

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Factors Influencing High School Students in Their Selection of a Tutoring School in Muang Surat Thani

ชนิดาภา บรรลือสิน¹, ปานชนก ชีทอง¹, พรนิภา กิมนวน¹, รันญาเรศ หนูบุญ¹,
วนบุษย์ รักษ์วงศ์¹, อารตี บาราสัน¹, นงค์รัตน์ แสนสมพร²

Chanidapa Bunluesin¹, Panchanok Kithong¹, Pornnipa Kimnuen¹, Runyarat Nooboon¹,
Wanabus Rakwong¹, Aratee Barasan¹, Nongrat Sansompron²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 17 ปี อาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ศึกษาในโรงเรียนรัฐบาล ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ ผลการเรียนรู้เฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 3.00-3.49 อาชีพผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในรูปแบบด้านทัศนคติมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ รูปแบบด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสังคม ด้านสถานที่ ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกบุคลากรในการสอนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเรียน การเลือกภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ และการเลือกสถาบันกวดวิชาตามลำดับ การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ ภูมิสำเนา ระดับชั้นการศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนที่วิชาลงเรียนพิเศษที่แตกต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจเลือกเรียนสถาบัน

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

² อาจารย์, คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี โทร.084-845-4310
E-mail : Ploy_nongrat@hotmail.com

¹ Undergraduate Students in Management, Faculty of Liber Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus, Surat Thani 84000, Thailand

² Lecturer, Faculty of Liber Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus, Surat Thani 84000, Thailand

กวดวิชาแตกต่างกัน ในขณะที่แผนการเรียน อาชีพของผู้ปกครอง ประเภทของโรงเรียน ช่วงเวลาในการเรียนพิเศษที่ต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาไม่แตกต่าง

คำสำคัญ : มัธยมศึกษาตอนปลาย, การตัดสินใจ, สถาบันกวดวิชา, จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Abstract

This study aimed to investigate the factors that influence high school student's selection of a tutorial school in Muang Surat Thani. Questionnaires were filled out by 400 samples.

The study found that most respondents were girls, aged 17 years, lived in Surat Thani Province, studied in public schools at high school grade 12, Science-Mathematics major, with accumulative grade point average range between 3.00-3.49, their parent's careers were private business owners with average monthly incomes 10,001-20,000 baht. For marketing mix factors, most respondents primarily focused on attitude factor, and product, societies, places, prices and marketing promotions respectively. For the information of decision making to apply for tutoring study, most of the respondents focused on the selection of tutor personnel, objectives of studies, images & trustworthiness and selections of tutoring institutes. The hypothesis test found that sex, ages, domiciles, levels of studies, accumulative grade point average, monthly family average incomes and differences in the numbers of registered subjects for extra courses affected decision making on selecting a tutorial while study plans, parent's careers, types of schools and differences of extra course times did not impact on tutorial school selection

Keywords : High School, making decision, Tutoring school, Surat Thani

บทนำ

การศึกษาเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนามนุษย์ให้มีคุณภาพ มีความสามารถ และปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคข้อมูลข่าวสาร ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมการศึกษาของไทยนั้นส่งเสริมและเน้นการวัดผลจากคะแนนสอบเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นการสอบเข้า ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา หรือการสมัครเข้าทำงานจะถูกคัดกรองจากผลการศึกษา และอันดับของสถาบันที่ผู้สมัครศึกษา นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการศึกษาในระบบของไทย อาทิ การเรียนการสอนในโรงเรียนที่บุคลากร ครู อาจารย์ ไม่สามารถถ่ายทอดให้นักเรียนมีความเข้าใจได้

สอนง่ายแต่ออกข้อสอบยาก หรือออกข้อสอบเกินหลักสูตร ในขณะเดียวกันมหาวิทยาลัยในประเทศไทยให้ความสำคัญกับคะแนนสอบเข้าและผลสอบเป็นหลัก จากปัญหาดังกล่าว ส่งเสริมให้ปัจจุบันมีสถาบันกวดวิชาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับความต้องการของนักเรียน จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ประเทศไทยมีโรงเรียนกวดวิชาจำนวน 1,983 แห่ง แบ่งเป็นเขตกรุงเทพมหานคร 487 แห่ง และต่างจังหวัดอีก 1,496 แห่ง (ยกเว้นหนองบัวลำภู ปัตตานี และนราธิวาส) ซึ่งโรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ และมีจำนวนมากที่สุดในเขตอำเภอเมืองของแต่ละจังหวัด (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษา

เอกชน, 2556) ทั้งนี้จำนวนสถาบันกวดวิชามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในต่างจังหวัด

จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีโรงเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง ทั้งหมด 11 โรงเรียน แบ่งเป็นโรงเรียนรัฐบาล จำนวน 8 โรงเรียน และโรงเรียนเอกชนจำนวน 3 มีจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งหมด 8,105 คน (กลุ่มสารสนเทศ สำนักนโยบายและแผนการศึกษา (สนพ.) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2558) จากข้อมูลพบว่า จังหวัดสงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสถาบันกวดวิชาที่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมายจากสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 35 แห่ง (สำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้า, 2556)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจให้นักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักเรียน ผู้ประกอบการธุรกิจสถาบันกวดวิชา รวมถึงครู อาจารย์ในโรงเรียนได้ทราบถึงปัจจัยและเหตุผลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียน เพื่อนำไปปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐาน ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

แนวคิดทฤษฎี

เสรี วงษ์มณฑา (2553, น.17) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ เพื่อตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจ แบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย ประกอบด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) บริการผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการซึ่งครอบคลุมทุกอย่างของตัวสินค้าและทุกอย่างที่จัดเตรียมไว้บริการลูกค้า เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียงตัวสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจบริการด้วย สำหรับในงานวิจัยนี้กำหนดปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ความโดดเด่นในหลักสูตร ความมีเอกลักษณ์ของหลักสูตร การสอนเทคนิคในการเชื่อมโยงเนื้อหาในแต่ละบทเรียนและเทคนิคคิดลัด การสอนแบบเน้นทำข้อสอบ การสอนเน้นทำแบบฝึกหัด มีคู่มือเรียนที่ทันสมัย การใช้สื่อการสอนครบถ้วนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีหลักสูตรหลากหลายแบบให้เลือกเรียน คุณภาพขอเอกสารการสอน จำนวนผู้เรียนเหมาะสมต่อห้องเรียน จำนวนชั่วโมงเรียนเหมาะสมต่อหลักสูตร สามารถเลือกวัน/เวลาในการเรียนได้ตามต้องการ และเน้นเนื้อหาตามบทเรียนในห้องเรียน

ด้านราคา (Price) คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงินราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า กับราคา ถ้าหากคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ สำหรับในงานวิจัยนี้กำหนดปัจจัยทางด้านราคา ประกอบด้วย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ การจัดเก็บค่าเรียนครอบคลุมค่าใช้จ่ายอื่นๆ ราคาค่าเล่าเรียนแบบแพ็คเกจ สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ และความชัดเจนของราคาแต่ละคอร์ส

ด้านสถานที่ (Place) ที่ให้บริการส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการมีส่วนสำคัญมาก เพราะทำเลที่ตั้งเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้น สถานที่ให้บริการต้องครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย โดยความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจ สำหรับในงานวิจัยนี้กำหนดปัจจัยทางด้านสถานที่ ประกอบด้วย มีการตกแต่งสถานที่สวยงาม สะอาด ปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น WIFI, TV เป็นต้น มีบริเวณจอดรถสะดวก ตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชน มีร้านค้า มีอาหาร มีรถประจำทาง สถาบันกวดวิชาสามารถพบหาได้ง่าย/ป้ายสัญลักษณ์มีความโดดเด่น ที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียน

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสาร เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภท ซึ่งอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารผสมผสาน (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลลัพธ์ คู่แข่งขัน สำหรับในงานวิจัยนี้กำหนดปัจจัยทางด้านสถานที่ ประกอบด้วย มีการโฆษณา มีการประชาสัมพันธ์ มีการให้ส่วนลดกับนักเรียนที่แนะนำให้เพื่อนมาเรียน การส่งเสริมการขายในด้านต่างๆ และการทดลองเรียนฟรี

สมคิด บางโม (2554) กล่าวว่า การตัดสินใจหมายถึง การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายอย่าง เพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

