



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

เศรษฐศาสตร์

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรี  
เพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

A Feasibility Study in Opening a Tutorial School for Entry to  
the Army Forces Academies Preparatory School in Lop Buri Province

นามผู้วิจัย นายธีระศักดิ์ สุขนิทร์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

( รongศาสตราจารย์สุมาลี สันติพลวุฒิ, ปร.ด. )

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

( รongศาสตราจารย์โสมสกา เพชรานนท์, Ph.D. )

หัวหน้าภาควิชา

( รongศาสตราจารย์ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, Ph.D. )

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

( รongศาสตราจารย์กัญญา ธีระกุล, D.Agr. )

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

สืบสิงห์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรี  
เพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

A Feasibility Study on Opening a Tutorial School for Entry to the Army Forces Academies  
Preparatory School in Lop Buri Province

โดย

นายธีระศักดิ์ สุขนิทร์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ธีระศักดิ์ สุชนินทร์ 2554: การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาใน  
จังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์สุมาลี สันติพลวุฒิ, ปร.ด. 189 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินและวิเคราะห์ความ  
อ่อนไหวในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร  
ศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดและศึกษาความแตกต่างของการให้ความสำคัญ  
ส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชาในจังหวัด  
ลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยอาศัยทฤษฎีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์  
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนส่วนประสมการตลาด สำหรับสถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ  
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ANOVA และ Scheffe

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัด  
ลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร พบว่า โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนเนื่องจาก  
โครงการมีผลตอบแทนสูง กล่าวคือ การลงทุนที่มีอายุโครงการ 20 ปี มีการคืนทุนในระยะเวลา  
7.28 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 17,956,115.84 บาท อัตราผลตอบแทนโครงการร้อยละ 15.66  
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนเท่ากับ 1.153 เท่าและผลจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวและ  
ความแปรเปลี่ยนชี้ให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านรายได้มีความเสี่ยงมากกว่าการเปลี่ยนแปลง  
ทางด้านต้นทุน นอกจากนี้ พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันตาม  
ปัจจัยส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการให้ความสำคัญมีความแตกต่างกันตามกลุ่มอายุ  
ของนักเรียนมากที่สุด

ผลการศึกษาดังกล่าวผู้ศึกษาเสนอแนะให้มีการลดความเสี่ยงของโครงการด้วยการพยายาม  
เพิ่มรายได้ และควรจัดกลุ่มของนักเรียนตามอายุและเกรดเฉลี่ยสะสม เพื่อความเหมาะสมตามความ  
ต้องการของนักเรียนและประสิทธิผลของการสอน สำหรับกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับ  
โครงการนี้ คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลสัมฤทธิ์ในการ  
สอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารของนักเรียน

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Terasak Suknit 2011: A Feasibility Study on Opening a Tutorial School for Entry to The Army Forces Academies Preparatory School in Lop Buri Province. Master of Economics (Business Economics), Major Field: Business Economics, Department of Economics. Thesis Advisor: Assistant Professor Sumalee Santipolwut, Ph.D. 189 pages.

The objectives of this study are 3 folds, firstly, to study the financial feasibility, secondly, to analyze the sensitivity on opening a tutorial school in Lop Buri in order to take entrance examination for the Armed Forces Academies Preparatory School, thirdly, to study the importance the student placing to the marketing mixes and analyze their differences according to personal factors of students. Financial feasibility, marketing mixed and descriptive statistics such as frequency, percentage, means, standard deviation, t-test, ANOVA and Scheffe test are concepts and tools used in this study.

For financial feasibility study, it finds that the project has an appropriate investment with high returns for the project life of 20 years. The project's payback period is only 7.28 years, NPV is 17,956,115.84 baht, IRR is at the rate of 15.66 per cent, and BCR is 1.153 respectively. The sensitivity analysis suggested that the changes in revenue are at the higher risk than those changes in cost. For marketing mixes, students have placed importance to the marketing mixes statistical differently according to their personal factors. The importance placing to marketing mixes are the most different among age group of students.

Basing on the results, the study recommends reducing the income risk of the project, classifying students by age group and GPA in order to accommodate students' needs and for effective instruction. Marketing strategies that are appropriate for the project is promotion strategy by advertizing the student achievement to enter the Army Forces Academies Preparatory School.

---

Student's signature

---

Thesis Advisor's signature

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จครบถ้วนและบริบูรณ์มาได้ ผู้เขียนต้องขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี สันติพลวุฒิ ที่กรุณาได้ให้คำแนะนำ แนวทางการศึกษา และหลักการวิจัย ที่ได้ถ่ายทอดวิชาการและความกรุณาที่ให้ความกระจ่างใน ประเด็นคำถามต่างๆ ระหว่างที่ศึกษา รวมทั้งแนวทางการแก้ไข ปรับปรุง ต่าง ๆ และ ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์รอง รองศาสตราจารย์ ดร.โสมสกว เพชรานนท์ ที่ กรุณาให้คำแนะนำ ในการปรับแก้ไข

ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ คุณพ่อ ผู้ให้กำเนิด เลี้ยงดู และดูแลสั่งสอน ผู้เขียนมาโดย ตลอด ขอขอบพระคุณพี่ชาย ที่ช่วยเหลือและให้ความสนับสนุนทางด้านเงินทุนในการศึกษา ขอขอบคุณ นางสาวสาวิตรี อ่าถนอม ที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจในการศึกษา วิจัย รวมทั้งครอบครัว ญาติ พี่น้อง ซึ่งเป็นกำลังใจให้เสมอมา

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการบัณฑิตศึกษา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ที่ช่วยเป็นธุระด้านการ ติดต่อประสานงานต่าง ๆ รวมทั้งกำหนดเวลา ดำเนินเรื่องยื่นเอกสาร เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

ขอขอบพระคุณ ผู้ที่สนับสนุนด้านข้อมูลในการศึกษาทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย และขอขอบพระคุณผู้จัดการฝ่าย Billing ที่ให้ความ ห่วงใยในการเรียน

สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาในครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นประโยชน์ต่อไป ไม่ มากก็น้อย

ธีระศักดิ์ สุขนิทร์

พฤษภาคม 2554

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร	9
ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
กรอบแนวคิดในการศึกษา	25
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
บทที่ 4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชา	39
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	42
ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ	53
บทที่ 5 การศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด	61
ผลการศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียน	61
ผลการศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันตาม ปัจจัยส่วนบุคคล	70
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	100
สรุปผลการศึกษา	100
ข้อเสนอแนะ	106

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	110
ภาคผนวก	113
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	114
ภาคผนวก ข ตารางอ้างอิงในการคำนวณ	121
ภาคผนวก ค พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ.2550	176
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	189

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	อัตราส่วนจำนวนรับต่อผู้สมัครสอบเข้า โรงเรียนเตรียมทหารปี พ.ศ.2549–2553	4
2	กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนที่เรียนใน โรงเรียนกวดวิชาต่างๆในจังหวัดลพบุรี	27
3	จำนวนห้องเรียนและจำนวนนักเรียนตลอดอายุโครงการ	31
4	ประมาณการเงินเดือนและค่าตอบแทนของบุคลากร	49
5	ค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์	50
6	การชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยจ่าย	52
7	ผลการวิเคราะห์ทางการเงินในการลงทุน โรงเรียนกวดวิชาในจังหวัด ลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร	59
8	ผลการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนกรณีต่างๆ	60
9	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้า โรงเรียนเตรียมทหาร	63
10	การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียน โดยรวม	64
11	การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนใน ด้านเนื้อหาหลักสูตร	65

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
12	การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านราคา	65
13	การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านสถานที่	66
14	การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้าน การส่งเสริมการขาย	67
15	การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้าน บุคลากร	68
16	การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้าน กระบวนการ	68
17	การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้าน ภาพลักษณ์	69
18	การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้าน คุณภาพและการบริการอื่น	69
19	ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของ นักเรียน โดยจำแนกตามโรงเรียนที่กำลังศึกษาของนักเรียน	71
20	ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียน โดยจำแนกตามข้อมูลด้านการเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนอื่นหรือไม่	72

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
21	ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียน โดยจำแนกตามข้อมูลด้านอายุ	73
22	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านหลักสูตรของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	76
23	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	76
24	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	77
25	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านภาพลักษณ์ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	78
26	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	78
27	ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียน โดยจำแนกตามข้อมูลด้านระดับชั้นที่กำลังศึกษา	79
28	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านหลักสูตรของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	80

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	80
30	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	81
31	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านหลักสูตรของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	84
32	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	84
33	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	85
34	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับ การศึกษา	86
35	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	86
36	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับ การศึกษา	87

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
37	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านภาพลักษณ์ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	87
38	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้าน ระดับการศึกษา	88
39	ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียน โดยจำแนกตามข้อมูลด้านเกรดเฉลี่ยสะสม	89
40	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านหลักสูตรของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม	92
41	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	93
42	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม	93
43	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรด เฉลี่ยสะสม	94

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
44	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม	95
45	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ย สะสม	95
46	เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้าน เกรดเฉลี่ยสะสม	96
47	สรุปความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด	98
<b>ตารางผนวกที่</b>		
1	การประมาณการผลตอบแทนรวมของโครงการ	122
2	การประมาณการค่าใช้จ่ายรวมของโครงการ	132
3	การประมาณการงบกระแสเงินสด	138
4	ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ	141
5	มูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์และต้นทุนของโครงการ	142
6	อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ	143

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
7	การประมาณการค่าใช้จ่ายรวมของโครงการ กรณีที่ 1	144
8	ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ กรณีที่ 1	150
9	มูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์และต้นทุน กรณีที่ 1	151
10	อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ กรณีที่ 1	152
11	การประมาณการรายได้กรณีที่ 2	153
12	ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ กรณีที่ 2	163
13	มูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์และต้นทุน กรณีที่ 2	164
14	อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ กรณีที่ 2	165
15	การประมาณการค่าใช้จ่ายรวมของโครงการ กรณีที่ 3	166
16	ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ กรณีที่ 3	172
17	มูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์และต้นทุน กรณีที่ 3	173
18	อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ กรณีที่ 3	174

## สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

- |   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | กรอบแนวคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงเรียน<br>กวดวิชาในลพบุรีเพื่อสอบเข้าเตรียมทหาร | 25 |
|---|--|----|



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญของปัญหา

การศึกษามีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่วิถีการดำรงชีวิตมีการแข่งขันสูงมาก บุคคลที่ได้รับโอกาสทางการศึกษาที่ดีกว่าดูเหมือนว่าจะได้รับโอกาสทางสังคมในด้านต่างๆเหนือกว่าคนที่ไม่ได้รับการศึกษาเลย ซึ่งนอกเหนือจากการศึกษาขั้นพื้นฐานที่รัฐบาลให้การศึกษากลับด้านศึกษาต่างๆของรัฐทั่วประเทศแล้ว รัฐบาลยังให้การสนับสนุนสถานศึกษาของเอกชนเพื่อเป็นส่วนเริ่มในการช่วยเหลือผลักดันเยาวชนของชาติให้ได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

ในปัจจุบัน โรงเรียนต่างๆมีอัตราส่วนระหว่างครูต่อนักเรียนไม่สัมพันธ์กัน ครูหนึ่งคนจะต้องดูแลนักเรียนเป็นจำนวนมากทำให้โอกาสที่ครูจะดูแลเอาใจใส่อย่างทั่วถึงเป็นไปได้ยาก ประกอบกับการเรียนการสอนในปัจจุบันเน้นที่ตัวของผู้เรียนเป็นสำคัญ จึงทำให้การศึกษาค่อนข้างอิสระ ซึ่งในการประสบความสำเร็จในการเรียนได้นั้นนักเรียนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเองและการเรียนเป็นอย่างมาก นักเรียนที่เป็นเลิศทางการเรียนเท่านั้นจึงจะสามารถสอบแข่งขันเข้าสู่สถาบันที่ตนเองต้องการได้ จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการได้มีการเปิดโรงเรียนสอนกวดวิชากันอย่างแพร่หลาย

กระทรวงศึกษาธิการได้จัดประเภทโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งหมายถึงโรงเรียนที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอนเสริมบางวิชาตามหลักสูตรกรมสามัญ มีวิธีดำเนินการแตกต่างจากโรงเรียนประเภทอื่น โดยกำหนดเวลาเรียนเป็นครั้งคราว เช่น เรียนเฉพาะวันหยุด หรือเฉพาะภาคฤดูร้อน รับนักเรียนที่ต้องการทบทวนความรู้ และบุคคลทั่วไปที่ขาดโอกาสทางการศึกษาที่ต้องการเรียนเพิ่ม

โรงเรียนกวดวิชาได้ขยายรูปแบบสนองความต้องการแตกต่างกันอย่างกว้างขวางขึ้น เช่น จัดเป็นการสอนเสริมความรู้เพื่อการสอบเข้าศึกษาต่อ การเรียนเสริมความรู้ที่กลายเป็นความพอใจ

