

**การตัดสินใจเรียนกวดวิชา นักเรียนประถมศึกษา
ในเขตกรุงเทพมหานคร
DECISION ON TUTORIAL SCHOOLS FOR PRIMARY STUDENTS
IN BANGKOK**

**นายจิราเมศร์ ชื่นเจริญกวีวุฒิ
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ**

Jiramet Chuenjaroenkaweewut

E-mail: 6514155006@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเรียนกวดวิชา นักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผู้ปกครองและนักเรียนระดับประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 413 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ และ รายได้รวมของบิดาและมารดาต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านสถานที่ และด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของ นักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา

ABSTRACT

This study was aimed at studying factors affecting Primary students' decision making to attend tutorial schools in Bangkok. 413 samples The instrument used to collect the data were the questionnaires. Statistics used for data analysis were Frequency, Percentage, Mean and Standard deviation, variance statistical test T-TEST statistical (One - Way ANOVA) and multiple regression statistical (Multiple Regression Analysis).

The hypothesis tested results found that study was the Primary students in Bangkok with gender and the total income of father and mother per month are different. It affects the decision-making with a different overview. In addition, the ingredients location Marketing and products affects the decision to choose a tutoring course Primary school students in Bangkok.

Keywords: : Decision making to attend tutorial schools

.....

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษา หมายถึง กระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงาม ของบุคคล และสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้ อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุน ให้บุคคลเรียนรู้ อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (พรบ.การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542) ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตที่บุคคลทั่วไปให้การยอมรับ และเป็นตัวกำหนดคุณภาพของประชากร รวมถึงเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญ ที่นำไปสู่ความสำเร็จ ในการประกอบอาชีพ ปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิด และค่านิยมต่างๆ เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การ

พัฒนาทางเศรษฐกิจเพื่อให้ประเทศไทยสามารถสู้กับประเทศอื่นๆได้ทำให้ผู้ประกอบการมีการลงทุน ด้านการศึกษาให้กับบุตรหลานกันมากขึ้น และเร็วขึ้นกว่าในอดีต กล่าวคือ ปัจจุบันผู้ประกอบการนิยมส่งบุตรเข้าเรียนกวดวิชา ตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาล ซึ่งมีทั้งการเรียนเสริมในหลักสูตร ด้านวิชาการและการเตรียมความพร้อมในด้านอื่นๆ เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการศึกษา ให้กับบุตรหลานของตน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาครั้งนี้จะนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการที่กำลังตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาและ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปปรับปรุงการดำเนินงานรวมทั้งบริหารจัดการโรงเรียนกวดวิชาให้ มีคุณภาพได้มาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน และ ผู้ปกครองต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาของนักเรียน รายได้รวมของผู้ปกครองต่อเดือน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียน F
 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด
 3. ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล
- เดือนเมษายน พ.ศ. 2567 – มิถุนายน พ.ศ.2567

1.4 สมมติฐานการวิจัย

จากแนวความคิด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียน ประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ การทำสมมติฐานการวิจัย โดยตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษาของนักเรียน ด้านรายได้รวมของผู้ปกครองต่อเดือน อาชีพ แตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของ นักเรียนประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของ นักเรียนประถม ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยคาดว่าผลงานวิจัยฉบับนี้ ที่มุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ของ นักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร จะสามารถเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มบุคคลต่างๆ ดังนี้

1. เพื่อให้ผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้เป็นข้อมูล การตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา
2. ได้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา ของนักเรียน ประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ได้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา ของ นักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของ นักเรียนประถมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการ ศึกษาวิจัย การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของ นักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ไว้ดัง หัวข้อต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดด้านประชากรศาสตร์

จาก ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Kotler (2012, p. 116) ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น และสอดคล้องกับทฤษฎีวรรณเสรีรัตน์ (2546, หน้า 199-201)