วิธีการศึกษา

กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 8,105 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบมีชั้นภูมิ

ขั้นตอนและวิธีการในการสร้างเครื่องมือวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปิด ลักษณะแบบสอบถามสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งมี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ประเภทโรงเรียน ระดับชั้น แผนการเรียน เกรดเฉลี่ยสะสม อาชีพผู้ปกครอง รายได้ครอบครัวเฉลี่ย ประเภทโรงเรียนกวดวิชา ช่วงเวลาในการเรียนพิเศษ จำนวนวิชาที่ลงเรียน วิชาที่ลงเรียน

ตอนที่ 2 ข้อมูลรูปแบบที่ส่งผลให้นักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ทัศนคติ และสังคม

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ด้านบุคคลที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชาในการเลือกเรียน ด้านการเลือกภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ ด้านการเลือกบุคลากรในการสอน ด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้จากการเก็บข้อมูลดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูล การลงรหัส การประมวลผลของข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ การประมวลผล

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม แสดงในรูปแบบร้อยละ สำหรับข้อมูลรูปแบบที่ส่ง ผลให้นักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาและการ ตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชา แสดงในรูปแบบค่า เฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่าระดับ ความสำคัญของแต่ละปัจจัย

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในการเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 85.3 ส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมา ศึกษาอยู่ในโรงเรียนเอกชน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ อยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในแผนการเรียน วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 สำหรับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3.00-3.49 จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7

อาชีพผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อ เดือน จำนวน 128 คิดเป็นร้อยละ 32.0 ช่วงเวลา เปิดเทอมในการเรียนพิเศษของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงกลางวันเสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 ช่วงเวลาปิดเทอมในการเรียนพิเศษของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ใน ช่วงเวลาวันจันทร์-วันศุกร์ จำนวน 96 คน คิดเป็น

ร้อยละ 24.0 จำนวนวิชาที่ลงเรียนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะลงเรียน 1 วิชา จำนวน 167 คน คิดเป็น ร้อยละ 41.8

2. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันกวดวิชาที่ส่งผลให้นักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา ประกอบด้วย รูปแบบด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ทัศนคติ และ สังคม

ผลการสำรวจ พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอน ปลายเลือกสถาบันกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ($\bar{X} = 3.96$) โดยให้ความสำคัญในรูปแบบ ด้านทัศนคติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาให้ความสำคัญในรูปแบบด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.10$) รูปแบบ สังคม ($\bar{X} = 3.96$) รูปแบบด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.94$) รูปแบบด้านราคา ($\bar{X} = 3.85$) และรูปแบบส่งเสริม การตลาด ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ ดังแสดงข้อมูลใน ตารางที่ 1

หากจำแนกปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แต่ละ รายการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญเรื่อง การสอนเทคนิคในการเชื่อมโยง เนื้อหาในแต่ละบทเรียนและเทคนิคคิดลัด อยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมา คือ คุณภาพ ของเอกสารการสอน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) การสอนเน้นทำแบบฝึกหัด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) มีคู่มือเรียนที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เน้นเนื้อหาตามบทเรียนในห้องเรียนอยู่ ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) สามารถเลือกวัน/เวลา ใน การเรียนได้ตามต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) ความโดดเด่นในหลักสูตร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) ความมีเอกลักษณ์ของหลักสูตร อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.10$) จำนวนชั่วโมงเรียนเหมาะสมต่อ หลักสูตรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) การสอนแบบ เน้นทำข้อสอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) การใช้ สื่อการสอนครบถ้วนและเทคโนโลยีที่ทันสมัยอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) จำนวนผู้เรียนเหมาะสมต่อ

ห้องเรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) หลักสูตรหลากหลายแบบให้เลือกเรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

หากจำแนกปัจจัยด้านราคา แต่ละรายการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านความชัดเจนของราคาแต่ละคอร์ส อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เช่น ระยะเวลาในการเรียน, คอร์สที่ลงเรียนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) การจัดเก็บค่าเรียนครอบคลุมค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น เอกสารการเรียนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) การจัดเป็นแบบแพ็คเกจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) ราคาการเรียนถูกกว่าที่อื่น ๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) และสามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) ตามลำดับ หากจำแนกปัจจัยด้านสถานที่แต่ละรายการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการตกแต่งสถานที่สวยงาม สะอาด ปลอดภัย มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา คือ ตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชน มีร้านค้า มีอาหาร มีรถประจำทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) สถาบันกวดวิชาสามารถพบหาได้ง่าย/ป้ายสัญลักษณ์มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) ที่ตั้งสถาบันกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) มีสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ WIFI, TV เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) และมีบริเวณจอดรถสะดวก มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) ตามลำดับ

หากจำแนกปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด แต่ละรายการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดบรรยายพิเศษการเข้าเป็นอาจารย์พิเศษตามสถานศึกษา มีการแนะนำผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมามีการโฆษณา เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ ป้ายโฆษณา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) การให้ส่วนลดกับนักเรียนที่แนะนำให้เพื่อนมาเรียน อยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) การทดลองเรียนฟรี มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) และการส่งเสริมการขายในด้านต่าง ๆ เช่น การแจกอุปกรณ์การเรียน การแจกของแถม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) ตามลำดับ

หากจำแนกปัจจัยด้านทัศนคติแต่ละรายการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการเรียนพิเศษช่วยในการทบทวนวิชาที่เรียนมา ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมา คือการเรียนพิเศษช่วยเพิ่มความรู้นอกเหนือห้องเรียน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) และการเรียนพิเศษช่วยให้ผลการเรียนดีขึ้น มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) และการเรียนพิเศษมีแรงจูงใจให้มีความตั้งใจในการเรียนมากขึ้น มีความสำคัญอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.15$) และ การเรียนพิเศษสร้างบรรยากาศในการเรียนได้ดีกว่าในห้องเรียนมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ หากจำแนกปัจจัยด้านสังคมแต่ละรายการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านอาชีพที่ต้องการในอนาคตส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนพิเศษมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา เพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการเรียนพิเศษ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) ผู้ปกครองมีส่วนในการตัดสินใจเรียนพิเศษ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) รายได้ของผู้ปกครองส่งผลต่อการเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) และการเรียนกวดวิชาทำให้มีสังคมใหม่ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญของระดับปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเลือกสถาบันกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ความสำคัญทุกปัจจัยอยู่ใน

ระดับมาก โดยให้ความสำคัญในการเลือกบุคลากรในการสอนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมา คือ ให้ความสำคัญในวัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) การเลือกภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) และเลือกสถาบันกวดวิชา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

หากจำแนกการเลือกบุคลากรในการสอนแต่ละรายการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญบุคลากรที่มีประสบการณ์การสอนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมา ได้แก่ บุคลากรมีวิิธีถ่ายทอดความรู้ที่น่าสนใจ บุคลากรมีความเข้าใจเด็ก มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การสอนตัวต่อตัวทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ดีกว่าเจ้าหน้าที่ให้บริการรวดเร็วและเป็นมิตร และบุคลากรที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยชื่อดัง ตามลำดับ

หากจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชาแต่ละรายการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านความต้องการเรียนรู้เทคนิควิธีลัด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมา ได้แก่ การต้องการความรู้เพิ่มเพื่อเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) ต้องการเนื้อหาทางวิชาที่หลากหลายและเรียนล่วงหน้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) ไม่เข้าใจในบทเรียนในห้องเรียน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) และ เรียนเพื่อขอรับทุนไปเรียนต่างประเทศ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$) ตามลำดับ

หากจำแนกการเลือกภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือแต่ละรายการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถาบันที่เปิดสอนมานานและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมา ได้แก่ เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงในเฉพาะวิชาที่สอน เลือกสถาบันที่มีคนใกล้ชิดแนะนำ เช่น รุ่นพี่ที่เคยเรียน เลือกจากการแสดงสถิติและผลงาน เช่น

จำนวนนักเรียนที่สอบผ่านเข้ามหาวิทยาลัยชื่อดัง เลือกสถาบันตามโฆษณา เว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชา และเลือกสถาบันที่มีการตกแต่งอาคารเรียนเหมาะสมกับการเรียนรู้ ตามลำดับ

หากจำแนกลักษณะการเลือกสถาบันกวดวิชาแต่ละรายการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกด้วยตนเอง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมา ได้แก่ เพื่อน สมาชิกในครอบครัว สื่อโฆษณา และพนักงานขายของสถาบันกวดวิชา ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา

จากการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศกับการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาโดยใช้สถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.090 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 3 สำหรับอายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาแตกต่างกัน มีค่า p-value เท่ากับ 0.674 ภูมิสำเนาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาแตกต่างกัน มีค่า p-value เท่ากับ 0.587 ประเภทของโรงเรียนที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาแตกต่างกัน มีค่า p-value เท่ากับ 0.741 ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน มีค่า p-value เท่ากับ 0.100 แผนการเรียนที่แตกต่างกันทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาไม่แตกต่างกันมีค่า p-value เท่ากับ 0.002 เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) ที่แตกต่างกันทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาแตกต่างกัน พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.064 อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาไม่แตกต่างกัน มีค่า p-value เท่ากับ 0.015 ราย

ได้ครอบครัวยุติลงต่อเนื่องที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาแตกต่างกัน มีค่า p -value เท่ากับ 0.239 ช่วงเวลาในการเรียนพิเศษที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาไม่แตกต่างกัน มีค่า p -value เท่ากับ 0.045 จำนวนวิชาลงเรียนพิเศษที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาแตกต่างกัน พบว่า มีค่า p -value เท่ากับ 0.110

5. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันกวดวิชาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านรูปแบบด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาโดยการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า มีค่า p -value เท่ากับ 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาโดยรวม ในขณะที่เดียวกัน ปัจจัยด้านรูปแบบด้านราคา ปัจจัยด้านรูปแบบด้านสถานที่ ปัจจัยด้านรูปแบบด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านรูปแบบด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านรูปแบบด้านสังคม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัย มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปราย ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันกวดวิชาที่ส่งผลให้นักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพชฌัญญ์ ฉิมเจ็ด (2557) ศึกษาพฤติกรรมการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี ผลการ

ศึกษา พบว่า ในการเลือกเรียนกวดวิชาในกลุ่มสายสามัญ มีเหตุผลที่เลือกเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกเรียนตลอดปีโดยนิยมเรียนตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา พบว่า นักเรียนที่เรียนกวดวิชาจะให้ความสำคัญต่อด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันกวดวิชาที่มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครเรียนโรงเรียนกวดวิชาโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยให้ความสำคัญด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมา ด้านกระบวนการและความสำคัญด้านส่งเสริมการขาย ตามลำดับกวดวิชาในแบบการสอนผ่านเทปบันทึก (VDO) เน้นเทคนิคการสอนแบบเชื่อมโยงเนื้อหาในแต่ละบท และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิชาภา ภาภิรมาสัน (2555) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการ

การตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับระดับปัจจัยด้านการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประภาส สุพรรณดี (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจของผู้ปกครองอยู่ในระดับมาก ในเรื่องที่มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนกวดวิชาความน่าเชื่อถือของผู้บริหาร โรงเรียนกวดวิชาที่มีชื่อเสียงในสังคมส่วนใหญ่ให้การยอมรับ ผู้บริหารเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัย พบว่า รูปแบบการตัดสินใจที่ส่งผลให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยให้ความสำคัญกับรูปแบบส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ดังนั้นสถาบันกวดวิชาควรเน้นพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้าน

ราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ สถาบันกวดวิชาควรมีอาจารย์สอนที่มีความพร้อมทุก ๆ ด้าน คุณภาพ ประสิทธิภาพ ความเชี่ยวชาญในวิชาที่สอนโดยตรง และมีวิธีที่จะทำให้ให้นักเรียนสามารถจดจำ เทคนิค วิธีสูตรลัด วิธีคิดที่ง่าย ทำให้นักเรียนเกิดความสนุกในการเรียนรู้ รวมถึงการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนแบบยืดหยุ่น เน้นเนื้อหาตามบทเรียนในห้องเรียน มีหลักสูตรที่หลากหลายให้เลือกเรียน จำนวนชั่วโมงเรียนเหมาะสมในหลักสูตร รวมถึง

การใช้สื่อผสมในการเรียนการสอนโดยตรงกับความ ต้องการของผู้เรียน อาทิ การเรียนพิเศษผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีคู่มือการเรียนที่ทันสมัย