และความมั่นใจของผู้เรียนและผู้ที่ขาดโอกาสในการได้รับการศึกษาในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงหรือคุณภาพ หรือแม้แต่ผู้ที่เรียนในโรงเรียนที่มีคุณภาพก็ยังหาที่เรียนเพื่อเสริมวิชาต่างๆที่เรียนในห้องเรียนทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้ถือ โอกาสตอบสนองความต้องการของสังคม โดยจัดหาสถานที่ทำการสอนและรูปแบบการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการ จึงมีการจัดตั้ง โรงเรียนกวดวิชาที่ได้มาตรฐานเป็นแหล่งรวบรวมความรู้ เป็นที่มาของการประกอบธุรกิจกวดวิชาในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อสนองความต้องการของนักเรียนทั่วประเทศ สำหรับโรงเรียนกวดวิชาที่เป็นความต้องการของนักเรียนชายที่มีช่วงอายุระหว่าง 14-17 ปี ส่วนใหญ่ก็คือ โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร เนื่องมาจากการเข้าศึกษาในโรงเรียนเตรียมทหาร นักเรียนจะผ่านการสอบคัดเลือกเพียงครั้งเดียว แล้วจะได้เข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเลย โดยไม่ต้องสอบคัดเลือกอีก และได้รับเงินเดือนเบี้ยเลี้ยงในขณะศึกษาด้วย เมื่อจบจากโรงเรียนเตรียมทหารจะได้เข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาในโรงเรียนของเหล่าทัพ และโรงเรียนตำรวจที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยมาก ไม่ต้องเสียค่าเล่าเรียน อีกทั้งมีเงินเดือนและเบี้ยเลี้ยงให้ในระหว่างที่ศึกษาอยู่ เมื่อสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนของเหล่าทัพ และสำนักงานตำรวจแห่งชาติแล้ว จะได้รับพระราชทานยศร้อยตรี เรือตรี เรืออากาศตรี และร้อยตำรวจตรี ได้รับพระราชทานกระบี่และปริญญาบัตร ตามสาขาวิชาและได้รับการบรรจุเข้ารับราชการทันทีโดยมีต้องหางานทำอีก

ปัจจุบันการสอบเข้าเป็นนักเรียนเตรียมทหารนั้น โรงเรียนเตรียมทหารไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการสอบคัดเลือกนักเรียนเตรียมทหารด้วยตนเอง หากแต่เป็นโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า โรงเรียนนายเรือ โรงเรียนนายเรืออากาศและโรงเรียนนายร้อยตำรวจ ที่เป็นผู้ดำเนินการสอบคัดเลือก หลังจากนั้นแต่ละเหล่าทัพจะส่งผู้ผ่านการสอบคัดเลือกมาเรียนรวมกันที่โรงเรียนเตรียมทหาร ซึ่งเป็นเวลากว่า 50 ปี ที่โรงเรียนเตรียมทหารได้ผลิตนักเรียนเตรียมทหารเข้ารับการศึกษาต่อยังโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า โรงเรียนนายเรือ โรงเรียนนายเรืออากาศ และโรงเรียนนายร้อยตำรวจ โดยมีเป้าหมายหลักคือ ความต้องการให้ผู้ที่เข้ามาเป็นนายทหารและนายตำรวจ ได้มีโอกาสเข้ารับการศึกษาและการฝึกอบรมเบื้องต้นร่วมกัน สร้างความคุ้นเคยซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความสามัคคีกลมเกลียว เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและปฏิบัติงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เสมือนดังปรัชญาของโรงเรียนเตรียมทหารที่กล่าวไว้ว่า “สามัคคี มีความรู้ คู่คุณธรรม” ดังนั้นโรงเรียนเตรียมทหารจึงเป็นโรงเรียนที่ให้การศึกษาในลักษณะการศึกษาเฉพาะทางซึ่งมีเป้าหมายในการผลิตบุคลากรที่ชัดเจน โดยให้การฝึกฝน การอบรม การศึกษา แก่นักเรียนเตรียมทหารเพื่อที่จะเข้ารับการศึกษาต่อในโรงเรียนของเหล่าทัพและโรงเรียนนายร้อยตำรวจ และได้รับการบรรจุในสายอาชีพการรับราชการทหารและตำรวจต่อไป กล่าวได้ว่าโรงเรียนเตรียมทหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการผลิตบุคลากรในสายงานความมั่นคงของชาติ นั่นเอง

โรงเรียนเตรียมทหารได้มีการปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาออกเป็น 2 ปีและ 3 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เพื่อให้สอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานของกระทรวงศึกษาธิการ และสอดคล้องกับการปฏิรูปการศึกษาของรัฐบาล โดยหลักสูตรใหม่จะรับนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มาศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ โดยจะเปิดรับสมัครนักเรียนเตรียมทหารทั้ง 2 รุ่นพร้อมกันและได้เริ่มต้นในปี พ.ศ.2547 แต่ในปัจจุบันเหลือเพียงหลักสูตร 3 ปี ทำให้จำนวนผู้เข้าสอบที่มาจากทุกภาคของประเทศไทยเพื่อสอบเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนเตรียมทหารมีจำนวนมากขึ้น อัตราส่วนของผู้ที่สมัครสอบกับจำนวนที่โรงเรียนเตรียมทหารรับนั้นมีอัตราส่วนสูงขึ้นจาก 1:149 ในปี พ.ศ.2549 เป็น 1:158 ในปี พ.ศ.2553 (ตารางที่ 1) แสดงให้เห็นว่าการสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนเตรียมทหารนั้นมีการแข่งขันกันสูง ดังนั้นผู้ที่มีความพร้อมเท่านั้นจึงจะสามารถสอบผ่านและได้เข้าไปศึกษาต่อในโรงเรียนเตรียมทหาร

ปัจจุบันนักเรียนที่เลือกสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารส่วนใหญ่เป็นนักเรียนจากต่างจังหวัด ดังนั้นจึงเข้ามาศึกษาต่อในโรงเรียนกวดวิชาในเมืองใหญ่ เนื่องจากที่จังหวัดลพบุรีมีโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารที่มีชื่อเสียงหลายแห่งและได้ชื่อว่าเป็นเมืองทหาร เพราะมีหน่วยงานทหารที่สำคัญตั้งเรียงรายในพื้นที่จำนวนมาก เช่น จังหวัดทหารบกลพบุรี ศูนย์การทหารปืนใหญ่ แผนกวิชาการบินตรวจการณ์ กองพันพลร่ม กองบิน 2 และโรงพยาบาลอานันทมหิดล ทำให้เกิดความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและยังเป็นศูนย์กลางของการศึกษาในภาคกลางตอนบน จึงทำให้มีโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าเตรียมทหารเกิดขึ้นมากมายในจังหวัดลพบุรี มีทั้งที่เปิดถูกต้องตามกฎหมายและที่เปิดไม่ถูกต้อง โดยมีโรงเรียนกวดวิชาที่เป็นโรงเรียนเอกชนตามมาตรา 15(2) ขออนุญาตเปิดถูกต้องตามกฎหมายมีจำนวนทั้งหมด 54 โรงเรียน ถ้าพิจารณาธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารจะมีขนาดแตกต่างกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ขนาดคือ โรงเรียนกวดวิชาขนาดเล็ก ที่มีนักเรียนจำนวนไม่มากนักถูกบังคับให้จดทะเบียนขึ้นเป็นโรงเรียนกวดวิชากับกระทรวงศึกษาธิการ เพราะมีนักเรียนตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป มีการจัดการสอนเฉพาะวิชาที่ถนัด หรือวิชาที่สามารถหาครูสอนได้ เป็นลักษณะการสอนส่วนตัวหรือกลุ่มย่อยเท่านั้น โดยไม่มีการจัดการระบบ โครงสร้างการบริหาร หรือไม่มีการวางแผนการตลาดที่แน่นอน และโรงเรียนขนาดใหญ่ที่มีนักเรียนในแต่ละหลักสูตรตั้งแต่ 100 คนขึ้นไป มีการจัดโครงสร้างการบริหารและวางแผนกลยุทธ์การตลาด ทำให้โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารขนาดใหญ่ในที่นี่ใช้กลยุทธ์โดยเน้นหลักสูตรเป็นหลักในการสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของโรงเรียน แต่ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อครองตลาดที่มีอยู่และเพื่อขยายตลาดออกไปในอนาคตโดยไปมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายที่เปลี่ยนไป

ตารางที่ 1 อัตราส่วนจำนวนรับต่อผู้สมัครสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ปี พ.ศ. 2549 – 2553

รายการ	ปี พ.ศ. 2549	ปี พ.ศ. 2550	ปี พ.ศ. 2551	ปี พ.ศ. 2552	ปี พ.ศ. 2553
จำนวนผู้สมัครทหารบก (คน)	21,240	21,450	21,336	21,559	21,603
จำนวนที่รับ (คน)	178	190	190	190	190
อัตราส่วนจำนวนที่รับต่อผู้สมัคร	1 : 119	1 : 112	1 : 112	1 : 113	1 : 113
จำนวนผู้สมัครทหารเรือ (คน)	19,087	18,803	18,921	18,838	18,931
จำนวนที่รับ (คน)	45	48	80	80	80
อัตราส่วนจำนวนที่รับต่อผู้สมัคร	1 : 424	1 : 392	1 : 236	1 : 235	1 : 236
จำนวนผู้สมัครทหารอากาศ (คน)	20,320	20,663	20,087	20,325	20,625
จำนวนที่รับ (คน)	100	95	75	75	75
อัตราส่วนจำนวนที่รับต่อผู้สมัคร	1 : 203	1 : 217	1 : 267	1 : 271	1 : 275
จำนวนผู้สมัครตำรวจ (คน)	20,210	20,398	20,100	21,383	21,583
จำนวนที่รับ (คน)	220	180	180	180	180
อัตราส่วนจำนวนที่รับต่อผู้สมัคร	1 : 91	1 : 113	1 : 111	1 : 118	1 : 119
จำนวนผู้สมัครรวมทุกเหล่า	80,857	81,314	80,444	82,105	82,742
จำนวนที่รับรวม (คน)	543	513	525	525	525
อัตราส่วนจำนวนที่รับต่อผู้สมัคร ทั้งหมด	1 : 149	1 : 159	1 : 153	1 : 156	1 : 158

หมายเหตุ: ผู้สมัครสามารถสมัครสอบได้ทั้ง 4 เหล่า

ที่มา: สถาบันกวดวิชาเข้าเตรียมทหาร Cadet Home

การแข่งขันในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารมีอยู่ในระดับสูง ดังนั้นธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาต้องอาศัยคุณภาพของสถาบันแต่ละแห่งว่ามีการเรียนการสอนที่สามารถให้นักเรียนเกิดความเข้าใจมากขึ้นน้อยเพียงใด และการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายของผู้ประกอบธุรกิจจะทำให้โรงเรียนกวดวิชาเป็นที่ยอมรับและส่งผลถึงชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา เพื่อที่จะรองรับอัตราการเพิ่มของนักเรียนและการขยายตัวของธุรกิจ ในอนาคตส่วนประสมทางการตลาดต่อการให้บริการ (Marketing Mix: 8Ps) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดบริการ การจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จ

ได้ ขึ้นอยู่กับการปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ด้วยเหตุผลดังที่กล่าว ทำให้เห็นความสำคัญของศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินเพื่อศึกษาค้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการดังกล่าว และศึกษาการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารในจังหวัดลพบุรีเพื่อการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาซึ่งมีแนวโน้มว่าจะเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันก็จะทวีความรุนแรงมากขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดด้วย ซึ่งสามารถสรุปความสำคัญของปัญหาในการวิจัยได้ดังนี้ คือ 1) ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาที่มีความคุ้มค่าหรือไม่ 2) ในการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชานั้นมีความเสี่ยงหรือไม่ อย่างไร 3) นักเรียนกลุ่มเป้าหมายมีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร สามารถจำแนกวัตถุประสงค์ออกเป็น 4 ประการ ดังนี้

1. ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร
2. วิเคราะห์ความอ่อนไหวในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร
3. ศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

4. การวิเคราะห์ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความสนใจในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร
2. เพื่อให้ทราบถึงการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดมาใช้ในการรักษาส่วนแบ่งตลาด เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจตนเองได้
3. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการขยายตัวของธุรกิจในอนาคตต่อไป

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาสถานประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ เพื่อศึกษาถึงความคุ้มค่าในการลงทุนตามหลักเกณฑ์ตัวชี้วัดความคุ้มค่าการลงทุน โดยใช้ดัชนีชี้วัดความคุ้มค่าแบบปรับค่าเวลาและแบบไม่ค่าปรับเวลา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลที่ค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่สามารถค้นหาได้ระหว่างเดือน พฤษภาคม พ.ศ.2550 จนถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ.2552 ส่วนด้านการตลาด ทำการศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารและวิเคราะห์ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยทำการสอบถามระหว่างเดือน ธันวาคม พ.ศ.2551 – เมษายน พ.ศ.2552