ที่กล่าวถึง ปัจจัยส่วนบุคคล ทั้ง อายุ ครอบครัว อาชีพ การศึกษา ที่แตกต่างกันล้วนส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสถิติด้านประชากรศาสตร์จะสามารถนำไปวิเคราะห์หากกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการได้

2.2 แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด

(Service marketing mix หรือ 7Ps)

แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด ถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยเริ่มแรก McCarthy ได้เป็นผู้สร้างแนวคิดนี้ขึ้นมาในปี 1960 เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่ (place) และด้านส่งเสริมการตลาด (promotion) Kotler (2012, p. 116) กล่าวว่า marketing mix ที่ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่ (place) ด้านส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (segmentation) ซึ่งช่วยในการออกแบบ และกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นไปได้อย่างครอบคลุมในทุกแง่มุม ทั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่ (place) ด้านส่งเสริมการตลาด (promotion)

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการตามโครงการศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชา ของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยและขอบเขต โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ผ่านการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยให้นักเรียนระดับประถมศึกษา ปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ที่เคยเรียนจากสถาบันกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสถาบันกวดวิชา ตอบแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ของนักเรียนระดับประถมศึกษา ที่ตัดสินใจเรียนกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในกระบวนการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติเพื่อทำการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งตามการวิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างทั้งด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้รวมของผู้ปกครอง จะสามารถนำเสนอได้ในรูปแบบของ ตาราง (Table) กราฟแท่ง (Bar Chart) แผนภูมิวงกลม (Pie Chart) ผ่านการคำนวณค่าทางสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-Way ANOVA) และการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (Independent Sample T-test) เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของข้อมูลจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันว่าส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพหรือไม่

2. การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนประถมศึกษาในเขตกรุงเทพ

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเรียน โรงเรียนกวดวิชาทั้งผู้ปกครองและนักเรียนระดับประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 413 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.06 มีอายุ 36 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 60.53 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.83 ในด้านการประกอบอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 61.74 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.80 สำหรับผู้ที่มียุทธศาสตร์ต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สกวดวิชา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นมารดา คิดเป็นร้อยละ 40.19

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 โดยพบว่าด้านที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ส่วนด้านที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และเมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยในแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่ให้ความสำคัญมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ได้ข้อสรุปดังนี้

อันดับที่ 1 คือ ด้านสถานที่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยของสถานที่เรียน มากที่สุด

อันดับที่ 2 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อรูปแบบหลักสูตรตรงกับความต้องการมากที่สุด

อันดับที่ 3 คือ ด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการมีสื่อการสอนที่ทันสมัย น่าเชื่อถือมากที่สุด

อันดับที่ 4 คือ ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการแจ้งราคาที่ชัดเจนมากที่สุด

อันดับที่ 5 คือ ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อผู้สอนมีเทคนิค ช่วยให้จดจำและเข้าใจง่ายมากที่สุด

อันดับที่ 6 คือ ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการแนะนำจากผู้ปกครองด้วยกันมากที่สุด

อันดับที่ 7 คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการแสดงสถิติ และผลงานที่ผ่านมา เช่น จำนวน นักเรียนที่สอบเข้า ม.1. โรงเรียนรัฐบาลได้มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนกวดวิชา

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนกวดวิชา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการตัดสินใจเรียนกวดวิชาในภาพรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชามากที่สุด คือ การเรียนกวดวิชา เป็นการเสริมความรู้ นอกจากเรียนในโรงเรียน มากที่สุด รองลงมา คือ เป็นการทบทวนความรู้ เพื่อสอบแข่งขันต่างๆ และเป็นการทบทวนความรู้ เพื่อสอบแข่งขัน เข้า ม.1 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาน้อยที่สุด คือ เป็นการทบทวนความรู้ เพื่อสอบในโรงเรียน

