

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ	การตัดสินใจเลือกเรียนกับ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นายกิจจา ศรีบุตร
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การตลาด
ปีการศึกษา	2561

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการตัดสินใจการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายใน กรุงเทพมหานคร (2) ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลายในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติคำนวณหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคทางวัฒนธรรม ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคทางจิตวิทยา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในสมการพยากรณ์ดังนี้

$$Y_i = 0.928 + 0.067X_1 + 0.047X_2 + 0.080X_3 + 0.173X_4 + 0.121X_5 + 0.004X_6 + 0.004X_7 + 0.281X_8 \\ (0.000*) + (0.011*) + (0.059) + (0.011*) + (0.000*) + (0.000*) + (0.864) + (0.896) \\ + (0.000*)$$

## ABSTRACT

Thesis Title	The Making Decision at High School Students Forward Tutorial School Students in Bangkok
Student' Name	Mr. Kitja Sribut
Degree Sought	Master of Business Administration
Field of Study	Marketing

This research was conducted using qualitative research methods aiming to study; (1) The decision to choose the schools of students from high school in Bangkok. (2) The consumer's behavior and marketing mixed that influence the decision to choose the schools in Bangkok. This research has collected data from 400 high school students in Bangkok by the distributed questionnaire. Data was analyzed by using statistical program calculating the percentage of frequency, the average of standardized deviation, the statistical analysis of multiple linear form regression equation. The result of theory the factors affected to cultural customer's behavior, the factors of individual behavior, the factors of psychological behavior, the factor affected of marketing mix of product, the factor affected of marketing mix of promotion to see the outcome how it influences to the making decision of choosing the tutorial school of student from High School in Bangkok. These decisions can be represented in the following predictive equation:

$$Y_t = 0.928 + 0.067X_1 + 0.047X_2 + 0.080X_3 + 0.173X_4 + 0.121X_5 + 0.004X_6 + 0.004X_7 + 0.281X_8 \\ (0.000*) + (0.011*) + (0.059) + (0.011*) + (0.000*) + (0.000*) + (0.864) + (0.896) \\ + (0.000*)$$