## นิยามศัพท์

การศึกษาคั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดนิยามศัพท์ ดังนี้

**โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร** หมายถึง โรงเรียนกวดวิชาที่สอนพิเศษทั้งทางด้านวิชาการ และ ทักษะทางด้านร่างกาย ซึ่งเน้นแนวข้อสอบเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยมีการขออนุญาตจัดตั้งจากกระทรวงศึกษาธิการ และมีสถานที่ที่มีทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย

**โรงเรียนเตรียมทหาร** หมายถึง โรงเรียนที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการผลิตบุคลากรในสายงานความมั่นคงของชาติ ให้การฝึกฝน การอบรม การศึกษา แก่นักเรียนเตรียมทหารเพื่อที่จะเข้ารับการศึกษาคั้งในโรงเรียนของเหล่าทัพและโรงเรียนนายร้อยตำรวจ

**โรงเรียนเหล่าทัพ** หมายถึง โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า โรงเรียนนายเรือและโรงเรียนนายเรืออากาศ

**การสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร** หมายถึง การสอบคัดเลือกสำหรับนักเรียนชายที่จบมัธยมศึกษาปีที่ 3 เพื่อศึกษาคั้งในโรงเรียนเตรียมทหารหลักสูตร 3 ปี โดยนักเรียนชายทุกคนที่มีเชื้อชาติไทย สัญชาติไทยและคุณสมบัติตามที่เหล่าทัพกำหนด มีสิทธิสมัครเข้าสอบแข่งขัน โดยไม่จำกัดเขตพื้นที่การศึกษาคั้ง

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ได้แก่

1. **เนื้อหาหลักสูตร** หมายถึง รูปแบบหลักสูตรในการสอน เน้นแนวข้อสอบเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร การเพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์
2. **ราคา** หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการเรียน ค่าหลักสูตรการเรียน และวิธีการชำระค่าบริการ
3. **สถานที่** หมายถึง ที่ตั้งของโรงเรียน รวมถึงสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนกวดวิชา

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมต่างๆ ที่โรงเรียนกวดวิชาจัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาค่าเรียน แจกอุปกรณ์การเรียน เป็นต้น

5. บุคลากร หมายถึง บุคลากรที่ให้บริการในโรงเรียนกวดวิชา ได้แก่ ครู เจ้าหน้าที่ แม่บ้าน พนักงานรักษาความปลอดภัย

6. กระบวนการ หมายถึง แนวทางการให้บริการของโรงเรียนกวดวิชา เช่น การจัดการสอนในช่วงเวลาต่างๆ การให้บริการแนะแนว ความรวดเร็วในการให้บริการ การจัดทดสอบความพร้อมก่อนสอบจริง การสอนโดยสื่อการสอนต่างๆ เป็นต้น

7. ภาพลักษณ์ หรือ หลักฐานที่เป็นตัววัตถุ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ส่งเสริมภาพพจน์ของโรงเรียน เช่น อาคาร สถานที่ ลักษณะห้องเรียน การตกแต่งอาคาร เอกสารประชาสัมพันธ์ เครื่องแบบเจ้าหน้าที่ เป็นต้น

8. คุณภาพและบริการอื่นๆ หมายถึง คุณภาพการสอน มีเทคนิคการสอนใหม่ๆ มีเครื่องมือที่ทันสมัย การมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร เป็นต้น

## บทที่ 2

### การตรวจสอบเอกสาร

บทนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา และวิเคราะห์ในงานศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ซึ่งจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา การตรวจสอบเอกสาร และกรอบแนวคิดในการศึกษา

#### ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้มีการอาศัยทฤษฎี แนวคิด เพื่อใช้ในการสร้างกรอบความคิดในการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการกำหนดต้นทุนและผลประโยชน์ของโครงการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับดัชนีชี้วัดความคุ้มค่าโครงการ
3. แนวคิดความเสี่ยงและความไม่แน่นอน
4. ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดบริการ (8'Ps)

#### แนวคิดการกำหนดต้นทุนและผลประโยชน์ของโครงการ

##### การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ตอบแทนของโครงการ

การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ตอบแทนของโครงการ เป็นการพิจารณาถึงความคุ้มค่าของโครงการก่อนมีการลงทุน (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ, 2540) ซึ่งประกอบด้วย

1. หลักการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของโครงการ ค่าใช้จ่าย (Costs) ของโครงการ หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรต่างๆ ที่นำมาใช้กับโครงการ ซึ่งแบ่งออกได้ 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1.1 ค่าใช้จ่ายขั้นต้น (Primary costs) หมายถึง มูลค่าการใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตเพื่อการลงทุน ประกอบด้วย

1.1.1 ค่าลงทุน คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างฐานการผลิต ได้แก่ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง ค่าก่อสร้างอาคารและงานโยธา ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ ค่าวิชาชีพวิศวกรที่ปรึกษาทางด้านบริหารและการวางแผนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

1.1.2 ค่าดำเนินงานและบำรุงรักษา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการบริหารและดำเนินการ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าภาษี ค่าประกัน ค่าเสื่อมราคา

1.2 ค่าใช้จ่ายขั้นรอง (Secondary costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการมีโครงการ ซึ่งบางครั้งเรียกว่าค่าใช้จ่ายทางอ้อม เกิดจากโครงการลงทุนมีผลกระทบในทางลบต่อสภาพแวดล้อมซึ่งผลกระทบด้านนี้ส่วนใหญ่เกิดจากวิธีปฏิบัติทางเทคนิคของโครงการ

1.3 ค่าใช้จ่ายที่ไม่มีตัวตน (Intangible Costs) คือค่าใช้จ่ายที่สัมผัสไม่ได้ เมื่อเกิดแล้วจะตีค่าได้ยากหรือไม่สามารถตีค่าออกมาเป็นตัวเงินได้ เช่น โครงการนั้นอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการจ้างงาน มีผลกระทบต่อสุนทรียภาพ จิตใจ และชีวิตมนุษย์ เป็นต้น

## 2. หลักการวิเคราะห์ผลประโยชน์ตอบแทนของโครงการ

ผลประโยชน์ตอบแทน (Benefits) ของโครงการ หมายถึง มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ผลิตได้จากโครงการ ประกอบด้วย

2.1 ผลตอบแทนทางตรง (Direct Benefits) คือผลผลิตสุทธิของโครงการ ซึ่งหมายถึงมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้โดยตรงจากโครงการ นอกจากนี้ยังหมายถึงการประหยัดและการลดค่าใช้จ่ายจากที่เคยมีอยู่เดิมอันเนื่องมาจากการมีโครงการ

2.2 ผลตอบแทนทางอ้อม (Indirect Benefits) คือผลประโยชน์ตอบแทนอื่นๆ ที่นอกเหนือจากผลประโยชน์ตอบแทนทางตรง นอกจากนี้ยังรวมถึงผลประโยชน์ตอบแทนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น โครงการนั้นอาจกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ก่อให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่โครงการตั้งอยู่ เป็นต้น

2.3 ผลตอบแทนที่ไม่มีตัวตน (Intangible Benefits) คือผลตอบแทนที่ไม่สามารถประเมินมูลค่าเป็นตัวเงินได้ เช่น โครงการนั้นอาจมีส่วนช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต และการกระจายรายได้ให้มีความยุติธรรมมากขึ้น เป็นต้น

### แนวคิดเกี่ยวกับดัชนีชี้วัดความคุ้มค่าโครงการ

การตัดสินใจที่จะเลือกโครงการใดโครงการหนึ่งเพื่อการลงทุนขึ้นอยู่กับความคุ้มค่าของโครงการนั้นๆ (Project Worthiness) ความคุ้มค่าของโครงการวัดได้จากการเปรียบเทียบกันระหว่างผลประโยชน์ (Benefit) และ/หรือผลตอบแทน (Return) กับต้นทุน (Cost) ของโครงการทั้งในรูปของการวิเคราะห์โครงการเพื่อพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ทั้งทางการเงินและทางด้านเศรษฐกิจ แต่ประเด็นที่น่าสนใจอยู่ที่ว่าจะวัดหรือตรวจนับผลประโยชน์และต้นทุนของโครงการเหล่านั้นได้หรือไม่ ถ้าหากสามารถระบุและวัดผลประโยชน์และต้นทุนของโครงการเป็นค่าเชิงประมาณได้ การวิเคราะห์โครงการก็จะปฏิบัติตามวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-Benefit Analysis) แต่ถ้าหากมีเพียงต้นทุนเท่านั้นก็สามารถระบุและวัดเป็นค่าเชิงประมาณได้ ในขณะที่ผลประโยชน์ของโครงการไม่อาจวัดหรือยากที่จะวัดเป็นตัวเงินได้

การศึกษาเพื่อประเมินความคุ้มค่าของโครงการ ตัวชี้วัดความคุ้มค่าของโครงการ มีความสำคัญอย่างมากในการที่จะยอมรับหรือปฏิเสธโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่ เพื่อนำมาใช้สำหรับเป็นเกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุน โดยเกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุน โครงการมี 2 ประเภทดังนี้ (ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, 2544)

#### 1. เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนแบบไม่ปรับค่าเวลา

เป็นเกณฑ์การตัดสินใจแบบเก่า ถ้าโครงการนั้นเป็นโครงการที่มีการลงทุนไม่มากนัก และระยะเวลาของโครงการสั้น หรือต้องการตรวจสอบอย่างคร่าวๆ ก็สามารถใช้เกณฑ์การตัดสินใจแบบนี้ได้ ได้แก่

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) ระยะเวลาคืนทุน คือ ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ หรือระยะเวลาที่ผลตอบแทนจากการดำเนินโครงการเท่ากับเงินลงทุนของโครงการ วิธีนี้นิยมใช้มากในทางธุรกิจ โดยเฉพาะกรณีที่มีการลงทุนมี

ความเสี่ยงสูง โดยถ้าโครงการมีการคืนทุนเร็วจะเป็นโครงการที่เหมาะสมต่อการลงทุน สามารถคำนวณได้ดังนี้ (สุมาลี จิระมิตร, 2544)

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investment Cost}}{\text{Average Annual Net Benefit}}$$

หลักในการตัดสินใจว่าโครงการใดเหมาะสมในการลงทุนจะดูระยะเวลาคืนทุนที่มีระยะเวลาดสั้น หรือน้อยกว่าที่ผู้ลงทุนได้กำหนดไว้

## 2. เกณฑ์การตัดสินใจแบบปรับค่าเวลา

โดยทั่วไปโครงการส่วนใหญ่ที่มีอายุมากกว่า 1 ปี ต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการจะเกิดขึ้นในระยะเวลาต่างกัน ตลอดอายุของโครงการจึงเป็นการยากที่จะนำมาเปรียบเทียบกันโดยตรง จะต้องมีการปรับค่าของเวลา การได้มาซึ่งต้นทุนและผลตอบแทนที่จะต้องเสียไปให้เป็นมูลค่าในอนาคตโดยการคิดแบบทบต้น (Compounding) โดยใช้อายุของโครงการเป็นเวลาในอนาคต หรือการปรับให้เป็นมูลค่าในปัจจุบัน (Present Value) โดยการคำนวณหักส่วนลด (Discounting) จึงสามารถทำการวินิจฉัยได้ว่าโครงการนั้นจะให้ผลตอบแทนคุ้มค่าหรือไม่

เกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุนแบบปรับค่าเวลาในการวิเคราะห์โดยทั่วไปที่ใช้ คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ซึ่งแต่ละประการมีการคำนวณหลักเกณฑ์การตัดสินใจดังนี้

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือ ผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาแล้วของโครงการ หรือ ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนลบด้วยผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของต้นทุน ที่เกิดขึ้นตลอดอายุโครงการ โดยมูลค่าปัจจุบันสุทธิอาจมีค่าเป็นบวก ลบหรือศูนย์ก็ได้ขึ้นอยู่กับขนาดมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวม (Present Value benefit: PVB) หักออกด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม (Present Value cost: PVC) เขียนสูตรได้ดังนี้ (ชูชีพ พิพัฒนศิริ, 2544)

$$\begin{aligned}
 \text{NPV} &= \text{PVB} - \text{PVC} \\
 &= \sum_{t=0}^n \left[ \frac{B_t}{(1+r)^t} \right] - \sum_{t=0}^n \left[ \frac{C_t}{(1+r)^t} \right] \\
 &= \sum_{t=0}^n \left[ \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} \right]
 \end{aligned}$$

เมื่อ	$B_t$	คือ	ผลประโยชน์หรือผลตอบแทนของโครงการในปีที่ $t$
	$C_t$	คือ	ต้นทุนของโครงการในปีที่ $t$
	$r$	คือ	อัตราคิดลดที่เหมาะสม (Discount Rate)
	$t$	คือ	ปีของโครงการ ตั้งแต่ปีที่ 0, 1, 2, ..., n
	$n$	คือ	จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจที่จะลงทุนในโครงการ คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่ามากกว่าศูนย์ หมายความว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนซึ่งแสดงถึง การลงทุนคุ้มค่า