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชา ของนักเรียนประถมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร ใหม่ ทำให้เห็นถึงประเด็นที่สำคัญซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ทำให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการ เป็นสามอันดับแรก โดยจะเห็นได้ว่าการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชามักจะคำนึงถึงความปลอดภัยของสถานที่เรียนก่อน รวมไปถึงความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน สถานที่จอดรถที่เพียงพอ และนอกจากนี้ยังพิจารณาไปถึงรูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของตนเอง โดยพิจารณาว่าโรงเรียนกวดวิชานั้นๆ มีรูปแบบการเรียนการสอนที่ทันสมัย มีเอกสารประกอบการเรียนที่ง่ายต่อการสร้างความเข้าใจ และมีตารางเรียนให้เลือกมากมายเพียงใด ในด้านของกระบวนการจัดการเรียนการสอน กลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาถึงความ เป็นระบบของการจัดการหลักสูตรการเรียนการสอน รวมไปถึงการให้ข้อมูลด้านการเรียนที่ถูกต้อง

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนกวดวิชา

จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนกวดวิชา จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ตัดสินใจเรียนกวดวิชา เนื่องจากเห็นว่าการเรียนกวดวิชานั้นเป็นการเสริมความรู้จากการเรียนในโรงเรียนและเป็นการทบทวนความรู้เพื่อใช้ในการสอบแข่งขันในระดับต่างๆ

3. การวิเคราะห์การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนประถมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน

จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของ นักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีปัจจัยส่วนบุคคล 4 ด้าน ที่มีการตัดสินใจ เรียนกวดวิชาของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านแรก คือ ด้านเพศ ที่แสดงให้เห็นถึงการตัดสินใจเรียนกวดวิชาที่แตกต่างกันในกลุ่มเพศชายและเพศหญิง ทั้งนี้อาจเกิดจากความ需求和วิธีการเรียนรู้ที่ต่างกัน หรือการ คาดหวังจากผู้ปกครองที่อาจมีความแตกต่างกันตามเพศของบุตรหลาน

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านที่สอง คือ ด้านระดับการศึกษา ทั้งนี้อาจเกิดจากผู้ปกครองที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกันก็มักจะมีคามคาดหวังต่อผลการเรียนของบุตรหลานแตกต่างกันออกไป

ด้วย เช่น ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงอาจมีความคาดหวังสูงต่อผลการเรียนของบุตรหลานและอาจมีความเข้าใจถึงความสำคัญของการเรียนกวดวิชามากกว่าปกครองที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านที่สาม คือ รายได้ต่อเดือน โดยจะเห็นได้ว่านักเรียนที่เรียนกวดวิชามักจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ของครอบครัวในระดับสูง กล่าวคือ ครอบครัวที่มีรายได้สูงจะสามารถสนับสนุนค่าใช้จ่ายในค่าเรียน ค่าคอร์สกวดวิชา ได้มากกว่าครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่า

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านที่สี่ คือ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สกวดวิชา โดยพบว่าการตัดสินใจเรียนกวดวิชาจะแตกต่างกันออกไปตามอิทธิพลที่ได้รับ เช่น จากความต้องการของตนเอง เพื่อน หรือผู้ปกครอง

4. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากการทดสอบพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า หากโรงเรียนกวดวิชาให้ความสำคัญต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี โดยเน้นการสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของนักเรียน มีการออกแบบหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัย และมีการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ อยู่เสมอ หลักสูตรครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดที่จำเป็นสำหรับการสอบ รวมไปถึงมีการใช้เทคโนโลยีและสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย เช่น วิดีโอออนไลน์ บทเรียนแบบอินเทอร์แอคทีฟ และแอปพลิเคชันการเรียนรู้เข้ามาช่วย เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสนุกสนาน ประกอบกับการตั้งราคาที่เหมาะสม โดยพิจารณาการตั้งราคาที่ไม่ควรสูงเกินไปจนทำให้นักเรียนไม่สามารถเข้าถึงได้ แต่ก็ไม่ควรต่ำเกินไปจนขาดคุณภาพในการให้บริการ ดังนั้น การกำหนดราคาจึงควรอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้กับตลาด และสะท้อนคุณภาพของการเรียนการสอน รวมถึงการนำเสนอบริการเพิ่มเติม เช่น การติวสอบแบบตัวต่อตัว การให้คำปรึกษาด้านการเรียน และการเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนออนไลน์ เป็นต้น จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้หากโรงเรียนกวศวิชาให้ความสำคัญต่อด้านสถานที่ โดยเลือกที่ตั้งอยู่ในที่ สะดวกต่อการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นใกล้สถานีรถไฟ ฟ้า รถเมล์ หรือเลือกตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรืออยู่ในแหล่งชุมชนที่เข้าถึงง่ายและปลอดภัย มีการสร้างบรรยากาศที่ เอื้อต่อการเรียนรู้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ห้องเรียนที่มีอุปกรณ์ครบครัน มีห้องสมุด หรือพื้นที่สำหรับการทำบ้านและอ่านหนังสือ เป็นต้น ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวศวิชา เพิ่มขึ้น

สำหรับปัจจัยสุดท้ายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวศวิชา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด กล่าวคือ หากโรงเรียนกวศวิชา มีการส่งเสริมการตลาดที่ดี ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวศวิชา เพิ่มขึ้นด้วย เช่น มีการวางแผนและดำเนินการแคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และดึงดูดนักเรียนใหม่ๆ การใช้สื่อ โซเชียลมีเดียซึ่งเป็นวิธีที่ดีในการ โพรโมต รวมถึงการจัด กิจกรรมพิเศษ เช่น การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับนักเรียนที่ลงทะเบียนเป็นกลุ่ม เป็นต้น นอกจากนี้ การให้คำรวิจจากนักเรียนที่เคยเรียนแล้วมีผลการเรียนที่ดีขึ้น หรือการทำเนื้อหาวิดีโอสั้นๆ ที่แสดง ให้เห็นถึงวิธีการสอนและบรรยากาศในห้องเรียน เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสร้างความไว้วางใจ ให้กับผู้ปกครองและนักเรียน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจเรียนกวศวิชาของ ผู้ปกครองและนักเรียน รวมไปถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวศวิชาของนักเรียน ประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะแนวทางที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

1. โรงเรียนกวศวิชา ควรให้ความสำคัญต่อด้านที่ตั้ง โดยคำนึงถึงความสะดวกในการ เดินทาง เช่น ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีคนอาศัยอยู่มาก หรือใกล้กับโรงเรียนหลักของนักเรียน เพื่อความสะดวกในการเดินทาง หรือตั้งอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟ ฟ้า หรือสถานีรถเมล์ เพื่อให้ นักเรียนและผู้ปกครองสามารถเดินทางมาได้สะดวก ควรมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับ ผู้ปกครองที่ขับรถมาส่งนักเรียน นอกจากนี้ยังควรคำนึงถึงความปลอดภัย โรงเรียนกวศวิชา ควรมีการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ เช่น กล้องวงจรปิด รัปภ. ระบบตรวจสอบการเข้า ออก และตั้งอยู่ในย่านที่ปลอดภัย ไม่มีประวัติอาชญากรรมหรือความรุนแรง มีบรรยากาศ การเรียนรู้ที่เงียบสงบ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก

2. โรงเรียนกวดวิชา ควรออกแบบหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัย และมีการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ อยู่เสมอ หลักสูตรควรครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดที่จำเป็นสำหรับการสอบ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักเรียน อาจนำเทคโนโลยีและสื่อการสอนที่ทันสมัยเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการเรียนการสอน และนำเสนอการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียน มีการใช้วิธีการสอนที่สร้างความสนใจ เช่น การสอนแบบประยุกต์ใช้ (Applied Learning) ที่เชื่อมโยงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง การใช้เกมการศึกษา (Gamification) ที่สนุกสนานในการสอน เพื่อกระตุ้นความสนใจและความตื่นตัวในการเรียนรู้ เป็นต้น
3. โรงเรียนกวดวิชา จะต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนแก่ผู้เรียนและผู้ปกครอง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในโรงเรียนกวดวิชา โดยการให้ข้อมูลข่าวสาร การอัปเดตหลักสูตร ผ่านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ ควรจัดทำคู่มือหลักสูตรที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาวิชา ตารางเรียน ค่าธรรมเนียม และขั้นตอนการสมัคร จัดบริการให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัว ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ข้อมูลเฉพาะเจาะจงกับความต้องการของผู้เรียนและผู้ปกครอง รวมไปถึงการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับครูผู้สอน เช่น ประวัติการศึกษา ประสบการณ์การสอน และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
4. โรงเรียนกวดวิชา ออกแบบสื่อการเรียน และจัดทำเอกสารประกอบการเรียน โดยคำนึงถึงความชัดเจน ความเป็นระเบียบ และความทันสมัย เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ เช่น มีการสรุปเนื้อหาสำคัญในแต่ละบทเรียน เพื่อให้ นักเรียนสามารถทบทวนและเข้าใจได้ง่ายขึ้น แบ่งเนื้อหาออกเป็นบทหรือหัวข้อย่อย เพื่อให้ง่ายต่อการเรียนรู้และการทบทวน มีแบบฝึกหัดและคำถามท้ายบทเพื่อให้ นักเรียนได้ฝึกฝนและทบทวนความรู้ หรืออาจนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย โดยจัดทำบทเรียนออนไลน์ในรูปแบบวิดีโอหรือสไลด์ที่มีเสียงบรรยายเพื่อให้ นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง เป็นต้น
5. โรงเรียนกวดวิชา ควรให้ความสำคัญต่อการตั้งราคาที่เหมาะสม กำหนดราคาค่าคอร์สกวดวิชาที่ไม่สูงเกินไป เนื่องจากอาจทำให้ลูกค้ากลุ่มที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงต่ำเข้าถึงได้

ยาก แต่ก็ไม่ควรกำหนดค่าเกินไปจนขาดคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากราคาสามารถสะท้อนถึงคุณภาพของการเรียนการสอนได้ในระดับหนึ่ง

