

## ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร

### CRITICAL SUCCESS FACTORS FOR TUTORIAL SCHOOLS BUSINESS IN BANGKOK

# 15

เจ็โจอิง เหวิน\*

รองศาสตราจารย์.สุธรรม พงศ์สำราญ\*\*

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงของโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 133 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติร้อยละ และค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบสมมติฐานแบบ One-Way ANOVA และ Regression Analysis

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่อายุสถาบันกวดวิชาอยู่ระหว่าง 6-10 ปี มีจำนวนบุคลากรน้อยกว่า 10 คน รายได้ต่อปีของสถาบันกวดวิชาอยู่ระหว่าง 5-20 ล้านบาท และเงินทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจเป็น เงินทุนสะสมในครอบครัว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งประกอบด้วย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากตามลำดับ ความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีบริการสอนเป็นกลุ่ม ด้านราคาการกำหนดค่าสอนไว้ชัดเจน ด้านส่งเสริมการตลาดมีการส่งเสริมการตลาด ด้วยการลดราคาค่าเล่าเรียน ด้านบุคคลมีครูผู้สอนมีเทคนิคในการสอนที่ดีและเข้าใจง่าย ด้านลักษณะทางกายภาพมีสื่อการสอนที่มีประสิทธิภาพ อุปกรณ์ที่ใช้ทันสมัย โรงเรียนเปิดมานานมีความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการสอน การเปิดรายวิชาที่สอน เพิ่มช่องทางการจองที่เรียน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และจัดรายการส่งเสริมการขาย ด้วยการลดราคาค่าเล่าเรียน อบรมครูผู้สอนและเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ จัดห้องเรียนและอุปกรณ์การสอนในห้องให้เหมาะสม สอบวัดผลการเรียนของผู้เรียนนำไปพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

\* นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

\*\* อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

## ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the marketing factors affecting the success of the tutorial school business. The representative samples are 133 tutorial entrepreneurs in Bangkok. Data is collected by using questionnaire, and analyzed by statistics; mean, percentage, standard deviation, One-Way ANOVA and Regression Analysis. The study reveals that most of the tutorial schools have age between 6–10 years, less than 10 employees, have an annual income between 5–20 million baht and working capital from savings fund of the owners' families. The marketing mix factors of the tutorial school business in Bangkok are in high level overall. People physical process and price are in the highest level. Product, promotion and place are in high level. The success of the tutorial schools business is in the highest level. The success factors of tutorial school Business include five factors. For the Product and service factor, teaching in group is available. For the price factor, the price is clear. For the promotion factor, tutorial school business has a tuition discount. For the people factor, trainers have good teaching–technique, and are easily understood. For the physical evidence factor, teaching is effective, advanced teaching equipment, and high reliability of international school. Those five factors are related with a significant statistic level at 0.05.

The study recommends that the owners or executive of tutorial schools business should pay more attention to the quality of teaching by adding value to the subjects offered, increase booking learning channels and subjects, should advertise through various media, provide promotion of discounted tuition, training and assess teachers and staff. Classrooms should suit to the subjects and use advanced equipment. Students should take a matriculation test when applying a class and schools should take more activities during a class.

## บทนำ

สมัยนี้เป็นสมัยที่โลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยได้ทำการค้าขายกับต่างประเทศจำนวนมากขึ้น จากสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 มูลค่าการค้า จำนวน 14,567,086.8 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 มีมูลค่าการค้า จำนวน 14,716,964.5 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2558 มีมูลค่าการค้า จำนวน 14,133,239.3 ล้านบาท ประเทศไทยต้องทำการค้าขายและสื่อสารกับคนต่างประเทศจำนวนมาก จึงต้องการผู้ที่มีความสามารถทำการค้าขายและสื่อสารกับคนต่างประเทศมากขึ้นประชาชนไทยก็ต้องการพัฒนาความรู้ความสามารถตนเองไปตามความต้องการของสังคมไทย จึงมีความต้องการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชามากขึ้น

จากสถิติของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2549–2556 โรงเรียนกวดวิชา มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นปีละประมาณ 200–300 แห่งทั่วประเทศ โดยปี พ.ศ. 2549 มีโรงเรียนกวดวิชา จำนวน 964 แห่ง แต่ปี พ.ศ. 2556 มี จำนวน 2,343 แห่ง โดยส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 565 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 24.1% ของโรงเรียนกวดวิชาทั้งหมด การกวดวิชาผ่านโรงเรียนกวดวิชาในประเทศไทยนั้น ถือว่าได้รับความนิยมจากเด็กนักเรียนมาเป็นเวลานาน เนื่องจากสังคมปัจจุบันเน้นการสอบขึ้นชั้นใหม่หรือการสอบเข้ามหาวิทยาลัยและการแข่งขันมากขึ้นทุกปี ความรู้ที่นักเรียนต้องการก็ต้องเพิ่มขึ้นตามการสอบและการแข่งขัน แต่ความรู้ที่นักเรียนได้รับจากที่โรงเรียนยังไม่เพียงพอจึงมีความต้องการเสริมความรู้หรือไปเรียนพิเศษที่โรงเรียนข้างนอก จึงเกิดธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาและจะเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในอนาคต

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและมีความต้องการคนที่มีความรู้ ความสามารถหรือความเชี่ยวชาญสูงจำนวนมาก ฉะนั้น เพื่อต้องการรองรับทรัพยากรมนุษย์ที่มีความพร้อมในอนาคต จึงต้องมีการปลูกฝัง และสั่งสอนความรู้ให้กับเยาวชน ซึ่งจะกลายเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพในอนาคต จึงมีผู้สนใจประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

ขึ้น ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเป็นธุรกิจที่น่าสนใจมาก แต่การแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชารุนแรงอย่างมาก เช่น จำนวนโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นทุกปี โรงเรียนประจำเปิดสอนพิเศษหลังจากเลิกเรียนหรือเปิดฤดูร้อน (Summer camp) ตอนปิดเทอม ครูผู้สอนรับงานข้างนอกเป็นส่วนตัว ซึ่งเกิดปัญหาการแข่งขันด้านการตลาดมากขึ้น เช่น จำนวนนักเรียนลดลง ครูผู้สอนในโรงเรียนกวดวิชาไม่เพียงพอ ราคาที่ตั้งไว้ในโรงเรียนกวดวิชาไม่มีความได้เปรียบในการแข่งขันต่างๆ

จากปัจจัยและการเติบโตของตลาดธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความคิดเห็นว่า ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชายังมีโอกาสเติบโตอย่างมาก เนื่องจากความต้องการของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาจำนวนมาก ปัจจัยที่สำคัญในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาคือ เทคนิคการสอนของครูผู้สอน คุณภาพการสอนของโรงเรียน การกำหนดค่าสอนไว้ชัดเจน อุปกรณ์ที่ใช้ทันสมัย โรงเรียนเปิดมานานมีความน่าเชื่อถือ และการจัดการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ลดค่าเล่าเรียนต่างๆ

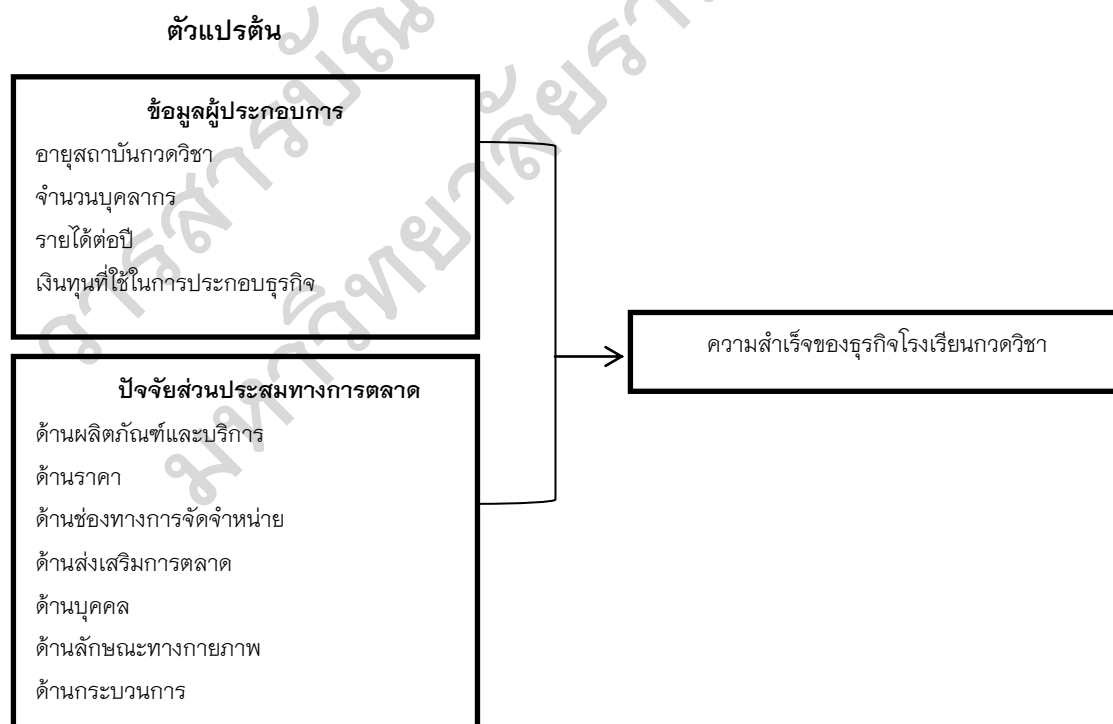
ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานครให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำเร็จของโรงเรียนกวดวิชาตามข้อมูลผู้ประกอบการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าข้างต้น ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในการศึกษา

## วิธีดำเนินการศึกษา

### แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลในการศึกษาประกอบด้วย แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูล ปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม เจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารระดับสูงของโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูล ทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงของโรงเรียนกวดวิชาเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนประมาณ 200 ราย มีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (Sample size) โดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ตัวอย่าง จำนวน 133 คน ทั้งนี้ ในการศึกษาใช้ตัวอย่างจำนวน 133 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ศึกษาสร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม

2. โครงสร้างแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนสำคัญ มี 4 ส่วน ดังนี้

2.1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ประกอบด้วย อายุสถาบันกวดวิชา จำนวนบุคลากร รายได้ต่อปี เงินทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ระดับการกวดวิชา จำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

2.2 แบบสอบถามเพื่อหาระดับความสำคัญของ ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร คำถามนั้นเป็นคำถามปลายปิด เป็นคำถามแบบระดับเรียงลำดับ 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมในส่วน ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาใน เขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 33 ข้อ

2.3 แบบสอบถามความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานครจำนวน 1 ข้อ

2.4 ขอเสนอแนะ

3. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษาโดยผู้ทรงคุณวุฒิได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ .87

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้รับการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบความเชื่อมั่นตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1990 : 202-204) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา ใช้เกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไป จะตอบแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่น เพียงพอสำหรับใช้เป็นมาตรฐานของมาตรวัดผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดนี้ จำนวน 30 ชุดกับผู้ที่อยู่ในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.88 มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

### วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูล โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ให้กลุ่มตัวอย่างได้ทราบ พร้อมทั้งอธิบายคำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม และแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารระดับสูงในโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 133 คน นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบหาความถูกต้องสมบูรณ์เพื่อนำไปวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

### การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป ในการหาอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โปรแกรม Microsoft Excel ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับสร้างแผนภูมิวงกลม (Pie Chart) และแผนภูมิแท่ง (Bar Chart) พร้อมคำอธิบายผล และนำผลที่ได้จากแผนภูมินำเสนอเพื่อวิเคราะห์ตามลักษณะของตัวแปรต่างๆ

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยที่มีความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร

2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent-test) และสถิติวิเคราะห์ค่า One-Way ANOVA, Regression Analysis)

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปการวิจัยดังนี้

#### 1. ผลการวิจัยความสำเร็จของโรงเรียนกวดวิชาตามข้อมูลผู้ประกอบการ

พบว่า สถาบันกวดวิชาส่วนใหญ่มีอายุสถาบันกวดวิชาอยู่ในช่วงระหว่าง 6-10 ปี มีจำนวนบุคลากรในช่วงน้อยกว่า 10 คน รายได้ต่อปีของสถาบันกวดวิชาอยู่ในช่วงระหว่าง 5-20 ล้านบาทและเงินลงทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจจะเป็นเงินลงทุนสะสมในครอบครัว

#### 2. ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ด้านบุคคล ระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ครูผู้สอนมีเทคนิคในการสอนที่ดีและเข้าใจง่าย ครูผู้สอนมีความชำนาญในวิชาที่สอนเจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำหลักสูตร เจ้าหน้าที่มีการต้อนรับที่ดีเป็นตนเอง และเจ้าหน้าที่แสดงความเป็นมิตรและเป็นกันเอง ด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ห้องเรียนมีแสงสว่างเหมาะสมกับการเรียนติดตั้งเครื่องปรับอากาศและไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก โรงเรียนเปิดมานานมีความน่าเชื่อถือ สื่อการสอนที่มีประสิทธิภาพ และระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วยอุปกรณ์ที่ใช้ทันสมัย ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการ ระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย การทดสอบวัดระดับความรู้ มีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย มีการประเมินผลผู้สอน และมีกิจกรรมเสริมระหว่างเรียน ด้านราคา ระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย การกำหนดค่าสอนไว้ชัดเจน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการสอน ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากประกอบด้วยราคาของสถาบันสามารถแข่งขันได้ และสามารถจ่ายค่าเล่าเรียนผ่านบัตรเครดิตได้

2.2 ข้อมูลผู้ประกอบการที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกันจากการศึกษา พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุสถาบันกวดวิชา ด้านจำนวนบุคลากร ด้านรายได้ต่อปี ด้านเงินทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จของทำธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

2.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 1 รายการ คือ มีบริการสอนเป็นกลุ่ม มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2.3.2 ด้านราคา 1 รายการ คือ การกำหนดค่าสอนไว้ชัดเจน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2.3.3 ด้านส่งเสริมการตลาด 1 รายการ คือ การส่งเสริมการตลาดด้วยการลดราคาค่าเล่าเรียน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2.3.4 ด้านบุคคล 1 รายการ คือ ครูผู้สอนมีเทคนิคในการสอนที่ดีและเข้าใจง่าย มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2.3.5 ด้านลักษณะทางกายภาพ 3 รายการ ประกอบด้วย อุปกรณ์ที่ใช้ทันสมัย สื่อการสอนมีประสิทธิภาพ โรงเรียนเปิดมานาน มีความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ผลการวิจัยความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

ความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นในภาพรวมว่ามีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก

4. สมมติฐานการศึกษา

ผู้ประกอบการที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการทำธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกัน

พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันมีความสำเร็จในการทำธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของทำธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เรื่องการมีบริการสอนเป็นกลุ่ม ด้านราคา เรื่องมีการกำหนดค่าสอนไว้ชัดเจน ด้านบุคคล เรื่องครูผู้สอนมีเทคนิคในการสอนที่ดีและเข้าใจง่าย ด้านลักษณะทางกายภาพเรื่องเครื่องมือที่ใช้ทันสมัย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จของธุรกิจกวดวิชา ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด เรื่องการส่งเสริมการตลาด ด้วยการลดราคาค่าเล่าเรียน ด้านลักษณะทางกายภาพ เรื่องสื่อการสอนที่มีประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์การในทิศทางตรงกันข้ามกับความสำเร็จของธุรกิจกวดวิชา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

#### อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของทำธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีประเด็นที่นำมาอภิปราย ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา ธรารกรกุล (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าภาพรวมส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก



1.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา เอียดขาว (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดาธรรากรกุล (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านช่องทางจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด

1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณฉติ บุญทน (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด

1.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ประวัต (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลาพบว่าด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด

1.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา บุญนาค (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการการศึกษา:กรณีศึกษาโรงเรียนกวดวิชาในอาคารวรรณสรณ์ พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

1.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา บุญนาค (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการการศึกษา:กรณีศึกษาโรงเรียนกวดวิชาในอาคารวรรณสรณ์ พบว่า ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุด

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำเอาผลการวิเคราะห์ไปใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงควรให้ความสำคัญกับการรักษาและเพิ่มคุณภาพการสอนของโรงเรียนกวดวิชา โดยเพิ่มรายวิชาที่สอนให้มากขึ้นตามความต้องการของลูกค้า

1.2 ด้านราคาเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงควรกำหนดราคาให้ชัดเจน โดยระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณค่าของรายวิชาที่เปิดสอน และสามารถแข่งขันได้

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงควรเพิ่มช่องทางการจองที่เรียนโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น และจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาค่าเล่าเรียน หรือ มีส่วนลดเมื่อรวมกลุ่มมาสมัคร

1.5 ด้านบุคคลเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงควรส่งครูผู้สอนและเจ้าหน้าที่ไปอบรม และควรจัดกิจกรรมประเมินครูผู้สอนและเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงควรจัดห้องเรียนและอุปกรณ์การศึกษาในห้องเรียนให้เหมาะสมเพียงพอกับรายวิชาที่เปิดสอน

1.7 ด้านกระบวนการ เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงควรทดสอบนักเรียนก่อนเข้าลงทะเบียนเรียน มีการสอบวัดผลการเรียนเพื่อพัฒนาการเรียนรู้อัตโนมัติ จัดระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

## 2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาคั้งต่อไป

การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาศรุกรกิจโรงเรียนกวดวิชาในภาพรวม ดังนั้นในการศึกษาคั้งต่อไปควรแยกศึกษาศรุกรกิจออกเป็นแต่ละประเภทเช่นประเภทศรุกรกิจกวดวิชาด้านภาษา ประเภทศรุกรกิจกวดวิชาด้านวิทยาศาสตร์ประเภทศรุกรกิจกวดวิชาด้านคณิตศาสตร์เพื่อให้ได้ผลการศึกษานำไปสู่การพัฒนาที่ชัดเจนขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ ประวัตติ. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครสงขลา,” วารสารการประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ. (6) : 19–28 : 2558.
- ณัฐวิวัฒน์ ภาควันฉัตร. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา มัธยมศึกษาและมหาวิทยาลัยในเขตจังหวัดปทุมธานีวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น, 2557.
- ปวีณา บุญนาค. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของศรุกรกิจบริการการศึกษา : กรณีศึกษาโรงเรียนกวดวิชาในอาคารวรรณสรณ์,” วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย. 7(2) : 288–306 : 2558.
- วนิดา ธรากรกุล. ปัจจัยความสัมพันธ์กับความสำเร็จของศรุกรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2553.
- สุกัญญา เขียดขาว. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2554.
- สุนีย์ วรรณโกมล. “ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าระดับปริญญาตรี,” วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 19(3) : 425–432 : 2552.
- อรุณธดี บุญทน. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. ลำปาง : มหาวิทยาลัยเนชั่น, 2556.