2.2 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: BCR) คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนตลอดอายุโครงการ กับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนตลอดอายุของโครงการซึ่งเขียนเป็นสูตรคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{BCR} &= \frac{\text{PVB}}{\text{PVC}} \\
 &= \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การตัดสินใจที่จะลงทุนในโครงการ คือ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน ต้องมีค่ามากกว่าหนึ่ง ทั้งนี้เพราะเมื่ออัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่าหนึ่งหมายความว่า ผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการจะมีมากกว่าต้นทุนที่เสียไปในโครงการ

2.3 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) คือ อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการลงทุน หรือหมายถึงอัตราดอกเบี้ยใดก็ตามที่ใช้เป็นอัตราคิดลด

ซึ่งมีผลทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์ สำหรับอัตราผลตอบแทนภายในโครงการจะทำการศึกษา ดังนี้

Financial Internal Rate of Return (FIRR) ใช้สำหรับการวิเคราะห์โครงการด้านการเงินเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของทุน หรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม ถ้า FIRR มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยของเงินกู้ยืม ถือว่าโครงการนั้นคุ้มค่าการลงทุนด้านการเงิน ซึ่งในงานวิจัยนี้จะใช้การวิเคราะห์ทางการเงิน

Economic Internal Rate of Return (EIRR) ใช้สำหรับการวิเคราะห์โครงการด้านเศรษฐศาสตร์ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของทรัพยากรที่นำมาใช้ในโครงการ หรือค่าเสียโอกาสเงินทุน ซึ่งถ้าค่า EIRR มีค่ามากกว่าค่าเสียโอกาสเงินทุน ถือว่าโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

โดยสูตรการคำนวณค่า IRR เขียนเป็นสูตรคำนวณได้ดังนี้

$$IRR = \sum_{t=0}^n \left[ \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} \right] = 0$$

ในการตัดสินใจที่จะยอมรับโครงการ คือ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ มีค่าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงซึ่งในการวิจัยนี้คือ ร้อยละ 7.75 (อัตราดอกเบี้ย MLR+1 ธนาคารทหารไทย เมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2554) หรือค่าเสียโอกาสของทุน

#### การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว เป็นการประเมินค่าของโครงการอีกครั้งหนึ่ง โดยผู้ตัดสินใจ จะทำการตัดสินใจเหตุการณ์ในอนาคต ภายใต้เงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงไป จากสถานการณ์ที่คาดหมายไว้ในครั้งแรก จะช่วยให้การตัดสินใจมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีปัจจัยหลายชนิดที่ทำให้โครงการมีความเสี่ยงเกิดขึ้น ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจได้แก่

1. ผลผลิตของโครงการ ซึ่งเป็นที่มาของผลตอบแทนของโครงการ อาจจะมีการคาดการณ์ของผลผลิตในปริมาณที่สูง ในกรณีเช่นนี้ก็ต้องมีการพิจารณาว่า หากผลผลิตเปลี่ยนแปลงไปจากที่คาดการณ์ไว้ จะมีผลต่อมูลผลผลิตที่ได้จากโครงการอย่างไรบ้าง

2. ต้นทุนของโครงการ อาจมีการเปลี่ยนแปลงต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ

3. ราคา เนื่องจากราคาที่น่ามาใช้ประเมินต้นทุนของโครงการจะใช้ราคาปัจจุบันคงที่ อาจจะทำให้ผลประเมินผิดพลาดได้ ซึ่งในความเป็นจริงราคาของปัจจัยการผลิตที่ให้ประเมินย่อมจะไม่คงที่ตลอดระยะเวลาดำเนินการ

4. ความล่าช้าในการดำเนินโครงการ ทำให้เกิดความเสียหายแก่โครงการได้ เช่น โครงการที่ก่อสร้างไม่เสร็จทันกำหนดตามระยะเวลา

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว คือ วิธีการที่แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่สำคัญ ๆ ของโครงการจะทำให้ NPV และ IRR หรือเกณฑ์การตัดสินใจเลือกลงทุนหลัก ๆ ที่ใช้ในการพิจารณาลงทุนในโครงการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ตัวแปรตัวใดที่ทำให้ NPV และ IRR หรือเกณฑ์การตัดสินใจเลือกลงทุนหลัก ๆ เปลี่ยนแปลงไปมากที่สุด ซึ่งตัวแปรดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับความเสี่ยงของโครงการที่ต้องการการวิเคราะห์อย่างละเอียด

วิธีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจะทำการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่สำคัญ ๆ ทีละตัวโดยให้ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่ และดูการเปลี่ยนแปลงของ NPV และ IRR หรือเกณฑ์การตัดสินใจเลือกลงทุนหลัก ๆ และนำข้อมูลที่ได้มา รวบรวมเพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการต่อไป การวิเคราะห์ความอ่อนไหวมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ, 2540)

ขั้นที่ 1 คำนวณ NPV และ IRR หรือเกณฑ์การตัดสินใจเลือกลงทุนหลัก ๆ จากข้อมูลพื้นฐานของโครงการ

ขั้นที่ 2 พิจารณาตัวแปรสำคัญของโครงการว่ามีตัวแปรอะไรบ้างที่เมื่อเปลี่ยนแปลงแล้วจะส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของโครงการ ตัวแปรเหล่านี้ส่วนมากได้แก่ ปริมาณขาย ราคาขาย ต้นทุนราคาค่าก่อสร้าง เป็นต้น

ขั้นที่ 3 กำหนดร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่าง ๆ จากขั้นที่ 2 ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น เช่น หากรายได้เพิ่มขึ้น หรือลดลงจากข้อมูลพื้นฐาน ร้อยละ 5 หรือร้อยละ 10

ขั้นที่ 4 นำตัวแปรที่ควรพิจารณาความอ่อนไหวของการเปลี่ยนแปลงมาคำนวณว่าถ้าค่าของตัวแปรดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปตามอัตราร้อยละที่พิจารณาไว้ในขั้นที่ 3 โดยตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ ค่าของ NPV และ IRR หรือเกณฑ์การตัดสินใจเลือกลงทุนหลัก ๆ จะเป็นเท่าใด

ขั้นที่ 5 นำข้อมูลที่ได้จากขั้นที่ 4 มาทำการสรุปรวมเป็นตาราง หรือสร้างรูปภาพแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัวที่พิจารณากับค่า NPV และ IRR หรือเกณฑ์การตัดสินใจเลือกลงทุนหลัก ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อวิเคราะห์ และสรุปถึงความเสี่ยงของโครงการ

#### การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT)

ค่าความแปรเปลี่ยนของโครงการ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ (Percentage Change) ของปัจจัยที่เชื่อว่ามีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของโครงการ ซึ่งทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ เนื่องจากภายใต้ข้อสมมติที่เป็นไปได้มากที่สุด NPV มีค่าเป็นบวก ณ ระดับหนึ่ง ถ้าหากปัจจัยที่มีอิทธิพล (Influential Factors) ลดลงร้อยละ 10 แล้วทำให้ค่า NPV ของโครงการเท่ากับศูนย์ นั่นหมายความว่าค่าความแปรเปลี่ยนคือ ร้อยละ 10 ดังนั้นระดับความเสี่ยงภัยในโครงการจึงถูกกำหนดได้โดยขนาดของค่าความแปรเปลี่ยน การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (SVT) แยกได้เป็น 2 วิธีดังนี้(สุรพล พุมมี, 2544)

1. การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน (SVT<sub>C</sub>) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงคิดเป็นร้อยละของต้นทุนโครงการที่สามารถเพิ่มขึ้นได้ ก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์

$$SVT_C = \frac{NPV}{PVC} \times 100$$

โดยกำหนดให้

SVT <sub>C</sub>	คือ	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน
NPV	คือ	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ
PVC	คือ	มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน

2. การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์ (SVT<sub>B</sub>) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงคิดเป็นร้อยละของผลประโยชน์ของโครงการที่สามารถลดลงได้ ก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์

$$SVT_B = \frac{NPV}{PVB} \times 100$$

โดยกำหนดให้

SVT <sub>B</sub>	คือ	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์
NPV	คือ	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ
PVB	คือ	มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์

ถ้า SVT<sub>C</sub> หรือ SVT<sub>B</sub> ที่คำนวณได้มีค่าสูง หมายความว่า ความเสี่ยงภัยในโครงการอยู่ในระดับต่ำ และถ้า SVT<sub>C</sub> หรือ SVT<sub>B</sub> ที่คำนวณได้มีค่าต่ำ หมายความว่า ความเสี่ยงภัยในโครงการอยู่ในระดับสูง แล้วถ้าหาก SVT<sub>C</sub> > SVT<sub>B</sub> หมายความว่า ด้านต้นทุนมีความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงปัจจัยน้อยกว่าด้านผลประโยชน์ ในทางกลับกันถ้า SVT<sub>C</sub> < SVT<sub>B</sub> หมายความว่า ด้านต้นทุนมีความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงปัจจัยมากกว่าด้านผลประโยชน์

#### ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดบริการ

ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดบริการหรือองค์ประกอบทั้ง 8 ของการบริหารบริการแบบผสมผสานซึ่งธุรกิจจะต้องนำมาใช้ร่วมกัน เพราะว่สินค้าบริการมีความแตกต่างจากสินค้าปกติก็คือ องค์ประกอบทั้ง 8 นี้ต้องทำงานสอดประสานกันเป็นขั้นตอนที่สม่ำเสมอ มีประสิทธิภาพผสมกลมกลืนไปด้วยกันเป็นทีมอยู่ตลอดเวลา ซึ่งไม่เหมือนกับ 4Ps ของสินค้าแบบเดิมที่ถึงแม้จะผสมกันจริงแต่ก็ยังมีแบ่งขอบเขตงานแยกออกจากกันได้ชัดเจนมากกว่าสินค้าบริการ ดังนั้น 8Ps จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (อตุลย์ จาตุรงค์กุล, 2546)

เมื่อพิจารณากลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรม โดยปกตินักการตลาดจะยึดถือองค์ประกอบของกลยุทธ์เบื้องต้น 4 ประการคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) การกำหนดราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ซึ่งหมายถึง 4Ps ของส่วนผสมการตลาดแต่อย่างไรก็ตามจากลักษณะเด่นพิเศษของการใช้บริการ ทำให้จำเป็นที่ต้องรวม

องค์ประกอบทางด้านกลยุทธ์อื่นๆ เข้าไว้ด้วยกันในกลยุทธ์การบริการ นั่นก็คือ การใช้ 8Ps ในการบริหารบริการแบบผสมผสานหรือบูรณาการ ซึ่งอธิบายถึงตัวแปรในการตัดสินใจ 8 ประการที่ผู้บริหารต้องพิจารณา ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Elements) ผู้บริหารจะต้องมีการพิจารณาผลิตภัณฑ์ทั้งผลิตภัณฑ์หลัก (Core Service) และองค์ประกอบเสริม (Supplementary Service) ในส่วนที่เป็นบริการควบคู่กับผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด และลูกค้า โดยสิ่งที่ผู้บริหารพิจารณา คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขันทำได้มากน้อยเพียงใด

2. ราคา (Price) องค์ประกอบนี้ นอกเหนือจากในเรื่องของราคาตามปกติที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเหมือนกับราคาของสินค้าแบบเดิมแล้ว ผู้บริหารยังจะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ลูกค้าต้องสูญเสียไปในการมาใช้บริการตลอดจนความรู้สึกทางด้านร่างกายและจิตใจที่อาจออกมาในแง่ลบ ไม่พอใจต่อการบริการที่ได้รับ เนื่องจากบริการไม่ได้เป็นไปตามที่คาดไว้ ดังนั้นจะต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสมในเรื่องราคาที่เป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้

3. สถานที่ ไชเบอร์สเปซ และ เวลา (Place, Cyberspace and Time) ในการส่งมอบองค์ประกอบของสินค้าไปสู่ลูกค้านั้นต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ รวมไปถึงช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นได้ทั้งช่องทางทั่วไปและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบ บริการข่าวสารข้อความและอินเทอร์เน็ตช่วยให้ข้อมูล ไชเบอร์สเปซ ไปยังลูกค้าในเวลาที่ต้องการโดยผ่านทางโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ บริษัทอาจส่งมอบผลิตภัณฑ์บริการถึงลูกค้าโดยตรง หรือใช้การผ่านตัวการซึ่งเป็นองค์กรอื่นได้ เช่น ร้านค้าปลีกซึ่งเป็นของบริษัทอื่น โดยจะได้รับค่าธรรมเนียมหรือเปอร์เซ็นต์จากราคาขายและติดต่อกับลูกค้า สิ่งสำคัญที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการได้แก่ ความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่มีโปรแกรมการตลาดใดจะสำเร็จลงได้โดยปราศจากโปรแกรมการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ องค์ประกอบมีบทบาทสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ให้ข่าวสารและคำแนะนำที่จำเป็น จูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมลูกค้าให้เกิดปฏิกิริยาเมื่อถึงเวลาอันควร ในการตลาดบริการสื่อสารส่วนมากมีลักษณะคล้ายกับการ

อบรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มลูกค้าใหม่ บริษัทอาจต้องให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของบริการ สถานที่และบริการที่จะใช้บริการ รวมถึงวิธีการเข้าร่วมในกระบวนการส่งมอบบริการอย่างได้ผล หรืออาจหมายถึงการสร้างความคิดความเข้าใจให้ลูกค้าได้รู้ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดจะเกี่ยวข้องกับวิธีการต่างๆที่ได้สื่อสารให้ถึงตลาดเป้าหมายได้ ให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่าต้องมีจำหน่าย ณ ที่ใด ณ ระดับราคาใด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการให้สิทธิพิเศษในการเรียนต่างๆ

5. บุคคล (People) ผลิตภัณฑ์บริการทั้งหลายขึ้นอยู่กับคนที่บุคคลปฏิบัติต่อกันทั้งสองฝ่าย คือ ระหว่างลูกค้ากับพนักงานของบริษัท สภาพของการปฏิบัติต่อกันสองฝ่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก ลูกค้ามักตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพที่เขารับจากการประเมินบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการ บริษัทที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักทุ่มเทความพยายามอย่างมากกับการรับและคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม การจูงใจพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีหน้าที่ติดต่อโดยตรงกับลูกค้า

6. กระบวนการ (Process) ในการสร้างและส่งมอบสินค้าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้านั้นต้องมีการออกแบบและจัดการกระบวนการในเชิงปฏิบัติการอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตรงเวลา มีคุณภาพสม่ำเสมอ กระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่าเป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบการบริการต้องดำเนินไป กระบวนการผลิตบริการที่ออกแบบมาไม่ดีมักจะสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้าเนื่องจากอาจมีความล่าช้า มีขั้นตอนมาก และประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ในขณะที่เดียวกันกระบวนการผลิตบริการที่ไม่ดีก็ส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ให้บริการลูกค้าในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงคุณภาพของผลผลิตในการบริการและความล้มเหลวในการบริการในที่สุด

7. หลักฐานที่เป็นตัววัตถุ (Physical Evidence) หรือ ภาพลักษณ์ทางกายภาพ นับเป็นองค์ประกอบที่มีส่วนในการช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าการนั้นมีคุณภาพ ที่ความเหมาะสม มีประสิทธิภาพด้วยเช่นเดียวกัน องค์ประกอบนี้ได้แก่ รูปร่างของตัวตึก สวนหย่อม พาหนะเฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง เครื่องมือ ป้าย วัสดุสิ่งพิมพ์ และสิ่งเร้าที่สามารถมองด้วยตาเปล่า ทั้งหมดนี้เป็นหลักฐานเสริมสิ่งที่มองเห็นได้ และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการของบริษัท ธุรกิจด้านบริการ จำเป็นต้องบริหารหลักฐานที่เป็นตัววัตถุอย่างรอบคอบเนื่องจากอาจมีผลกระทบอย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้าได้ ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าบริการเป็นสิ่งจับต้องและประเมินได้ยาก ลูกค้าจึงมักไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่อยู่ใกล้เคียงที่เป็นองค์ประกอบได้ ซึ่งในกรณี

ของโรงเรียนกวดวิชามีลักษณะทางกายภาพที่ส่งเสริมภาพพจน์ของโรงเรียน เช่น อาคาร สถานที่ ลักษณะห้องเรียน การตกแต่งอาคาร เอกสารประชาสัมพันธ์ เครื่องแบบเจ้าหน้าที่ เป็นต้น

8. ผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Service Quality) องค์กรประกอบเหล่านี้โดยมากมักจะพิจารณาแยกกันทีละส่วน แต่ไม่ควรพิจารณาองค์ประกอบเหล่านี้แยกกันโดยเด็ดขาด การปรับปรุงผลผลิตเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพ แต่ผู้บริหารต้องระมัดระวังไม่ให้มีการลดคุณภาพและระดับการบริการลงอย่างไม่เหมาะสม จนลูกค้าเกิดความไม่พอใจ คุณภาพของบริการตามที่ถูกค้ำกำหนดเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจะทำให้เกิดความเห็นแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ธุรกิจจำเป็นต้องมีการรักษาระดับบริการ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภครู้สึกพอใจและเกิดความภักดีในการใช้บริการ อย่างไรก็ตามการปรับปรุงคุณภาพโดยปราศจากความเข้าใจถึงต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่เพิ่มขึ้น อาจทำให้บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรพร้อมกับมีความเสี่ยงสูงในเวลาเดียวกัน ซึ่งในกรณีของโรงเรียนกวดวิชาต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการสอน มีเทคนิคการสอนใหม่ๆ มีเครื่องมือที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักเรียน เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 8 ประการเป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ โดยกลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้นั้น ถ้าเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายย่อมเป็นประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรินทิพย์ สิงห์อุสาหะ (2539) ศึกษาเรื่องการลงทุนทางการศึกษาของโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการลงทุนทางการศึกษาลักษณะและปัญหาของการลงทุนทางการศึกษา และศึกษาค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักเรียนของโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษาในกรุงเทพมหานคร โดยทำการออกแบบสำรวจโรงเรียนเพิ่มเติมจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน และออกแบบสอบถามผู้รับใบอนุญาตโรงเรียน แบบสอบถามผู้ปกครองนักเรียน ซึ่งได้มีการแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนคือ 1) ข้อมูลในการลงทุนทางการศึกษาของโรงเรียน 2) ลักษณะและปัญหาในการลงทุนการศึกษาของโรงเรียน 3) ค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักเรียน

จากการศึกษาในส่วนที่ 1 พบว่า การลงทุนด้านการศึกษา โรงเรียนมีรายได้จากค่าธรรมเนียมการเรียนจากนักเรียน ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากงบดำเนินการประเภทเงินเดือนและค่าจ้าง และงบลงทุนประเภทที่ดินมากกว่าค่าใช้จ่ายประเภทอื่น ผลตอบแทนสุทธิที่ได้จากการลงทุนงบดำเนินการและงบลงทุนโรงเรียนส่วนใหญ่จะขาดทุน ส่วนที่ 2 ลักษณะและปัญหาในการลงทุนทางการศึกษาของโรงเรียน เงินทุนของการจัดตั้งโรงเรียนส่วนใหญ่มาจากการกู้ยืมเงินจากธนาคาร ปัญหาที่พบจากการศึกษาคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีอัตราสูง การเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาได้ไม่ตรงเวลา ทำให้มีเงินอุดหนุนไม่เพียงพอ เงินเดือนครูมีอัตราสูงและครูลาออกบ่อย ซึ่งโรงเรียนกวดวิชาต้องการความช่วยเหลือจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน และควรแก้ปัญหาโดยมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องโดยการไม่เรียกบรรจุครูกลางปี ส่วนที่ 3 ศึกษาค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักเรียนพบว่า ค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักเรียนในโรงเรียนประเภทไม่รับเงินอุดหนุนนั้นสูงกว่าโรงเรียนประเภทที่รับเงินอุดหนุน

งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางในการศึกษาองค์ประกอบของต้นทุนในการจัดตั้งโรงเรียนและค่าใช้จ่ายต่างๆของโรงเรียนกวดวิชา

เจริญพร แก้วละเอียด (2543) ศึกษาค่านิยมที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพเงื่อนไข ความจำเป็นและค่านิยมที่มีต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ศึกษากระบวนการตัดสินใจในการเรียนกวดวิชา การเลือกรายวิชาเรียน สถานที่เรียน และการเลือกอาจารย์ผู้สอน

จากการศึกษาพบว่าสภาพเงื่อนไขความจำเป็นที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชา เกิดจาก 3 ปัจจัยคือ ปัจจัยแรกตัวผู้เรียนต้องการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย การเลือกคณะที่เป็นที่นิยม และการคล้อยตามกันของกลุ่มเพื่อน ปัจจัยที่ 2 เกิดจากผู้ปกครอง ซึ่งต้องการให้บุตรมีโอกาสเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาและชี้แนะในการเลือกคณะและวิชา ปัจจัยสุดท้ายคือการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนมัธยมศึกษาโดยนำหลักสูตร โครงสร้าง 3 มาใช้ วิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และวิธีการที่ไม่เหมาะสมในการคัดเลือกนักเรียนเข้าศึกษาต่อในสายวิทยาศาสตร์ ในเรื่องกระบวนการตัดสินใจในการเรียนกวดวิชานั้นเพื่อเสริมความรู้และเกรดให้สูงขึ้น การตัดสินใจในการเรียนวิชานั้นจะพิจารณาเลือกวิชาที่ใช้ทักษะในการคิดแก้ปัญหาโจทย์ ส่วนการเลือกผู้สอนและโรงเรียนกวดวิชาเกิดจากการคล้อยตามของกลุ่มเพื่อนซึ่งบอกต่อกัน สำหรับค่านิยมที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาเกิดจากความเชื่อของนักเรียนที่ว่า มีเทคนิคลับในการเรียนหรือการทำ โจทย์ มีวิธีการสอนโดยการเชื่อมโยงกับเนื้อหาบทเรียน มีจุดมุ่งหมายการสอนที่ต่างไปจากโรงเรียน

มัธยมศึกษาทั่วไป มีการสอนที่มีคุณภาพจากอาจารย์ที่มาจากมหาวิทยาลัย ข้อสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยไม่กระจายเนื้อหาบทเรียน การกวดวิชาไม่ได้ยืนยันว่าจะต้องสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ การกวดวิชานั้นไม่ส่งผลเสียต่อการเข้าร่วมกิจกรรมใน โรงเรียนและการกวดวิชาถือเป็นการลงทุนทางการศึกษาอย่างหนึ่ง

งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางศึกษาความสัมพันธ์ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา กับปัจจัยทางด้านสังคมและผู้ปกครอง และได้รับความรู้เกี่ยวกับค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการเรียนกวดวิชา มาเป็นแนวทางในการศึกษาและสร้างแบบสอบถาม

สรวิศ ปานเจริญ (2544) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ และเพื่อจัดลำดับความสำคัญของแรงจูงใจในการเลือกสถาบันกวดวิชาเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีสถาบันกวดวิชา 3 สถาบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ และเพื่อจัดลำดับความสำคัญของแรงจูงใจในการเลือกสถาบันกวดวิชา เข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

ผลจากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนมากมีอายุ 16 ปี ต้องการเข้าเรียนโรงเรียนเตรียมทหาร ในเหล่าตำรวจ โดยมีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.01-3.00 นักเรียนมีแรงจูงใจในการเลือกสถาบันกวดวิชา เข้าโรงเรียนเตรียมทหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง คือ ด้านสถาบัน ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน ด้านอิทธิพลการชักจูงจากบุคคลและสื่อ และด้านสถานที่ตั้ง โดยเรียงจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ส่วนรายได้ของผู้ปกครองนักเรียนที่ต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกสถาบันกวดวิชาในด้านสถาบัน ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน ด้านสถานที่ตั้ง และด้านอิทธิพลการชักจูงจากบุคคลและสื่อ ไม่แตกต่างกัน

งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางศึกษาหลักการของปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ผู้วิจัยจึงเลือกโรงเรียนกวดวิชาที่ได้รับความนิยมจากนักเรียนในจังหวัดลพบุรีจำนวน 3 แห่ง และได้้นำปัจจัยทางด้านสถาบัน สถานที่ตั้ง การชักจูงจากบุคคลที่ได้จากการศึกษางานวิจัยนี้มาสร้างแบบสอบถาม

พงศ์วัลย์ ทวีวงศ์ (2545) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดระยอง เครื่องมือที่ใช้

ในการวิจัย คือ แบบสอบถามปัจจัยด้านการเรียนกวดวิชา และแบบสอบถามระดับแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียน

ผลการศึกษาพบว่า แผนการเรียนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับระดับแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอน ระดับชั้นเรียน รายได้ของผู้ปกครอง และปัจจัยด้านการเรียนกวดวิชา 4 ด้าน คือ ด้านวิชาการ ด้านสภาพแวดล้อมในการเรียน ด้านอิทธิพลชักจูงจากบุคคลและสื่อ และด้านค่านิยมของสังคม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ปัจจัยด้านการเรียนกวดวิชาที่สามารถพยากรณ์ระดับแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียน ได้ดีที่สุด คือ ด้านค่านิยมของสังคม รองลงมาคือปัจจัยด้านวิชาการ และด้านสภาพแวดล้อมในการเรียนเป็นปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการกวดวิชาของนักเรียนเป็นอันดับสุดท้าย

งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชา และได้นำความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในโรงเรียนกวดวิชามาเป็นแนวทางในการศึกษาและสร้างแบบสอบถาม