6. โรงเรียนกวดวิชา ควรนำเสนอการบริการเพิ่มเติม เพื่อสร้างจุดแข็งและเพิ่มความน่าสนใจได้ โดยการมอบประสบการณ์ที่ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของนักเรียนและผู้ปกครอง เช่น มีบริการติวสอบแบบตัวต่อตัว บริการให้คำปรึกษาด้านการศึกษา บริการสนับสนุนการเรียนรู้ออนไลน์ การเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนแบบออนไลน์ เพื่อให้ นักเรียนสามารถทบทวนได้ เนื่องจากการนำเสนอการบริการเพิ่มเติมที่ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของนักเรียนและผู้ปกครอง จะช่วยสร้างจุดแข็งให้กับโรงเรียนกวดวิชา ทำให้เป็นที่น่าสนใจและได้รับความไว้วางใจจากนักเรียนและผู้ปกครองมากขึ้น
7. โรงเรียนกวดวิชา ควรให้ความสำคัญต่อการทำการตลาด โดยจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น จัดกิจกรรมการสอนฟรี เวิร์กช็อป หรือการสัมมนาเกี่ยวกับเทคนิคการเรียนและการเตรียมสอบ เป็นต้น มีการมอบส่วนลดและโปรโมชั่นในการจัดแคมเปญทางการตลาดหรือกิจกรรมพิเศษ เช่น เสนอส่วนลดพิเศษสำหรับการลงทะเบียนเป็นกลุ่ม การสมัครเรียนครั้งแรก หรือโปรโมชั่นสำหรับนักเรียนที่แนะนำเพื่อนมาเรียน เป็นต้น ซึ่งการทำการตลาดที่ดี จะช่วยให้โรงเรียนกวดวิชาสามารถดึงดูดนักเรียนและผู้ปกครองได้มากขึ้น
8. โรงเรียนกวดวิชา ควรสร้างภาพพจน์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของผู้สอน โดยสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าและน่าสนใจ เช่น สร้างวิดีโอสั้นๆ ที่แสดงถึงวิธีการสอนของคุณภาพของเนื้อหา และบรรยากาศในห้องเรียน เผยแพร่บทความเกี่ยวกับเทคนิคการเรียน เคล็ดลับในการเตรียมสอบ และแนวข้อสอบ เพื่อให้ข้อมูลที่มีประโยชน์แก่นักเรียน รวมไปถึงการแชร์เรื่องราวความสำเร็จและประสบการณ์ของนักเรียนที่เคยเรียนกับโรงเรียนกวดวิชา จะช่วยให้โรงเรียนกวดวิชาสามารถเข้าถึงและดึงดูดนักเรียนและผู้ปกครองได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย โดยขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ปกครองและนักเรียนในพื้นที่อื่นๆ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร เช่น ต่างจังหวัด หรือพื้นที่ชนบท เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการตัดสินใจเรียนกวดวิชา
2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เช่น ความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อนักเรียน ความกังวลในการเรียนและการสอบ แรงจูงใจภายในของนักเรียนที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชา เป็นต้น
3. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับวิธีการสอนและบุคลากรในโรงเรียนกวดวิชา โดยทำการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะและวิธีการสอนของครูผู้สอน เช่น ความสามารถในการสื่อสาร การใช้สื่อการสอนที่หลากหลาย การสร้างแรงจูงใจให้กับนักเรียน ซึ่งอาจมีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองและนักเรียนด้วย

บรรณานุกรม

- จิรา ขำวิเศษ (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดชลบุรี. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 8(17), 55–71.
Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/56605>
- จิตรา สูงแข็ง (2550) ความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของโรงเรียนกวดวิชารัชดา ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ดวงใจ จิตรน้อม. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สาขาการตลาด.
- นภาพร มณีเป็ญ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการนำบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนกวดวิชาระดับประถมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะเศรษฐศาสตร์.
- ปริญญา แก้วไทรนันท์. (2545). ความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาศึกษาเฉพาะกรณี โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต พัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พัชรินทร์ พิริยะสงวนพงศ์. (2547). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนกวดวิชา ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6. ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต.สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษา. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วนิดา ธนากรกุล. (2553) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร. สาขาวิชาการประกอบการ.
- ศศิธร ดันดิพันธุ์พิพัฒน์. (2558). การตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะเศรษฐศาสตร์.
- อรรควิทย์ ดันดิวนิชย์พงศ์. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาของนักเรียน ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะเศรษฐศาสตร์.

- อาแซ ยะเยริ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของรัฐในเขตจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สาขารัฐประศาสนศาสตร์.
- นิชากา ภาปัทมาสน์ (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม (Factor affecting decision to enroll in a tutorial of high school students in Muang, Nakornpathom province) วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร, สาขาวิชาการประกอบการ
- ธิดานันท์ คิ้วจันทร์. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 5 และ 6 ในเขตเทศบาลนครเชียงราย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- สาลินี กันธวะ.(2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง. รายงานการวิจัยคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศรีอัมพร ปานพรม (2551) การศึกษาความคิดเห็นของนักเรียน ครู ผู้ปกครองที่มีต่อการเรียนกวดวิชาโรงเรียนโพธิ์ส เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สาธิตา กายอด (2561). ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สถาบันวิทยาการแห่งแปซิฟิก
- เพ็ชร์ นุชมา (2562) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนพระหฤทัยดอนเมือง. การค้นคว้าอิสระ สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มรกต ยิ้มนิยม (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- อริสา วชิระจงกล (2561) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชานอกโรงเรียน ในระดับชั้นประถม ตรีศึกษาในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล