ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี [1]

Factors affecting students to study Chinese at tutoring school in Mueng Singburi district, Singburi province.

นางสาวรติรัตน์ นาคมาลี [2]

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี เก็บข้อมูลจากประชากรเป้าหมายจำนวน 100 ชุด โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงและความเที่ยงแล้ว การวิเคราะห์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นหลัก ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) และ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (multi Regression)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-40 ปี รายได้ต่อเดือน 10,000-20,00 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรีและมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว สำหรับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงสุดจากกลุ่มตัวอย่าง เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการตัดสินใจ ในเรื่อง สถานที่ตั้งสถาบันเดินทางไปมาสะดวกอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมาคือปัจจัยด้านการรับรู้ปัญหา ในเรื่อง ท่านต้องการพัฒนาและเพิ่มความรู้ความสามารถทางด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 4.45 ปัจจัยด้านการประเมินผลหลังการตัดสินใจ ในเรื่อง จะแนะนำเพื่อนๆ หรือคนใกล้ชิดที่สนใจภาษาจีนเป็นภาษาทางเลือก ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด ปัจจัยด้านการประเมินทางเลือก ในเรื่อง หลักสูตรในการสอนที่ตอบสนองความต้องการอัตราค่าเรียน และปัจจัยด้านการรวบรวมข้อมูล ในเรื่อง ก่อนตัดสินใจสมัครเรียนได้ศึกษาข้อมูลหลักสูตร สาขาวิชาที่สนใจจากแหล่งต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ Facebook Internet สื่อวิทยุ เป็นต้น และก่อนตัดสินใจสมัครเรียนรับรู้ข้อมูลจาก แผ่นพับ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสถาบันกวดวิชา คิดเป็นร้อยละ 4.36 ตามลำดับ ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับเห็นด้วยมาก

คำสำคัญ: โรงเรียนกวดวิชา

Abstract

This study has two objectives which are: (1) To study behavioral factors which affect students' decision to study Chinese at tutoring school in Mueng Singburi District, Singburi

[1] บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

[2] นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโท หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

province (2) To study marketing mix factors which affect students' decision to study Chinese at tutoring school in Mueng Singburi District, Singburi province. Researcher collected data from target population which includes 100 participants. The study instrument is the questionnaire which has reliability and validity. For analysis method, the quantitative analysis was used as the main technique along with correlation analysis and multi regression analysis.

This study found that most survey respondents were male between the age of 21-40 years old, whose monthly income is 10,000-20,000 Baht. Their education level is bachelor's degree and they have their personal business. From the study's result, the factor of marketing mix, which are product, price, place and promotion are highly important. Behavioral factors which affect students to select Chinese tutoring school in Mueng Singburi district, Singburi province, are respectively as follows. Factor for decision making about location that has to locate near community, and learning problem awareness in the aspect of Chinese listening, speaking, reading and writing skill development which accounts for 4.45 percent. The factor of satisfaction after making decision, such as being willing to recommend a tutoring school to acquaintances who are interested in studying Chinese as a third language, can be interpreted that the respondents absolutely agree. Another factor is option evaluation about the course which is suitable with tuition fee. For the last factor, information gathering before making decision to enroll courses and search information about the course from each kind of media like website, Facebook, radio and other online media. Before making decision to register courses, the respondents receive information from tutoring schools' brochures and advertorial labels, which accounts for 4.36 percent, this can be interpreted that the average point of respondents' answers is strongly agree.grade 10-12 students in Singburi school in selecting Chinese language program.

Keyword: tutoring school

บทนำ

การศึกษาเป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ และมีความสามารถที่จะปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ และเชื่อว่าการศึกษาที่เป็นไปในทางที่ถูกต้องเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการเมืองของประเทศจะสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าให้สังคมไทย (สมาคมผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาแห่งประเทศไทย 2525) ในปัจจุบันรูปแบบการศึกษาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนให้มีความหลากหลายกว่าแต่ก่อนเพื่อตอบสนองต่อบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อาทิ แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์

แผนการเรียนศิลป์คำนวณ แผนการเรียนศิลปะศาสตร์ แผนการเรียนสังคมศาสตร์ เป็นต้น ส่งผลให้ทั้งตัวผู้เรียนและผู้ปกครองต่างหันมาให้ความสำคัญกับการเลือกแผนการศึกษามากกว่าแต่ก่อน ดังนั้นการเลือกแผนการเรียนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ครูควรมีหน้าที่ในการช่วยให้นักเรียนสามารถตัดสินใจเลือกตามความถนัดและความสนใจของตนเองได้อย่างเหมาะสม