ประภาวัลย์ ชวนไชยะกุล (2546) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเรียนกวดวิชา: กรณีศึกษานักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเดอะติวเตอร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเรียนกวดวิชาโดยจำแนกเป็นตัวแปรด้านบุคคลผู้ให้เรียนกวดวิชา ด้านวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชา ด้านแรงจูงใจจากการเรียนกวดวิชาและด้านผลการเรียนในระบบโรงเรียน

จากการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา มีความพึงพอใจสูงกว่าระดับปานกลาง คือปัจจัยด้านกายภาพ ความมั่นคงและความปลอดภัย ความเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ การได้รับการยกย่องการรู้จักตนเองและการพัฒนาตนเอง ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคล ผู้จูงใจให้กวดวิชา ด้านวัตถุประสงค์การเรียน ด้านแรงจูงใจจากโรงเรียนกวดวิชา ด้านการคมนาคมพบว่า ปัจจัยด้านการคมนาคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจในการเรียนกวดวิชา จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยในทุกๆด้านที่งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาล้วนมีความสัมพันธ์กับการเรียนกวดวิชา ยกเว้นแต่ด้านการคมนาคมนั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเรียนกวดวิชา

งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดกับการเรียนกวดวิชา ผู้วิจัยจึงได้รับความรู้เกี่ยวกับปัจจัยปัจจัยด้านการคมนาคมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเรียนกวดวิชา

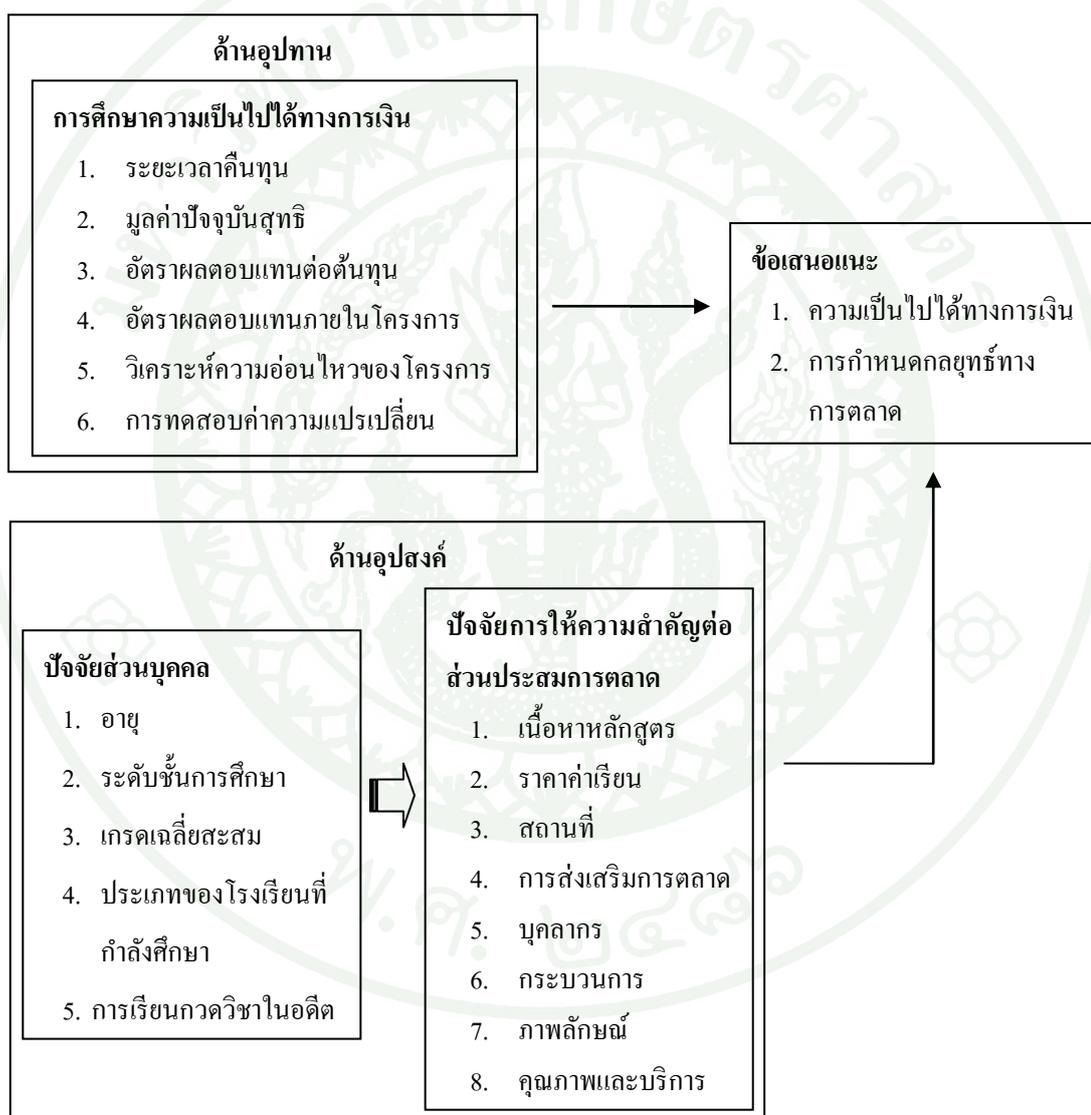
สุทิศา ประพันธ์ (2547) ศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอน ในจังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ปกครอง ในจังหวัดระยองที่มีต่อการจัดตั้งโรงเรียนเอกชนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอน เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการจัดตั้งโรงเรียนเอกชนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอน ในจังหวัดระยอง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวมากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน และเห็นว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญมากในการดำรงชีวิตประจำวัน เหตุผลในการเลือกโรงเรียนให้บุตรหลานคือใกล้บ้าน ซึ่งผู้ปกครองส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโรงเรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอน โดยแหล่งข้อมูลที่ได้รับส่วนมากมาจากญาติพี่น้องและคนรู้จัก ผู้ปกครองมีความสนใจที่จะส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอน เนื่องจากต้องการให้บุตรหลานมีความรู้ความสามารถในภาษาอังกฤษ สำหรับอัตราค่าเรียนที่คิดว่าเหมาะสมคือ 15,000 – 20,000 บาท ต่อภาคการศึกษา ส่วนผู้ปกครองที่ไม่เห็นด้วยเนื่องจากค่าเล่าเรียนสูงกว่าโรงเรียนที่ใช้ภาษาไทยเป็นสื่อการสอน ผู้ปกครองเห็นว่าผลดีของโรงเรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอนที่เกิดขึ้นกับสังคม คือ ผลิตผู้ที่มีความรู้ ทักษะด้านภาษาอังกฤษมากขึ้น ติดต่อกิจการกับชาวต่างชาติได้ดีขึ้น ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการในการลงทุนระยะเวลา 20 ปี ที่ระดับอัตราคิดลดร้อยละ 7 พบว่า โครงการมีความน่าสนใจและคุ้มค่าต่อการลงทุน

งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการว่ามีความคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่ รวมถึงแนวคิดในการสร้างแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

## กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิด และแนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาและการให้ ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบ เข้าโรงเรียนเตรียมทหารสามารถแสดงในภาพ 1 ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัด ลพบุรีเพื่อสอบเข้าเตรียมทหาร

### บทที่ 3

#### วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินและศึกษาการให้ความสำคัญส่วน  
ประสมการตลาดของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้า โรงเรียนเตรียม  
ทหาร โดยมีวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้คัดเลือกตัวอย่างจากผู้ประกอบการ  
โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ ที่มี  
ขนาดใหญ่ซึ่งมีนักเรียนตั้งแต่ 100 คน ขึ้นไปในปี พ.ศ.2550 ช่วงเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน ซึ่ง  
มีจำนวน 3 โรงเรียนดังนี้

1. โรงเรียนกวดวิชาดาวตะวัน	มีจำนวนนักเรียน	600 คน
2. โรงเรียนกวดวิชาจักรดาว	มีจำนวนนักเรียน	300 คน
3. โรงเรียนกวดวิชานารายณ์บัณฑิต	มีจำนวนนักเรียน	150 คน
	รวมทั้งหมด	1,050 คน

จากผลการสำรวจจำนวนนักเรียนของโรงเรียนกวดวิชาทั้ง 3 โรงเรียนนี้ มีขนาดของ  
ประชากรรวมกันทั้งหมด 1,050 คน เมื่อได้ขนาดของประชากรแล้วนำมาคำนวณหาขนาด  
ตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตร ซึ่งเป็นการใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณี  
ที่ทราบจำนวนประชากร (Yamane อ้างใน บุญธรรม จิตต่อนันต์ 2540: 70) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ

n	=	จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ (คน)
N	=	จำนวนประชากร (คน)
e	=	ค่าคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า ซึ่งในที่นี้ กำหนดให้เท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น} \quad n &= \frac{1,050}{1 + 1,050 \times (0.05)^2} \\ n &= 289.65 \end{aligned}$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 290 คน เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดแล้ว จะต้องทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากร ดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างแต่ละกลุ่ม} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ} \times \text{จำนวนนักเรียนของโรงเรียนแต่ละแห่ง}}{\text{จำนวนนักเรียนทั้งหมด}}$$

โดยสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้ คือ จะทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งในการแบ่งกลุ่มของนักเรียนแต่ละกลุ่มใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างประชากร 1,050 คน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 290 คน จำแนกออกเป็น 3 กลุ่มตาม โรงเรียนกวดวิชา แบ่งสัดส่วนของนักเรียนเพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม และใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อสุ่มตัวอย่างจากนักเรียนแต่ละกลุ่มตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะได้สัดส่วนของประชากรครบทุกกลุ่มตามที่ควรเป็น ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนที่เรียนใน โรงเรียนกวดวิชาต่างๆ ในจังหวัดลพบุรี

โรงเรียนกวดวิชา	จำนวนนักเรียนทั้งหมด (คน)	ร้อยละ	จำนวนนักเรียนตัวอย่าง (คน)
ดาวตะวัน	600	57.14	165
จักรดาว	300	28.57	83
นารายณ์บัณฑิต	150	14.29	42
<b>รวม</b>	<b>1,050</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>

ที่มา: จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาทฤษฎี และแนวคิดต่างๆตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นการสอบถามผู้ประกอบการและแบบสอบถามนักเรียนกวดวิชาดังนี้ คือ

1. แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน (ภาคผนวก ก) คือ

ส่วนที่ 1 การสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยนำข้อมูลทั่วไปมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ในเชิงบรรยาย

ส่วนที่ 2 การสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินของผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมาประกอบการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยการสอบถามมีโครงสร้าง

2. แบบสอบถามนักเรียนที่เข้ากวดวิชาในโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารทั้ง 3 โรงเรียน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน (ภาคผนวก ก) คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลสถานภาพทั่วไปของนักเรียนที่เรียนกวดวิชาในโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารทั้ง 3 โรงเรียน คือ โรงเรียนกวดวิชาดาวตะวัน โรงเรียนกวดวิชาจักรดาว โรงเรียนกวดวิชานารายณ์บัณฑิต โดยใช้ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกให้ความสำคัญในปัจจัยต่างๆที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) โดยมีระดับมาตราส่วน 10 ระดับเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของนักเรียนในการให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด

## วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้ประกอบการกิจการโรงเรียนกวดวิชา โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการตอบแบบสอบถามของนักเรียนที่ทำการกวดวิชาที่โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร จำนวน 290 ชุด

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้มาจากภายในองค์กรและภายนอกองค์กร โดยข้อมูลภายในองค์กร ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆของโรงเรียนกวดวิชา ส่วนข้อมูลภายนอกองค์กร ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวกับสถิติต่างๆ ข้อจำกัด หรือเงื่อนไขทางกฎหมายในการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งได้จากการค้นคว้าจากรายการเอกสารทางวิชาการและสิ่งตีพิมพ์ทางเศรษฐศาสตร์

## วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสองวิธีการคือการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) เพื่อทราบถึงลักษณะทั่วไปของโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร รวมถึงวิธีการ และข้อกำหนดของการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้หลักการวิเคราะห์ต้นทุน – ผลประโยชน์ โดยระบุรายการต้นทุนและผลประโยชน์ที่เกิดจากการมีโครงการ เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการว่ามีความเป็นไปได้ทางการเงินหรือไม่ โดยมีองค์ประกอบของต้นทุนและผลประโยชน์ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ (ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ, 2540) ประกอบด้วย

### 2.1 ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

#### 2.1.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ ประกอบด้วย

ก. ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน

- ข. ค่าออกแบบแปลน โรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง
- ค. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

### 2.1.2 ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ประกอบด้วย

- ก. ค่าที่ดิน
- ข. ค่าสิ่งปลูกสร้าง
- ค. ค่าครุภัณฑ์
- ง. ค่าซื้อครุภัณฑ์ทดแทน ทำการซื้อทดแทนครุภัณฑ์เก่า ทุกๆ 5 ปี

