

พฤติกรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเมืองเชียงใหม่ในการเรียนกวดวิชา
Behavior of Students in Upper Secondary Schools in Mueang Chiang Rai District
Towards Taking Tutorials

ยุพเรศ ชูติมากุลทวี* และเชมกร ไชยประสิทธิ์²

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมาน คือ Chi square

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แผน วิทย-คณิต โรงเรียนเทศบาล 6 นครเชียงใหม่ เกรดเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 ได้เงินจากผู้ปกครองวันละ 51-100 บาท พักอาศัยบ้านบิดา-มารดา ผู้ปกครองมีอาชีพนักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง 25,001-35,000 บาท ระดับการศึกษาของผู้ปกครองจบปริญญาตรี คณะที่ต้องการเข้าศึกษาต่อ คือ กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ/เทคนิคการแพทย์/พยาบาล ต้องการเข้าเรียนมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ที่ตัดสินใจเลือกคณะและมหาวิทยาลัย คือ ตนเอง

ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการเรียนกวดวิชา พบว่า ส่วนใหญ่เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์พื้นฐานและเป็นวิชาที่เรียนหลายที่ ลักษณะการเรียนจะเรียนวิธีใดตามที่ตัวเองต้องการสมัครเรียนล่วงหน้า ตอนปิดเทอม วัตถุประสงค์ในการเรียนเพื่อทำเกรดให้ดีขึ้น เลือกโรงเรียนกวดวิชาด้วยตนเอง เรียน 1-2 วันต่อสัปดาห์ วันจันทร์-ศุกร์ เรียนช่วงเวลา 16:01-20:00 น. ที่โรงเรียนกวดวิชา วันเสาร์-อาทิตย์ เรียนช่วงเวลา 8:00-12:00 น. ที่โรงเรียนกวดวิชา จะเรียนวันละ 3-4 ชั่วโมง เลือกโรงเรียนกวดวิชาที่การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่มีการแนะนำการสอบเข้ามหาวิทยาลัยต่าง ๆ

Abstract

This independent study aimed to study behavior of students in upper secondary schools in Mueang Chiang Rai District towards taking tutorials. The data was collected from 400 students studying in Mattayom 4-6 of schools in Mueang Chiang Rai. The research instrument was the questionnaire. Descriptive statistics were used to analyze the data, which included frequency, percentage, mean and inferential statistics analyzed for Chi-square.

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Most of the questionnaire respondents were female were Mattayom 6 students studying in science-math major program. About 23.50% of them studied in Chiang Rai Municipality School 6. They had GPA ranging from 3.01-3.50. 57(37.25%). Moreover, they got the daily allowance 51-100 Baht and lived with their parents showing about 50% and 55.75% respectively. Their parents' monthly income ranged from 25,001-35,000 Baht. Around 34.50% of their parents were businessmen, business owners, and private enterprise employees, besides 30.25% of them graduated in Bachelor degree.

Also, the questionnaire results showed the respondents set goal for faculties of health science, including medical technology and nursing about 42.25%. Then, Chiang Mai University was their 39.75% wanted-university. Only 4.69% of the respondents could make a decision for choosing the faculty and the university they wanted to learn.

The results of the students' behavior study towards taking tutorials were that most of the respondents preferred to study Fundamental Mathematics subject the most and enjoyed individual learning style through V.D.O teaching presentation. Thus, their application for tutorial school was often before the school break.

The reason for the tutorial classes was making better grades at school. However, they made their own decision to select the tutorial school, studying 1-2 days a week with an evening class at 16:00-20:00 p.m. or 3-4 hours on weekends at 8:00-12:00 a.m.

About 13.08% of them selected the tutorial school with good care of officials or school staff, who gave the guidance for university entrance system.

The results also indicated that 76.75% of the students paid for the tutorials by a whole course. And, 38.14% of them knew and decided to study at the tutorials because of the recommendation of their friends, families and acquainted people. The course fee was about 1,001-3,000 Bath a month and 19.72% of the respondents used to study with their teachers who taught them at school.