ด้านราคา สถาบันกวดวิชาควรแจ้งค่าใช้จ่ายของราคาในแต่ละคอร์สเรียนให้ชัดเจนและ กำหนดราคาให้เหมาะสมกับหลักสูตรการสอน เช่น ระยะเวลาในการเรียน คอร์สที่ลงเรียน ควรมีการจัดเก็บค่าเล่าเรียนครอบคลุมค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าเอกสารในการเรียน และสามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาดของสถาบันกวดวิชา ที่ส่งผลให้นักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปแบบด้านผลิตภัณฑ์	4.10	0.80	มาก
2. รูปแบบด้านราคา	3.85	0.97	มาก
3. รูปแบบด้านสถานที่	3.94	0.92	มาก
4. รูปแบบด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	1.03	มาก
5. รูปแบบด้านทัศนคติ	4.15	0.82	มาก
6. รูปแบบด้านสังคม	3.96	0.93	มาก
รวม	3.96	0.91	มาก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา

ปัจจัยด้านการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. การเลือกสถาบันกวดวิชา	3.70	1.08	มาก
2. การเลือกภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ	3.86	0.98	มาก
3. การเลือกบุคลากรในการสอน	4.22	0.83	มากที่สุด
4. วัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชา	4.02	0.97	มาก
รวม	3.95	0.96	มาก

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	p-value	ความหมาย
1. เพศ	0.090	แตกต่าง
2. อายุ	0.674	แตกต่าง
3. ภูมิลำเนา	0.587	แตกต่าง
4. ประเภทของโรงเรียน	0.741	แตกต่าง
5. ระดับชั้นการศึกษา	0.100	แตกต่าง
6. แผนการเรียน	0.002	ไม่แตกต่าง
7. เกรตเฉลี่ย	0.064	แตกต่าง
8. อาชีพผู้ปกครอง	0.015	แตกต่าง
9. รายได้ครอบครัว	0.239	แตกต่าง
10. ช่วงเวลาในการเรียน	0.045	ไม่แตกต่าง
11. จำนวนวิชาที่ลงเรียน	0.110	แตกต่าง

ด้านสถานที่ ควรมีการรวมกลุ่ม เพื่อเป็น ศูนย์ขนาดใหญ่ เป็นสถาบันกวดวิชาครบวงจร และควรตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชน ใกล้แหล่งโรงเรียนที่กำลังศึกษา มีร้านค้า มีอาหาร มีรถประจำทางผ่านจำนวนมาก โดยเปิดสอนในบริเวณเดียวกันหรือเป็นการเช่าอาคารร่วมกันเพื่อเป็นทางเลือกในการเรียนหลายวิชาและตารางเรียนไม่ทับซ้อนกัน มีการตกแต่งสถานที่สวยงาม สะอาด ปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก และที่สำคัญควรมีป้ายเพื่อแสดงถึงสถาบันกวดวิชาให้มีความโดดเด่นที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน

ด้านการส่งเสริมการตลาด สถาบันกวดวิชาควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อาทิ การแจกใบปลิว แผ่นพับ ป้ายโฆษณา การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเพื่อเป็นการเข้าถึงผู้เรียน การให้ส่วนลดให้กับนักเรียนที่แนะนำเพื่อนมาเรียนที่สถาบันกวดวิชา การทดลองเรียนฟรี มีการแจกอุปกรณ์การเรียน เพื่อดึงดูดให้ผู้เรียนสนใจในสถาบันกวดวิชา

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มสารสนเทศสำนักนโยบายและแผนการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2558). จำนวนนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. สรุขงฐรฐานี.
- การศึกษาของเด็กไทย. (2558). ปัจจัยการกวตวิชา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <<http://peenews1.blogspot.com>> (วันที่ค้นข้อมูล : 22 เมษายน 2559).
- เจียรนัย ตาใส่. (2556). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวตวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดชลบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี.
- นิชาภา ภาปทมาสน์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวตวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประภาส สุพรรณดี. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวตวิชาของผู้ปกครองนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เพชญ์ ติมเจ็ด. (2557). พฤติกรรมการเรียนกวตวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สมคิด บางโม. (2554). การบริหารและการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: วิทยพัฒน์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2553). ปัจจัยทางการตลาด. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.