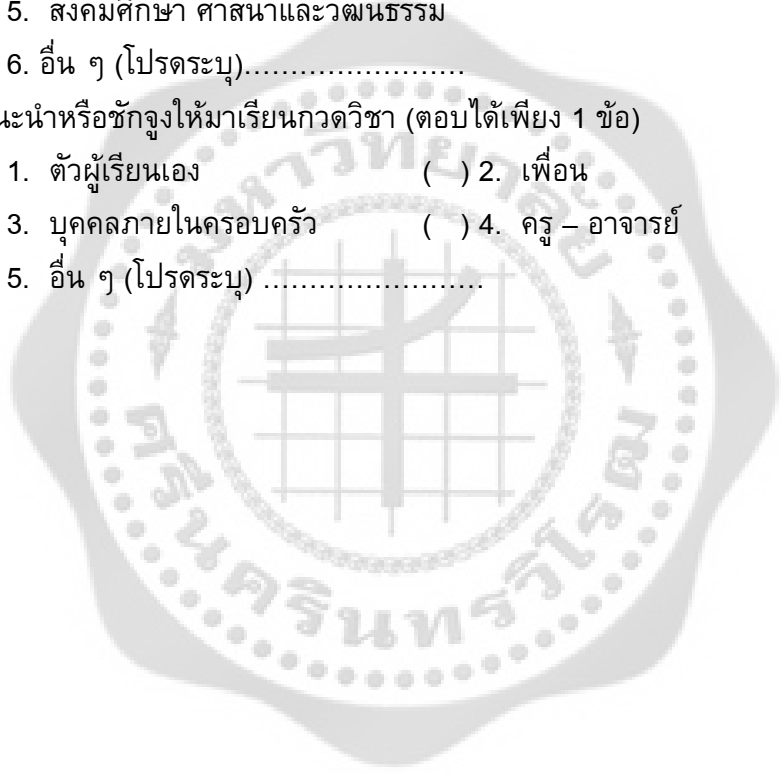
9. ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาต่อเทอม..... บาท

10. ปัจจุบันท่านเรียนกวดวิชาในวิชาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. คณิตศาสตร์
- ( ) 2. ภาษาไทย
- ( ) 3. กลุ่มวิทยาศาสตร์
- ( ) 4. ภาษาต่างประเทศ
- ( ) 5. สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม
- ( ) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. บุคคลผู้แนะนำหรือชักจูงให้มาเรียนกวดวิชา (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- ( ) 1. ตัวผู้เรียนเอง
- ( ) 2. เพื่อน
- ( ) 3. บุคคลภายในครอบครัว
- ( ) 4. ครู – อาจารย์
- ( ) 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....





ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

1. ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด  
กรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
(ประสานมิตร)
2. ดร.ธนภูมิ อติเวทิน  
รองประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร  
บริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ  
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
(ประสานมิตร)





ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวดวงใจ จิตรน้อม  
วัน เดือน ปีเกิด 24 กรกฎาคม 2527  
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 1075 อ่อนนุช 10 ถ.อ่อนนุช แขวงสวนหลวง  
เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ  
ตำแหน่งหน้าที่การในปัจจุบัน เจ้าหน้าที่วางแผนการผลิต ธุรกิจลาคอส  
สถานที่ทำงานปัจจุบัน 666 ถ.พระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา  
กรุงเทพฯ

### ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549 บธ.บ. (การจัดการ)  
จาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนบุรี  
พ.ศ. 2554 บธ.ม. (การตลาด)  
จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