### 2.1.3 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ประกอบด้วย

- ก. เงินเดือนและค่าจ้างบุคลากร
- ข. ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตรตุลาคมและมกราคม
- ค. ค่าจ้างเหมาซัก-รีด เฉพาะหลักสูตรตุลาคมและมกราคม
- ง. ค่าบำรุงรักษาสิ่งก่อสร้างและครุภัณฑ์
- จ. ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา
- ฉ. ค่าสาธารณูปโภค
- ช. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับบุคลากร
- ซ. ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน
- ฌ. การชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยจ่าย
- ญ. ภาษีโรงเรือนและที่ดิน
- ฎ. ค่าเสื่อมราคา

## 2.2 ผลประโยชน์รวมของโครงการ ประกอบด้วย

### 2.2.1 ค่าลงทะเบียนเรียน

ผลประโยชน์หรือรายได้จากการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร คือ ค่าลงทะเบียนเรียน โดยมีข้อสมมติคือ โรงเรียนเปิดสอนทั้งหมด 4 หลักสูตร คือ

หลักสูตรมีนาคม หลักสูตรตุลาคม หลักสูตรวันเสาร์-อาทิตย์ (เทอมต้น) และหลักสูตรวันเสาร์-อาทิตย์ (เทอมปลาย) และมีจำนวนห้องเรียนที่เปิดสอนในปีต่างๆดังนี้

- ปีที่ 1 เปิดสอนจำนวน 4 ห้องเรียนทุกหลักสูตร
- ปีที่ 2 เปิดสอนจำนวน 5 ห้องเรียนทุกหลักสูตร
- ปีที่ 3 เปิดสอนจำนวน 6 ห้องเรียนทุกหลักสูตร
- ปีที่ 4 และปีต่อไป เปิดสอนจำนวน 7 ห้องเรียนทุกหลักสูตร

ในแต่ละห้องมีจำนวนนักเรียนเต็มตามจำนวน คือ ห้องเรียนละ 30 คน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนห้องเรียนและจำนวนนักเรียนตลอดอายุโครงการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4และปีต่อไป
จำนวนห้องเรียนที่เปิดสอน (ห้อง)	4	5	6	7
จำนวนนักเรียนต่อห้อง (คน)	30	30	30	30
จำนวนนักเรียนทั้งหมด (คน)	120	150	180	210

### 2.2.2 รายได้อื่นๆ ได้แก่ ค่าเช่าสถานที่เพื่อขายสินค้า

3. ข้อมูลทางการเงินของโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารใช้ดัชนีชี้วัดความคุ้มค่าของโครงการเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาในข้อที่ 1 ดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์ต้นทุน – ผลประโยชน์ทางการเงิน ใช้หลักการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-Benefit Analysis) เพื่อทำการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายจากการลงทุนและผลประโยชน์ ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงความเหมาะสมสำหรับการลงทุนของโครงการ เพื่อดูว่าการมีโครงการจะมีความเป็นไปได้หรือไม่อย่างไร ประกอบด้วยดัชนีดังต่อไปนี้

3.1.1 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนแบบไม่ปรับค่าเวลา ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PBP)

### 3.1.2 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อลงทุนแบบปรับค่าเวลา ได้แก่

- ก. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)
- ข. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)
- ค. อัตราส่วนอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุน (Benefit Cost Ratio:

BCR)

4. ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ทางการเงินโดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจแบบปรับค่าเวลามาวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหว 3 กรณี คือ

กรณีที่ 1 พิจารณาด้านต้นทุน เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยกำหนดให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ผลประโยชน์คงที่ ซึ่งในการกำหนดร้อยละของค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นได้กำหนดให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม

กรณีที่ 2 พิจารณาด้านผลประโยชน์ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านผลประโยชน์ โดยกำหนดให้ผลประโยชน์ลดลง ต้นทุนคงที่ ซึ่งในการกำหนดร้อยละของผลประโยชน์ที่ลดลงได้กำหนดให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม

กรณีที่ 3 พิจารณาด้านต้นทุน เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านผลตอบแทนของบุคลากร โดยกำหนดให้ผลตอบแทนของบุคลากรเพิ่มขึ้น ผลประโยชน์คงที่ ซึ่งในการกำหนดร้อยละของผลตอบแทนของบุคลากรที่เพิ่มขึ้นได้กำหนดให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม

5. วิเคราะห์ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของโครงการ โดยทำการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test) เพื่อทดสอบดูว่าหากสถานการณ์เกิดการเปลี่ยนแปลงไป โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุน และผลประโยชน์ของโครงการว่าจะส่งผลอย่างไรต่อความเป็นไปได้ของโครงการ โดยในการศึกษาครั้งนี้จะกำหนดให้มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านต้นทุนและผลประโยชน์

6. ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของนักเรียนที่ได้จากแบบสอบถามใช้สถิติร้อยละ ความถี่ กับ ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ใช้สถิติค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา และใช้ t-test และ ANOVA ในการ วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา

7. ในส่วนของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ของนักเรียน โดยใช้วัดการให้ความสำคัญต่อบัณฑิต ส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ใน จังหวัดลพบุรี สำหรับการให้ค่าวัดในแต่ละข้อนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดคะแนนความสำคัญโดยได้นำ ค่าเฉลี่ยมาจัดกลุ่มเพื่อแสดงระดับความสำคัญ โดยแบ่งเกณฑ์ความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ 1) ความสำคัญมาก 2) ความสำคัญค่อนข้างมาก 3) ความสำคัญปานกลาง 4) ความสำคัญค่อนข้างน้อย 5) ความสำคัญน้อย โดยนำคะแนนเต็มของความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ นักเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ในจังหวัดลพบุรีที่มีค่าสูงสุดลบด้วยค่า ต่ำสุด หารด้วยจำนวนชั้น ตามหลักเกณฑ์การกำหนดคะแนนเฉลี่ยการแบ่งอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{10 - 1}{5} \\ &= 1.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น จากความกว้างของอันตรภาคชั้นที่คำนวณได้ สามารถนำไปกำหนดช่วงคะแนน เฉลี่ยและแปลความหมายระดับความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียน โรงเรียนกวด วิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ในจังหวัดลพบุรี โดยแบ่งเป็น 5 ระดับจากนั้น ดังค่าต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ยที่นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 ถึง 2.80 หมายถึง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับ “น้อย”

ค่าเฉลี่ยมากกว่า 2.80 ถึง 4.60 หมายถึง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับ “ค่อนข้างน้อย”

ค่าเฉลี่ยมากกว่า 4.60 ถึง 6.40 หมายถึง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับ “ปานกลาง”

ค่าเฉลี่ยมากกว่า 6.40 ถึง 8.20 หมายถึง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับ “ค่อนข้างมาก”

ค่าเฉลี่ยมากกว่า 8.20 ถึง 10.00 หมายถึง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับ “มาก”

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการแจกแบบสอบถามนักเรียน โรงเรียนกวดวิชา จำนวน 3 โรงเรียน จำนวน 290 ราย โดยมีค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ANOVA และ Scheffe โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปมาทำการวิเคราะห์ผล โดยมีลำดับขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้จากนักเรียนเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนที่มีต่อการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาด โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแสดงความถี่ เป็นค่าร้อยละ แล้วนำมาเรียงลำดับจากมากไปน้อยเพื่อสรุปผลทัศนคติของนักเรียนเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาในข้อที่ 3

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ซึ่งทำการวิเคราะห์ด้วยการกำหนดน้ำหนักระดับความสำคัญในแต่ละข้อคำถามแล้วนำมาคะแนนมาสรุปทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อส่วนประสมการตลาดว่ามีทัศนคติอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 วิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อมาจัดลำดับตามช่วงคะแนนเพื่อสรุปทัศนคติของนักเรียน

3. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยจำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ ระดับชั้นที่ศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม โรงเรียนที่กำลังศึกษา รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง และการกวดวิชาในอดีต เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่

4

ข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีตัวแปรอิสระ 2 ตัว คือ ด้านโรงเรียนที่กำลังศึกษาและการกวดวิชาในอดีต ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test และในส่วนของข้อมูลที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 2 ตัวขึ้นไป คือ ด้านอายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรกลุ่ม กรณีพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis

## 1. ค่าสถิติพื้นฐาน

$$1.1 \text{ ค่าร้อยละ (Percentage)} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม}}{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด}} \times 100$$

### 1.2 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean: $\bar{X}$ )

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  คือ ค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง

$$\sum_{i=1}^n x_i \text{ คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด}$$

$n$  คือ จำนวนตัวอย่าง

### 1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S)

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

เมื่อ S คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$x_i$  คือ คะแนนแต่ละหน่วยตัวอย่าง

$\bar{x}$  คือ ค่าเฉลี่ย

$n$  คือ จำนวนตัวอย่าง

## 2. ค่าสถิติอ้างอิง

2.1 การทดสอบค่า t-test ใช้วิเคราะห์ข้อมูลการให้ความสำคัญต่อส่วนประสม การตลาดแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียน

เตรียมทหาการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่มีตัวแปรอิสระ 2 ตัว โดยมีสูตรในการคำนวณค่า t-test ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{s/\sqrt{n}}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	คือ	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	$\mu$	คือ	ค่าเฉลี่ยของประชากรที่กำหนด
	S	คือ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	n	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ทั้งนี้ จะใช้ t-test สำหรับทดสอบค่าความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดตามความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน คือ ด้านโรงเรียนที่กำลังศึกษา และด้านการกวดวิชาในอดีตที่ผ่านมา โดยมีสมมติฐานทางการวิจัยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักเรียนที่กำลังศึกษาในโรงเรียนของรัฐบาลและเอกชนให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 2 นักเรียนที่เคยเรียนและไม่เคยเรียนกวดวิชายอมให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 การทดสอบค่า ANOVA ใช้วิเคราะห์ข้อมูลการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรกลุ่มของข้อมูลที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 2 ตัวขึ้นไป โดยมีสูตรในการคำนวณค่า F-test สำหรับการวิเคราะห์ ANOVA ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

F	คือ	$\frac{\text{ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม}}{\text{ความแปรปรวนภายในกลุ่ม}}$
F	คือ	$\frac{MS_b}{MS_w}$

โดยที่	$MS_b = \frac{SS_b}{df_b}$
	$MS_w = \frac{SS_w}{df_w}$
เมื่อ	$MS_b$ คือ ผลรวมกำลัง 2 เฉลี่ยระหว่างกลุ่ม
	$MS_w$ คือ ผลรวมกำลัง 2 เฉลี่ยภายในกลุ่ม
	$SS_b$ คือ ผลรวมกำลัง 2 ระหว่างกลุ่ม
	$SS_w$ คือ ผลรวมกำลัง 2 ภายในกลุ่ม
	$df_b$ คือ ชั้นความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม
	$df_w$ คือ ชั้นความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

ทั้งนี้ จะใช้ F-test สำหรับการทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดตามความแตกต่างของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน ได้แก่ ด้านอายุของนักเรียน ด้านระดับชั้นที่กำลังศึกษา และด้านเกรดเฉลี่ยสะสม โดยมีสมมติฐานทางการวิจัยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 3 อายุของนักเรียนที่แตกต่างกันย่อมให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 4 ระดับชั้นที่กำลังศึกษาของนักเรียนที่แตกต่างกันย่อมให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 5 เกรดเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่แตกต่างกันย่อมให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Scheffe) ใช้ในการทดสอบความแตกต่างกันเป็นรายคู่ว่ามีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยจะทำการวิเคราะห์ต่อเมื่อผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ออกมาว่ากลุ่มต่างๆ มีความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

$$Sf = \sqrt{(k-1)F_{|\alpha, k-1, N-k|}} \sqrt{MSw \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ	MSw	คือ	ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	$n_i, n_j$	คือ	จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ i และ j
	N	คือ	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
	k	คือ	จำนวนกลุ่ม
	$\alpha$	คือ	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

## บทที่ 4

### การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชา

ในบทนำจะกล่าวถึงสภาพทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดลพบุรี ลักษณะทั่วไป ข้อมูลพื้นฐานของโรงเรียนกวดวิชา เพื่อนำหลักเกณฑ์ ข้อกำหนด วิธีการในการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

#### สภาพทางด้านเศรษฐกิจและการศึกษาของจังหวัดลพบุรี

สภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดลพบุรี ภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดลพบุรีขึ้นอยู่กับภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และค้าส่งค้าปลีก ภาพโดยรวมของสภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดลพบุรี ยังอยู่ในภาวะการชะลอตัวเช่นเดียวกับเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีปัจจัยทางลบที่เข้ามากระทบกับเศรษฐกิจ คือ ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นและยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง อัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูง (ประภาพร ศรีสะเกษ, 2551) รวมทั้งปัญหาความไม่ชัดเจนทางการเมืองส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน แต่ยังมีปัจจัยบวก มีมาตรการเร่งรัดการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ ส่งผลให้การใช้จ่ายภาครัฐมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุนดีขึ้น และราคาสินค้าเกษตรซึ่งเป็นอาชีพหลักของประชาชนในจังหวัดมีแนวโน้มดีขึ้น