ปัจจุบันนอกจากภาษาอังกฤษแล้ว อีกหนึ่งภาษาที่ได้รับความนิยมจากผู้คนทั่วโลกนั่นก็คือภาษาจีนกลาง หรือภาษา Mandarin โดยในปัจจุบันมีประชากรทั่วโลกกว่าหนึ่งพันล้านคนที่ใช้ภาษาจีนกลางในด้านการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน ด้านการทำธุรกิจ ด้านการศึกษา ตลอดจนการรับข้อมูลข่าวสาร นอกจากจะถูกใช้ภายในประเทศจีนเองแล้วภาษาจีนกลางยังถูกใช้อย่างแพร่หลายในประเทศและเขตเศรษฐกิจสำคัญๆ ในเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ไต้หวัน ฮ่องกง มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย เวียดนาม เป็นต้น ภาษาจีนกลางยังเป็นภาษาที่ถูกใช้มากที่สุดเป็นอันดับสองบนโลกโซเชียลและสื่อออนไลน์ลองลงมาจากภาษาอังกฤษอีกด้วย และอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ไม่สามารถจะมองข้ามไปได้นั่นคือประเทศจีนมีอัตราการขยายตัวออย่างรวดเร็วทางเศรษฐกิจ และมีการค้าขายกับประเทศต่างๆ อย่างกว้างขวางทำให้ภาษาจีนกลางมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นภาษาหลักที่ใช้ติดต่อทางธุรกิจในอนาคต ภาษาจีนกลางจึงกลายมาเป็นสิ่งจำเป็นที่ไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ปกครองและนักเรียนต่างก็หันมาให้ความสนใจกับการเลือกเรียนภาษาจีนกลางกันมากขึ้น

ในปัจจุบันมีโรงเรียนกวดวิชาเกิดขึ้นมากมายโดยเฉพาะในบริเวณที่มีโรงเรียนตั้งอยู่หนาแน่น ทั้งนี้โรงเรียนกวดวิชาต่างๆ ก็ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียน และสามารถเข้าถึงจุดประสงค์หลักที่ผู้เรียนต้องการได้ ดังนั้นโรงเรียนกวดวิชาจึงเป็นตัวเลือกและตัวช่วยที่ช่วยให้เก็บผู้ที่มีความต้องการเรียนเป็นอย่างมาก โดยผู้ที่มีความต้องการเรียนเหล่านั้นได้ทำการหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือผ่านจากคำบอกเล่าของผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งจะทำให้สถาบันกวดวิชานั้นเป็นที่นิยมอย่างมาก ดังนั้นโรงเรียนกวดวิชาที่เปิดอยู่ก่อนแล้วและที่ต้องการจะเปิดกิจการใหม่จึงพยายามพัฒนาศักยภาพให้ตรงตามระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ และเป็นเหมือนผู้ช่วยของนักเรียนและผู้ที่ต้องการเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง

จากสภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงส่งผลให้โรงเรียนกวดวิชาที่เปิดอยู่ก่อนแล้วและที่กำลังจะเปิดกิจการใหม่ต้องมีการปรับตัวสูงเช่นเดียวกัน เพื่อให้สอดคล้องต่อความต้องการของผู้เรียน และยังสามารถแข่งขันกับสถาบันกวดวิชาอื่นๆ ได้ โดยเฉพาะรูปแบบการเรียนการสอนของโรงเรียนกวดวิชาที่มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบมากขึ้น ทั้งที่มีอาจารย์มาสอนด้วยตัวเอง หรือที่เรียกว่า คอร์สสด และ เรียนกับวีดีโอ แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนาไปถึงขั้นที่นักเรียนสามารถที่จะเลือกเรียนเวลาไหนก็ได้โดย เรียนผ่านคอมพิวเตอร์

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี จึงเป็นการศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของผู้ที่มีความสนใจต้องการเรียนวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบการเปิดและพัฒนาธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

2. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

ตัวแปรอิสระ เป็นการศึกษาปัจจัยทางการตลาดด้านการบริการทางการตลาด 4 ปัจจัย (4Ps) ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ตัวแปรตาม เป็นการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูลการประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และการประเมินผลหลังการตัดสินใจ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้มีความต้องการเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 54,769 คน (ข้อมูลปี 2562) การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาตัวอย่างจำนวน 100 คน ซึ่งนำมาคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นที่ 90% และความคลาดเคลื่อนที่ 0.10 ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน-15 ตุลาคม 2563

ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองจังหวัดสิงห์บุรี

นิยามเชิงปฏิบัติการ (Operational definition)

โรงเรียนกวดวิชา ในที่นี้หมายถึง โรงเรียนที่ตั้งตาม พ.ร.บ. การศึกษาเอกชน มาตรา 15(2) ประเภทกวดวิชา เพื่อสอนเสริมวิชาต่างๆ เป็นการทบทวนความรู้ โดยอาจกำหนดเวลาเรียนต่างจากเวลาเรียนปกติของนักเรียน เช่น เรียนเฉพาะวันหยุด เฉพาะภาคฤดูร้อน หรือเรียนเฉพาะตอนเย็น

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

สมคิด บางโม (2555: 166) ให้ความหมายของการตัดสินใจ คือ การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทาง เป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งหลายอย่าง

Barmard (1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า เป็นเทคนิควิธีที่ลดทางเลือกให้เหลือลงมาเพียงทางเลือกเดียว

Simon ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการในการหาโอกาสที่จะตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่

Moody ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจ เป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ เมื่อใดถึงควรจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริง แนวทางแก้ไขจะเปลี่ยนแปลงไปตามปัญหาที่ต้องการแก้ไข

Gibson and Ivancevich การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการสำคัญขององค์กรณ์ที่ผู้บริหารจะต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (Information) ซึ่งได้รับมาจากโครงสร้างองค์การ พฤติกรรมบุคคล และในกลุ่มองค์การ

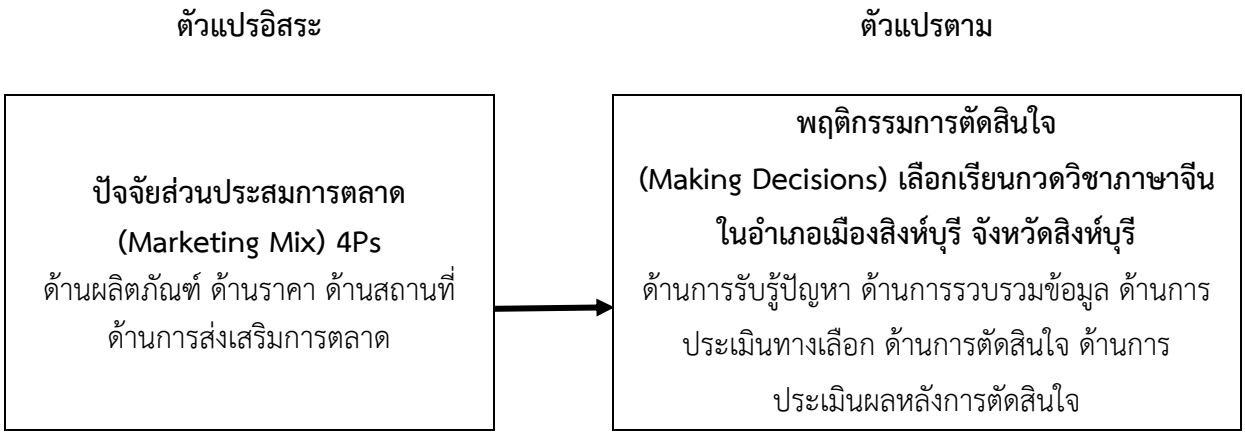
แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด

อริสาสารอง (2560,หน้า 5)ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการ ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้ ประสบความสำเร็จ ซึ่งการที่จะเลือกใช้กลยุทธ์ทาง การตลาดได้อย่างถูกต้องตรงกับ ตลาดเป้าหมายได้นั้นจะต้องพัฒนาและสร้างสรรค์ ส่วนประสมการตลาดในอัตราส่วนที่เหมาะสม

พิษณุ จงสถิตวัฒน า(2548,หนฎ6)ส่วนประสมการตลาดคือปัจจัยแปรผันทาง การตลาดที่ผู้บริหารการตลาดเสนอให้แก่ตลาดเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการพร้อมทั้งนำความพอใจสูงสุดมาสู่ตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดเป็นปัจจัยแปรผันทางการตลาดที่ผู้บริหารสามารถควบคุมได้และเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จำต้องปรับปัจจัยแปรผันเหล่านี้ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดเป้าหมายและสภาวะการแข่งขนั ในตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขัน และสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย

ฐาณิญา อิสสระ (2561, หน้า 20) ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ธุรกิจควบคุมได้ซึ่งธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย 4 ประเภทคือผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กรอบแนวคิดงานวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้มีได้แก่ ประชาชนผู้ที่มีความต้องการเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงใช้จำนวนประชาชนในเขตอำเภอเมืองสิงห์บุรี ในปี 2562 เป็นฐานของขนาดประชากร ส่วนขนาดของกลุ่มผู้วิจัยใช้การกำหนดตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยเลือกตัวอย่างจากกลุ่มประชากรในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าในปี 2562 มีประชากรในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จำนวน 54,769 คน เมื่อนำมาคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นที่ 90% และความคลาดเคลื่อนที่ 0.10 จะได้ค่ากลุ่มตัวอย่างประชากรเท่ากับ 100 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถาม ในการสำรวจและเก็บข้อมูลจากประชาชนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ รายต่อเดือนได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ มีลักษณะคำถามเป็นแบบคำถามปลายปิด ให้เลือกได้เพียงคำตอบเดียว โดยวิธีเลือกตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน

ราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด แบบสอบถามนี้มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ท (Likert's scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรตามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี โดยเป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านรราคา ปัจจัยด้านสถานนที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การรวบรวมข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และการประเมินผลหลังการตัดสินใจ แบบสอบถามนี้มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ท (Likert's scale)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามคำถามปลายเปิด 1 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบสมมุติฐานทั้ง 2 ข้อ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ส่วนสถิติพรรณนาผู้วิจัยใช้โปรแกรมสสำเร็จรูป เพื่อใช้ในการคำนวณพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) และ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (multi Regression)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการคำนวณจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.0 มีอายุอยู่ระหว่าง 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.0 รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 คิดเป็นร้อยละ 37.0 การศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.0 อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถอธิบายได้เพิ่มเติม ดังนี้

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ หลักสูตรเนื้อหาโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีเอกสาร ตำราเรียนน่าอ่าน เหมาะแก่การเรียนรู้ และการจัดการเวลาและตารางเรียนยืดหยุ่น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เน้นการสรุปเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และมีการใช้สื่อการสอนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแจ้งแคใช้จ่าย ค่าเล่าเรียนที่ชัดเจน และการกาหนดระยะเวลาการจ่ายค่าเรียน เช่น รายครั้งรายเดือน รายปี หรือเป็นคอร์สยืดหยุ่น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน และการผ่อนชาระค่าเรียนอัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่น

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศและมีไวไฟบริการ หยุ่น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ จำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ความสะดวกในการเดินทางมายังที่เรียน และสถานที่เรียนอยู่ใกล้บ้าน

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา เว็บไซต์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์การเรียน เป็นต้น การแนะนำจากบุคคลที่ท่านรู้จัก เช่น ญาติ เพื่อนบ้าน ครู มีการเรียนผ่านช่องทางออนไลน์ และมีการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่นเรียนซ้ำโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ถ้าไม่เข้าใจหรือการรับประกันผลการเรียน เป็นต้น

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านการประเมินหลังการตัดสินใจ ซึ่งสามารถอธิบายได้เพิ่มเติม ดังนี้

ด้านการรับรู้ปัญหา แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านต้องการพัฒนาและเพิ่มความรู้ความสามารถทางด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาจีน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ใน

ระดับมาก ได้แก่ ท่านมองว่าอนาคตภาษาจีนจะเป็นภาษาที่สำคัญเทียบเท่ากับภาษาอังกฤษ และท่านเตรียมตัวเพื่อไปศึกษาต่อยังประเทศจีน และท่านต้องใช้ภาษาจีนในการทำงาน

ด้านการค้นหาข้อมูล แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ก่อนตัดสินใจสมัครเรียนได้ศึกษาข้อมูลหลักสูตร สาขาวิชาที่สนใจจากแหล่งต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ Facebook Internet สื่อวิทยุ เป็นต้น

ก่อนตัดสินใจสมัครเรียนได้รับคำแนะนำจากคนใกล้ชิด เช่น บุคคลในครอบครัวและเพื่อนสนิท เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายและความคุ้มค่าจากหลายๆแห่งมาประกอบ ก่อนตัดสินใจสมัครเรียนรับรู้ข้อมูลจาก แผ่นพับ และป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสถาบันกวดวิชา

ด้านการประเมินทางเลือก แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ หลักสูตรในการสอนที่ตอบสนองความต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าเรียน สถานที่ตั้งและการส่งเสริมการขาย

ด้านการตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หลักสูตรการเรียนการสอน สถานที่ตั้งสถาบั เดินทางไปมาสะดวกอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อัตราค่าเล่าเรียนที่สามารถชำระได้ และสามารถเรียนออนไลน์ได้

ด้านการประเมินผลภายหลังตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ที่ดี และความน่าเชื่อถือของผู้สอน ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับในการเรียน มีความรู้เพิ่มมากขึ้นสามารถอ่านออกและเขียนภาษาจีนได้ และจะแนะนำเพื่อนๆ หรือคนใกล้ชิดที่สนใจภาษาจีนเป็นภาษาทางเลือก

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจโดยรวมอยู่ที่ร้อยละ 40.3 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการรับรู้ปัญหา คิดเป็นร้อยละ 34.6 ด้านการค้นหาข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 37.3 ด้านการประเมินทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 38.0 ด้านการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 43.6 และด้านการประเมินหลังการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 27.5

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลติภัณธ์ และด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านการประเมินผลหลังการตัดสินใจ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา และด้านสถานที่มีความสัมพันธ์กับด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ แต่ไม่สอดคล้องกับการตัดสินใจด้านการประเมินผลหลังการตัดสินใจ

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจข้าเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.504 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 25.50 (R^2= 0.255) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ปัจจัยด้านสถานที่ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 35-36, 337) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับผลที่ได้จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดโดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่นระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง หลักสูตรเนื้อหาโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 4.80 ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของสินค้าหรือบริการกับราคาของสินค้าหรือบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการของสินค้าหรือบริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านราคา ในเรื่อง มีการแจ้งแค๊ใช้จ่าย ค่าเล่าเรียนที่ชัดเจน

และการกำหนดระยะเวลาการจ่ายค่าเรียน เช่น รายครั้ง รายเดือน รายปีหรือเป็นคอร์ส มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 4.52

ปัจจัยด้านสถานที่ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของสินค้าหรือบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง และช่องทางในการนำเสนอบริการ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ในเรื่อห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศและมีไวไฟบริการ มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับเห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อ สื่อสารให้ผู้บริโภคโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง มีการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น เรียนซ้ำโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ถ้าไม่เข้าใจหรือการรับประกันผลการเรียน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 4.85 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดารัตน์ วุฒิมงคลพานิช (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่1 ถึงปีที่6ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่6ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ มรกต ยิ้มนิยม (2559) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีผลการวิจัยคือปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา

วัตถุประสงค์ของการวิจัยที่2 เพื่อศึกษาพฤติการรมการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่

การตัดสินใจประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมิน ทางเลือก การตัดสินใจ และการประเมินผลหลังการตัดสินใจ (นันทพร หาญวิทยสกุล, 2551) จากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงสุดจากกลุ่มตัวอย่าง เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการตัดสินใจ ในเรื่อง สถานที่ตั้งสถาบันเดินทางไปมาสะดวกอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 4.42 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ปัญหา ในเรื่อง ท่านต้องการพัฒนาและเพิ่มความรู้ความสามารถทางด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 4.54 ปัจจัยด้านการประเมินผลหลังการตัดสินใจ ในเรื่อง จะแนะนำเพื่อน ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรวัจน์ ไชยภาณุวัฒน (2556) ได้ทำการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกหลักสูตรภาษาจีนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ในด้าน การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และการประเมินผลหลังการตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะ

1. เพื่ออให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาของในอำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี จึงควรอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบ

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนเรียนกวดวิชาภาษาจีนโดยขยายขอบเขตไปยังต่างจังหวัด ซึ่งอาจพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาภาษาจีนแตกต่างกันออกไป

Reference

Alexandra-Daniela, S. (2012). Managerial decision- making and financial accounting information. Procedia- Social and Behavioral Sciences, 58, 47-55.

Ari Riabacke (2006). Managerial decision making under risk and uncertainty. IAENG International Journal of Computer Science, 32, 4-10.

Atherton, J. S. (2002). Learning and Teaching: Learning Index. Retrieved January 30, 2008 from http://www.learningandteaching.info/learning/experience.htm

Bray, M. (1999). The private costs of public schooling: household and community financing of primary education in Cambodia. IIEP series: Mechanisms and strategies of educational finance. Paris: UNESCO/IIEP in collaboration with UNICEF.

Kotler, P. (1997). Marketing Management. 9th ed. A Simon & Schuster Company: United States of America