บทนำ

การศึกษาเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าที่สุดสำหรับชีวิต ศูนย์วิจัยกสิกรไทยเปิดเผยว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา ปรึบลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายที่จำเป็นอย่างค่าเทอม ค่าใช้จ่ายเพื่อศักยภาพด้านการเรียนของบุตรหลานอย่างค่าเรียนกวดวิชา การเข้าเรียนในคณะที่ดี มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ส่งผลต่ออนาคต หน้าที่การงาน ความเติบโตของบุตรหลาน ทำให้การกวดวิชาเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ปกครองและนักเรียนสนใจเรียนกวดวิชาสำหรับการสอบเข้ามหาวิทยาลัย หรือเพิ่มความรู้ความเข้าใจในบทเรียนที่โรงเรียน การเรียนกวดวิชามีหลายแหล่งเรียนรู้ เช่น โรงเรียนกวดวิชา การเรียนกับครูที่โรงเรียน นักศึกษาหรืออาจารย์มหาวิทยาลัย รวมถึงการเรียนผ่านวิดีโอ นักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญวิชาที่ต้องใช้ในการสอบเข้าศึกษาต่อ เช่น คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี ชีวะ ภาษาอังกฤษ มากกว่าการเรียนวิชาที่ไม่ใช้สอบ (บุษรา จันตะภา, 2554) การแถลงข่าวที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย

(ทปอ.) เรื่องการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2561 ระบบใหม่ (TCAS) จะรับทั้งหมด 5 รอบ ตามลำดับ คือ 1.แฟ้มสะสมงาน 2.โควตาพื้นที่ 3.รับตรงทั่วประเทศ 4.Admission และ 5.รับอิสระ นักเรียนมี 1 สิทธิ เลือกเรียนได้หนึ่งสาขาวิชา นักเรียนที่ต้องเลือกรอบต่อไป ต้องสละสิทธิ์ในสาขาวิชาที่เลือกเรียนไว้ก่อนหน้า การจัดส่งสอบเพียงครั้งเดียว ออกข้อสอบจากส่วนกลาง คือ ข้อสอบสามัญ 9 วิชา ข้อสอบGAT/ PAT ข้อสอบO-NET (แถลงการณ์ ทปอ. 2560: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่รายงานความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นประตูกการค้าสู่สากลไปยังประเทศ GMS และASEAN เศรษฐกิจทั้งภาคการค้าและบริการมีอัตราเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยปีละ 20-30% แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2557-2560 วางเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการศึกษาแห่งใหม่ เพื่อบริการแก่จังหวัดภาคเหนือตอนบนและประเทศเพื่อนบ้าน (แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่, 2557: ออนไลน์) จังหวัดเชียงใหม่ มีโรงเรียนกวดวิชาที่ได้อนุญาตเฉพาะในเขตเทศบาล 17 แห่ง เป็นโรงเรียนกวดวิชาท้องถิ่นและโรงเรียนกวดวิชาที่มาเปิดสาขา (แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครเชียงใหม่, 2556-2560: ออนไลน์) มีโรงเรียนกวดวิชาที่เปิดสอนโดยไม่ได้ขออนุญาตตามกฎหมายอีกหลายแห่ง เช่น ศูนย์ที่เปิดสอนพิเศษตามบ้าน โรงเรียนกวดวิชาที่มาเปิดสาขา อาทิ โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์ เชียงราย โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรนเชียงใหม่ จะเป็นการเรียนระบบ DVD ผ่านคอมพิวเตอร์ที่ติดตั้งภายในโรงเรียน สามารถเลือกเวลาเรียนตามสะดวก (พงเพชร อินตายุ, 2554) จากข้อมูลข้างต้นสภาพแวดล้อมที่จะเปลี่ยนไป จากการปรับระบบการรับนักเรียนเข้า ศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา ในปีการศึกษา 2561 โดยยกเลิก ระบบ“Admission” มาเป็นระบบ “TCAS” ยกเลิกระบบการสอบรับตรงที่มหาวิทยาลัยออกข้อสอบเองเปลี่ยนมาใช้ข้อสอบกลางในยื่นรับตรงของทุกมหาวิทยาลัย โดยมีเงื่อนไข นักเรียนชั้น ม.6 จะต้องอยู่ในห้องเรียนเกิน 80% การสอบเหลือเพียงการสอบครั้งเดียวในแต่ละวิชาและออกสอบโดยส่วนกลาง การนำเกรดเฉลี่ยสะสม 6 และ GPA สารการเรียนในกลุ่มต่าง ๆ เช่น คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี มาใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกคณะหรือนำมาเป็นส่วนในการคิดคะแนนร่วมด้วย อาจทำให้พฤติกรรมกรรมการเรียนกวดวิชาของนักเรียนเปลี่ยนไปจากเดิม

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluation) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 9) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ การใช้ของผู้บริโภคช่วยให้นักการตลาดทราบถึงความต้องการที่ตอบสนอง ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่ ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ ได้แก่ ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ บทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ โอกาสในการซื้อ แหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ และขั้นตอนการตัดสินใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 36)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา

เป็นการศึกษาการศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง เชียงราย ใช้กรอบทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws และ 1H ประกอบด้วย ใครอยู่ใน ตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร ทำไม ผู้บริโภคต้องการซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อ เมื่อไหร่ ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร และส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพ และการนำเสนอ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-5-6 ที่เรียนกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง เชียงราย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่มาเรียนกวดวิชาที่แน่นอน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างด้วย วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวน ประชากร 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมาณ คือ Chi square โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียน วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละ และการทดสอบไคสแควร์ ส่วนที่ 3 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีให้เลือก 5 ระดับ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. **ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แผนก วิทย-คณิต โรงเรียนเทศบาล 6 นครเชียงราย เกรดเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 ได้เงินวันละ 51-100 บาท พักอาศัยบ้านบิดา-มารดา ผู้ปกครองมีอาชีพนักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง 25,001-35,000 บาท ระดับการศึกษาของผู้ปกครองจบปริญญาตรี คณะที่ต้องการเข้า ศึกษาต่อ คือ กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ/เทคนิคการแพทย์/พยาบาล ต้องการเข้าเรียนมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ที่ตัดสินใจเลือกคณะและมหาวิทยาลัย คือ ตนเอง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมืองเชียงราย

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

2.1 วิชาที่จะเรียนในกวดวิชามากที่สุด คือ คณิตศาสตร์พื้นฐาน คณิตศาสตร์เพิ่มเติม ภาษาอังกฤษ ฟิสิกส์ เคมี ชีววิทยา ภาษาไทย สังคม วิทยาศาสตร์พื้นฐาน GATความถนัดทั่วไป วิชา PAT1คณิตศาสตร์ ความถนัดทางวิชาชีพครู ความถนัดทางการแพทย์ พื้นฐานวิศวกรรม ตามลำดับ

2.2 วิชาที่เรียนหลายที่ คือ คณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ฟิสิกส์ เคมี ชีววิทยา ภาษาไทย สังคม วิทยาศาสตร์ ร้อยละ ตามลำดับ

2.3 ลักษณะการเรียนกวดวิชา คือ เรียนวิดีโอตามที่ตัวเองต้องการ เรียนสดตัวต่อตัว/กลุ่ม เรียนสดตามคอร์สที่สถาบันจัดไว้ เรียนออนไลน์ที่บ้าน ตามลำดับ

2.4 ช่วงเวลาการสมัครเรียนกวดวิชา สมัครเรียนล่วงหน้าตอนปิดเทอม สมัครเรียนตอนเปิดเทอมใหม่ ๆ สมัครเรียนเมื่อรู้สึกว่าการเรียนที่โรงเรียนไม่รู้เรื่อง ตามลำดับ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) วัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชา คือ ทำเกรดให้ดีขึ้น เตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย ทบทวนเนื้อหาที่เรียน เรียนล่วงหน้าเทอมต่อไป ให้ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่คณะกำหนดเพื่อจะมีสิทธิ์ยื่นสมัครในคณะที่ต้องการได้ ผู้ปกครองให้เรียน เรียนตามเพื่อน ตามลำดับ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?) ผู้มีอิทธิพลในการเลือกเรียนกวดวิชา คือ ตนเอง พ่อแม่/ผู้ปกครอง เพื่อน/รุ่นพี่ ครู/อาจารย์ที่โรงเรียน แฟน ตามลำดับ

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

จำนวนการเรียนกวดวิชาในแต่ละสัปดาห์ คือ เรียน วันละ 3-4 ชั่วโมง วันละ 1-2 ชั่วโมง วันละ 5-6 ชั่วโมง และเรียนมากกว่า 6 ชั่วโมง ตามลำดับ ช่วงวันจันทร์-ศุกร์ เวลาที่เรียนกวดวิชา กับ แหล่งที่เรียน คือ โรงเรียนกวดวิชา ช่วงเวลา 16:01-20:00 น. ครูที่โรงเรียนเปิดสอนพิเศษที่บ้าน ช่วงเวลา 16:01-20:00 น. และเรียนออนไลน์ผ่าน Internet ที่บ้าน ช่วงเวลา 20:01-24:00 น. ตามลำดับ ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เวลาที่เรียนกวดวิชา กับ แหล่งที่เรียน คือ โรงเรียนกวดวิชา ช่วง เวลา 8:00-12:00 น. โรงเรียนจัดสอนเสริม ช่วงเวลา 8:00-12:00 น. และโรงเรียนกวดวิชา ช่วงเวลา 12:01-18:00 น. ตามลำดับ จำนวนชั่วโมงที่เรียนกวดวิชาในแต่ละวัน คือ วันละ 3-4 ชั่วโมง วันละ 1-2 ชั่วโมง วันละ 5-6 ชั่วโมง และเรียนมากกว่า 6 ชั่วโมง ตามลำดับ

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

6.1 สถานที่ในการใช้เลือกกวดวิชา คือ การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่มีการแนะนำการสอบเข้ามหาวิทยาลัยต่างๆ เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียง/อาจารย์ผู้สอนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเรียนสด หรือ ดูวิดีโอก็ได้ ดิวเตอร์หรือนักศึกษาก็ได้ และเป็นแบบเรียนสดหรือวิดีโอก็ได้ขอให้สอนเข้าใจ คำแนะนำของคนที่รู้จัก/รุ่นพี่/เพื่อน คุณครูที่โรงเรียน ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก จำนวนนักเรียนสอบติดมหาวิทยาลัยได้มาก ค่าเรียนมีส่วน ลดค่าเรียน /ส่วนลดนักเรียนเก่าและโปรโมชั่นของแจกแถม ยืดหยุ่นเรื่องเวลาสามารถมาเรียนตามเวลาที่ต้องการได้ สถานที่อุปกรณ์การเรียนการสอนทันสมัยสวยงาม น่าเรียน เรียนกับครูที่โรงเรียนตรงบทเรียนและได้แนวข้อสอบ มีมุมจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม สามารถเอาน้ำ/ขนม /เครื่องดื่มทานตอนเรียนได้ ตามลำดับ

6.2 การเคยเรียนกวดวิชา คือ เคยเรียนกับครูที่โรงเรียน เดอะเบรน-เชียงใหม่-เชียงใหม่-เชียงใหม่ เอ็นคอนเซ็ป-เชียงใหม่ โรงเรียนตนเองหลังเลิกเรียน เคมี อ.อุ๋-เชียงใหม่ ดาว์องค์-เชียงใหม่ ออนติมานด์-เชียงใหม่ โรงเรียนกวดวิชาพัฒนศึกษา(The Best) และ Top plus -เชียงใหม่ ตามลำดับ

7. บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

7.1 การชำระค่าเรียนกวดวิชา คือ จ่ายต่อคอร์ส จ่ายต่อเดือน จ่ายต่อปี ตามลำดับ

7.2 การหาข้อมูลการเรียนกวดวิชา หาข้อมูลการเรียนกวดวิชาจาก เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ต่างๆ บัญชีโฆษณา/แผ่นพับ/ใบปลิว วิทยูทูป/โทรทัศน์ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกกวดวิชา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	หลักสูตรมีความหลากหลายตามความต้องการ	4.26
ด้านราคา	มีราคาค่าเรียนที่เหมาะสม	4.22
ด้านสถานที่/ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่สอนสะดวก ปลอดภัยมีที่จอดรถพอเพียง	4.14
ด้านส่งเสริมการตลาด	โปรโมชั่นส่วนลดคอร์สเรียน ส่วนลดอื่นๆและ ชั่วโมงเรียนเพิ่ม	3.96
ด้านบุคคล	อาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคการสอนเป็นเลิศ กับเจ้าหน้าที่อธิบายรายละเอียดหลักสูตรคอร์สเรียนได้ถูกต้อง เข้าใจง่าย	4.24
ด้านกระบวนการ	สมัครเรียนทำได้ง่าย สะดวก	4.14
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของอาคารเรียน	4.19

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนกวดวิชาและผู้สนใจทำกวดวิชา ดังนี้

1. การเลือกคอร์สเรียนของแต่ละวิชาที่จะเรียนในกวดวิชา แต่ละระดับชั้นมีวัตถุประสงค์ในการเรียนแตกต่างกัน นักเรียนชั้น ม. 6 เรียนเพื่อเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย นักเรียนชั้น ม.4-5 เรียนเพื่อทำเกรดในโรงเรียน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ หลักสูตรมีความหลากหลายตามความต้องการ เช่น การจัดหลักสูตรสำหรับวิชาคำนวณที่ต้องใช้ความเข้าใจและทักษะความรู้ที่มีตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น เช่น วิชาคณิตศาสตร์ อาจมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบสำหรับการเรียนกวดวิชาแบบสอนสด การจัดการเรียนการสอนอาจแบ่งตาม พื้นฐานความรู้ของนักเรียนในห้องเรียน สำหรับการเรียนแบบวีดีโอ การจัดการเรียนการสอนอาจแบ่งคอร์สเรียนเป็นลำดับขั้น คือ คอร์สปรับพื้นฐาน คอร์สทำโจทย์ เพื่อที่นักเรียนจะเลือกเรียนตามพื้นฐานของตนเอง

2. การเลือกวิชาเรียนมากหรือน้อยของนักเรียนขึ้นอยู่กับสายการเรียน สายวิทย์-คณิตฯ เรียนกวดวิชามากที่สุด จึงมีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชามากกว่าสายอื่น และนักเรียนชั้นม. 6 เรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าเนื่องจาก

ต้องเรียนหลายวิชาจึงความสนใจด้านราคาเป็นอย่างมาก การจัดหลักสูตรให้ราคาไม่แพง จึงเป็นสิ่งที่ควรนำมาพิจารณาในการจัดคอร์สเรียน เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ด้านราคา

3. นักเรียนสายวิทย์-คณิต และ นักเรียนชั้น ม.6 ซึ่งเป็นกลุ่มที่เรียนกวดวิชามากที่สุดและเป็นกลุ่มที่เรียนกวดวิชาจำนวนมากหลายวิชา นักเรียนที่เรียนกวดวิชาอาจเรียนหลายที่และแต่ละที่อาจอยู่ใกล้กัน ทำให้ต้องเดินทางเปลี่ยนที่เรียนหลายที่ นักเรียนส่วนใหญ่อาจเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถมอเตอร์ไซด์ หรือผู้ปกครองรับส่ง การเรียนหลายที่อาจทำให้เวลาในการเดินทางเป็นเรื่องสำคัญ นักเรียนชั้น ม.6 มีจำนวนการเรียนกวดวิชาในแต่ละสัปดาห์มากกว่าถึง 6 ชั่วโมงต่อวัน อาจทำให้ต้องเรียนกวดวิชาเลิกดึก การมีที่จอดรถเพียงพอ และสถานที่สะดวก ปลอดภัย ไปมาง่าย จึงเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อของนักเรียนได้

4. การเรียนกวดวิชาของนักเรียนโดยเฉพาะนักเรียนที่เรียนหลายวิชา อาจทำให้มีค่าใช้จ่ายในการเรียนสูง แผนการเรียนวิทย์-คณิตฯ มีเกณฑ์ในการเลือกกวดวิชาในเรื่อง ค่าเรียนมีส่วนลดค่าเรียน ส่วนลดนักเรียนเก่าและโปรโมชั่นของแจกแถม มากกว่าแผนการเรียนอื่น ๆ ซึ่งอาจเป็นเพราะเรียนหลายวิชาจึงอยากให้ค่าใช้จ่ายลดลง ดังนั้นโรงเรียนกวดวิชาควรให้ความสำคัญในเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด แรงจูงใจและเพิ่มการตัดสินใจในการสมัครเรียนหรือ เรียนคอร์สต่อไป

5. การเรียนกวดวิชาไม่ว่าจะเรียนด้วยวัตถุประสงค์ใด ผลลัพธ์ที่คาดหวัง คือ ทุกคนต้องการความสำเร็จในการเรียน นักเรียนชั้น ม. 6 คือ การสอบติดมหาวิทยาลัยและคณะที่ตนเองต้องการ นักเรียนชั้น ม.4-5 ต้องการทำการเกรดให้สูงขึ้นจากเดิมหรือคงระดับเดิมไว้ให้ได้ ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ อาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคการสอนเป็นเลิศ และเจ้าหน้าที่อธิบายรายละเอียดหลักสูตรคอร์ส เรียนได้ถูกต้องเข้าใจง่าย จึงเป็นสิ่งที่โรงเรียนกวดวิชาควรตระหนักและให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากร

6. การเรียนกวดวิชาของนักเรียนในปัจจุบันยังคงมีความต้องการมาก ดังนั้นคู่แข่งในตลาดกวดวิชาเกิดขึ้นมากมาย และคู่แข่งรายใหม่ได้ง่ายขึ้น จากเทคโนโลยีที่พัฒนาก้าวหน้าอย่างมากการเข้าถึงนักเรียนที่เรียนกวดวิชา หรือ ผู้ปกครองที่เป็นผู้มีอิทธิพลในการเลือกเรียนกวดวิชาทำได้ง่าย และไม่ต้องผ่านตัวกลางแบบโรงเรียนกวดวิชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงเรียนกวดวิชาที่ไม่ได้เกิดจากตัวอาจารย์ผู้สอนเอง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ สมัครเรียนทำได้ง่าย สะดวก ควรพัฒนากระบวนการเข้าถึงการสมัครเรียนให้รวดเร็ว เพื่อให้นักเรียนได้เข้าถึงโรงเรียนกวดวิชาได้เร็วขึ้นส่งผลในกระบวนการตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น

7. นักเรียนชั้น ม.6 มีจำนวนการเรียนกวดวิชาในแต่ละสัปดาห์มากกว่าถึง 6 ชั่วโมงต่อวัน อาจทำให้ต้องเรียนกวดวิชาเลิกดึก โรงเรียนกวดวิชาจึงควรให้ความสำคัญในสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของโรงเรียนกวดวิชา ส่วนประสมทางการตลาดด้านกายภาพ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ความสะอาดของอาคารเรียน นอกจากนั้นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งด้านกายภาพ คือ การไม่มีมลภาวะที่เป็นพิษในการเรียนกวดวิชา แสงไฟเพียงพอต่อการเรียน อุปกรณ์การเรียนการสอนที่จำเป็นครบถ้วน ห้องเรียนควรมืดชิดและไม่ได้ยินเสียงรบกวนจากภายนอกห้องเรียน เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้จำเป็นต่อการมีสมาธิในการเรียนของนักเรียนที่มาใช้บริการ หากโรงเรียนละเลยหรือไม่ให้ความสำคัญ อาจส่งผลเสียในระยะยาวได้

บรรณานุกรม

- กฤติกา วงศ์มา. (2555). พฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการ โรงเรียนกวดวิชาในอำเภอ เมือง ลำปาง. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดเชียงราย. (2557). แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2555 – 2560 (ฉบับทบทวน). สืบค้นจาก <http://www.pdc.go.th/wpcontent/uploads/2015/11/pdf>
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- เชียงรายอุ๊ฟู! ศก.สุดศึก ตั้งเป้ามูลค่าค้าขายสี่เหลี่ยมทองคำทะลุ 5 หมื่นล้าน. (2559). สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9590000021652>
- ถนิมภรณ์ อินทแก้ว. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย. (2560). ซีรีส์ระบบคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาระบบใหม่ (TCAS61). สืบค้นจาก <http://tcas61.cupt.net/src/tcas61-detail.pdf>
- เทศบาลนครเชียงราย. (2556). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์เทศบาลนครเชียงราย (พ.ศ.2556 – 2560). สืบค้นจาก http://www.chiangraicity.go.th/uploads/PlanAndBudget/2013082_8180455_VNA3.pdf
- บุษรา จันตะภา. (2554). พฤติกรรมการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- เปิดเทอมใหญ่ปี'59 ผู้ปกครองยังให้ความสำคัญค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาแต่ปรับลด ค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น. (2559). ค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2559, สืบค้นจาก <http://www.thansettakij.com/2016/05/11/5211>
- พวงเพชร อินตายนง. (2554). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- อินธิดา อินทนิเวศน์. (2557). ส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายใน จังหวัด ลำพูนในการเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- เอนทรานซ์ VS แอดมิชชัน: เด็กเพลีย! ผู้ใหญ่เปลี่ยนอีกแระ. (2559). สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9590000086630>
- Black, K. (2007). *Applied Business Statistics : Making Better Decisions* (6th ed.). John Wiley and Sons (Asia). Thaipublica. (2013). “กวดวิชา” มาตรฐานการศึกษาไทย เรียน “เพื่อสอบ” หรือเพื่อ “เรียนรู้”. สืบค้นจาก <http://thaipublica.org/2013/03/tutorial-critical-study-of-thailand>