#### ข้อมูลพื้นฐานของโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารต้องอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ โดยอาศัยระเบียบข้อบังคับของกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานโรงเรียนเอกชนประเภทกวดวิชา พ.ศ.2545 ซึ่งมีการแก้ไขปรับปรุงใหม่จากปี พ.ศ.2534 ให้มีความเหมาะสมและเป็นประโยชน์แก่นักเรียนมากขึ้น ดังนี้

## 1. ลักษณะการจัดการเรียนการสอน

จัดการเรียนการสอนโดยใช้ครูเป็นผู้สอน โดยการสอนสดจากครู อาจารย์ทุกชั่วโมง วิชาที่สอนได้แก่ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย สังคม

## 2. สถานที่จัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาและอาคาร

2.1 สถานที่และบริเวณที่ตั้ง โรงเรียนต้องมีลักษณะกว้างขวางและเหมาะสมพอแก่กิจกรรมของโรงเรียน โดยต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 100 ตารางเมตร ไม่ขัดต่อสุขลักษณะหรืออนามัยของนักเรียน การคมนาคมสะดวก ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ไม่อยู่ใกล้โรงงานอุตสาหกรรมที่อาจจะเกิดภัยอันตรายใดๆ หรืออยู่ใกล้สถานที่ที่ไม่เหมาะสมแก่กิจการของโรงเรียน

2.2 ต้องมีสิทธิ์ในอาคารหรือในกรณีเช่าต้องมีสัญญาเช่าอาคารจากผู้มีสิทธิ์ในการให้เช่ามีกำหนดระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยระบุวัตถุประสงค์การเช่าเพื่อใช้ในการจัดตั้งโรงเรียน ยกเว้นกรณีเช่าที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ที่ราชพัสดุ ที่ศาสนสมบัติกลางที่ธรณีสงฆ์ หรือที่องค์การของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ

2.3 อาคารต้องเป็นเอกเทศ หรืออาคารร่วมกันต้องแยกเป็นสัดส่วนไม่ปะปนกับกิจการอื่นและเป็นอาคารที่มีความมั่นคงแข็งแรงเพียงพอที่จะใช้จัดการเรียนการสอน

2.4 ต้องเป็นอาคารที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างหรือใบอนุญาตเพิ่มเติมอาคารจากทางราชการให้ใช้เป็นอาคารเรียนเพื่อการศึกษา เว้นแต่ในกรณีที่ไม่สามารถหาเอกสารจากทางราชการได้ให้วิศวกรที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพวิศวกรรมเป็นผู้ตรวจสอบและรับรองความมั่นคงแข็งแรงของอาคาร

## 3. ห้องเรียน

ห้องเรียนที่จัดการเรียนการสอนที่ใช้ครูเป็นผู้สอน ใช้เกณฑ์ความจุ 1 ตารางเมตรต่อนักเรียน 1 คน จำนวนนักเรียนไม่เกินห้องละ 45 คน ในการศึกษาครั้งนี้จะกำหนดให้มีจำนวนนักเรียน 30 คนต่อห้องเรียน และเป็นห้องเรียนปรับอากาศทุกห้องเรียน

#### 4. การจัดการสถานที่และความปลอดภัย

4.1 ห้องเรียน ห้องประกอบ ต้องมีแสงสว่างพอเพียงและมีระบบถ่ายเทอากาศที่ถูกต้อง  
สุขลักษณะ

4.2 มีห้องธุรการและห้องพักรูแยกต่างหากจากห้องนักเรียน

4.3 จัดให้มีพื้นที่ หรือห้องสำหรับพักผ่อนให้เพียงพอกับจำนวนนักเรียนที่มีอยู่ตาม  
สมควร

4.4 จัดให้มีน้ำดื่ม น้ำใช้ที่สะอาดถูกสุขลักษณะให้เพียงพอกับจำนวนนักเรียนที่มีอยู่

4.5 มีห้องน้ำ ห้องส้วม โดยถืออัตราส่วนจำนวนนักเรียน 35 คน ต่อ 1 ที่ สำหรับการ  
เปิดการสอนในแต่ละรอบ หากเกิน 20 คนขึ้นไปให้เพิ่มอีก 1 ที่

4.6 ต้องจัดให้มีทางหนีไฟตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร หรือให้เป็นไปตาม  
กฎกระทรวงฉบับที่ 47 (พ.ศ.2540) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ใน  
เรื่องการป้องกันอัคคีภัย

#### 5. คุณสมบัติของครูและเจ้าหน้าที่

5.1 ครูจะต้องมีความรู้ตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการกำหนดความรู้  
และประสบการณ์ของผู้ขอรับใบอนุญาตให้เป็นครูใหญ่ และความรู้ของผู้ขอรับใบอนุญาตให้เป็น  
ครูโรงเรียนเอกชน พ.ศ.2526 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยมีหน้าที่ถ่ายทอดวิชาความรู้แก่นักเรียน โดย  
ใช้วิชาความรู้ เทคนิคการสอนที่แปลกใหม่และใช้ได้จริงเพื่อให้นักเรียนเกิดความเข้าใจในวิชา  
อย่างแท้จริง หาเทคนิคและสื่อการสอนที่ไม่น่าเบื่อ สร้างเอกลักษณ์ให้แก่ตนเองเพื่อดึงดูดนักเรียน  
เข้ามาเรียน เพื่อสร้างคุณภาพให้กับโรงเรียนกวดวิชา

5.2 เจ้าหน้าที่ต้องมีความรู้ไม่ต่ำกว่าอนุปริญญาตรีทางการศึกษาหรือสาขาวิชาที่  
เกี่ยวข้องและมีทักษะในการใช้สื่อคอมพิวเตอร์

## 6. ค่าธรรมเนียมการเรียน

6.1 การเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน จะต้องได้รับอนุญาตจากสำนักคณะกรรมการการศึกษาเอกชน โดยให้เก็บในอัตราที่สูงกว่าการเรียนการสอนโดยใช้สื่อผสมครู ส่วนการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือจะต้องเก็บในราคาต่ำสุด

6.2 กรณีนักเรียนได้ชำระค่าธรรมเนียมการเรียนแล้ว มีเหตุจำเป็นไม่สามารถเข้าเรียนตามหลักสูตรที่สมัครเรียน ให้ผู้รับใบอนุญาตคืนเงินค่าธรรมเนียมการเรียนให้แก่นักเรียนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในระเบียบการของโรงเรียน ส่วนอัตรากำหนดคืนเงินให้เป็นไปตามที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด

## 7. ให้ผู้รับใบอนุญาตติดประกาศให้เห็นได้ชัดเจนในเรื่องต่อไปนี้

- 7.1 ใบอนุญาตให้ดำเนินกิจการโรงเรียน
- 7.2 ใบอนุญาตให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียน
- 7.3 เกณฑ์มาตรฐานการจัดตั้งโรงเรียน
- 7.4 ข้อมูลอื่นๆที่จำเป็นเช่น รายชื่อครู อาจารย์ และหลักสูตรการเรียน

8. โรงเรียนต้องจัดทำรายงานการดำเนินงานกิจการเสนอต่อผู้อนุญาตทุกปีและจะต้องมาขึ้นขอต่อใบอนุญาตทุกๆ 3 ปี ตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกำหนด

## การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

ในการลงทุนจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร มีองค์ประกอบด้านผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายของโครงการ ภายใต้ข้อสมมติของโครงการในประเด็นต่างๆดังนี้

1. กำหนดอายุโครงการให้มีระยะเวลาของโครงการ เท่ากับ 20 ปี ตามอายุการใช้งานของอาคารเรียน โดยอาคารเรียนใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างและตกแต่ง 1 ปี (ปีที่ 0) และเปิดรับนักเรียนเข้าศึกษาในปีที่ 1

2. โครงการเริ่มดำเนินการตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2554

3. อัตราคิดลด (Discount Rate) กำหนดให้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายใหญ่ชั้นดีประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (MLR) + 1 ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารทหารไทย กำหนดให้สำหรับลูกค้าทั่วไป ดังนั้นอัตราส่วนลดที่กำหนดเพื่อใช้ในงานวิจัยฉบับนี้เท่ากับร้อยละ 7.75 โดยคำนวณจาก MLR เมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2554 ของธนาคารทหารไทยเท่ากับร้อยละ 6.75 เป็นสินเชื่อสวัสดิการอเนกประสงค์แบบมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ระยะเวลาผ่อนชำระ 15 ปี โดยจะใช้ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันในการกู้ยืม

4. กำหนดให้อุปกรณ์/เครื่องใช้สำนักงานมีอายุ 5 ปี

5. ค่าเสื่อมราคาอาคารจะคำนวณโดยใช้วิธีเส้นตรง และกำหนดอายุตามประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน (ฉบับที่ 145) พ.ศ. 2527

6. ผลประโยชน์ตอบแทนของโครงการ ประกอบด้วย

6.1 ค่าเล่าเรียน

6.2 รายได้อื่นๆ ได้แก่ รายได้จากการให้เช่าสถานที่จำหน่ายสินค้า

7. ค่าใช้จ่ายของโครงการ ประกอบด้วย

7.1 ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ประกอบด้วย

7.1.1 ที่ดิน

7.1.2 สิ่งปลูกสร้าง

7.1.3 ครุภัณฑ์

7.1.4 ทดแทนครุภัณฑ์

7.2 ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน

7.2.1 ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน

7.2.2 ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง

7.2.3 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

7.2.4 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

### 7.3 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

7.3.1 เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร

7.3.2 ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตรมีนาคมและตุลาคม

7.3.3 ค่าจ้างเหมาซักรีดของนักเรียน เฉพาะหลักสูตรมีนาคมและตุลาคม

7.3.4 ค่าบำรุงรักษาสสิ่งก่อสร้าง

7.3.5 ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์

7.3.6 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

7.3.7 ค่าสาธารณูปโภค

7.3.8 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับบุคลากร ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง

7.3.9 ค่าวัสดุสำนักงาน

7.3.10 ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา

7.3.11 ชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยจ่าย

7.3.12 ภาษีโรงเรือนและที่ดิน

### 8. หลักสูตรการสอนของโรงเรียนแบ่งออกเป็น 4 หลักสูตรคือ

8.1 หลักสูตรเดือนมีนาคม

8.2 หลักสูตรเดือนตุลาคม

8.3 หลักสูตรวันเสาร์และอาทิตย์ เทอมต้น (เดือนมิถุนายน-กันยายน)

8.4 หลักสูตรวันเสาร์และอาทิตย์ เทอมปลาย (เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์)

ภายใต้ข้อสมมติของโครงการสามารถหาผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายของโครงการได้ ดังต่อไปนี้

#### ผลตอบแทนของโครงการ

1. ค่าธรรมเนียมการเรียน จากการสอบถามครูใหญ่โรงเรียนกวทวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียน

เตรียมทหารในจังหวัดลพบุรี ณ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2552 พบว่าโรงเรียนคิดค่าธรรมเนียมการเรียนต่อนักเรียน 1 คน ประมาณ 10,000 – 25,000 บาท ขึ้นอยู่กับหลักสูตร ซึ่งแต่ละหลักสูตรนั้นมีเนื้อหาความเข้มของวิชาเรียนแตกต่างกัน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ จึงกำหนดค่าธรรมเนียมการเรียนดังนี้

1.1 หลักสูตรมีนาคม ค่าธรรมเนียมการเรียน 21,500 บาทต่อหลักสูตร เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่นักเรียนจะต้องพักแรมที่โรงเรียนกวดวิชา มีการเรียนการสอนในภาคค่ำ มีการฝึกทักษะทางด้านพลศึกษาและการสอบสัมภาษณ์เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพของนักเรียน และมีบริการพานักเรียนไปสมัครและสอบทุกเหล่าตามที่นักเรียนต้องการสอบ

1.2 หลักสูตรตุลาคม ค่าธรรมเนียมการเรียน 17,500 บาทต่อหลักสูตร เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่นักเรียนจะต้องพักแรมที่โรงเรียนกวดวิชา มีการเรียนการสอนในภาคค่ำ มีการฝึกทักษะทางด้านพลศึกษาและการสอบสัมภาษณ์เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพของนักเรียน

1.3 หลักสูตรวันเสาร์-อาทิตย์ เทอมต้น (เดือนมิถุนายน-กันยายน) ค่าธรรมเนียมการเรียน 9,500 บาทต่อหลักสูตร

1.4 หลักสูตรวันเสาร์-อาทิตย์ เทอมปลาย (เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) ค่าธรรมเนียมการเรียน 9,500 บาทต่อหลักสูตร

โดยค่าเล่าเรียนจะกำหนดอัตราค่าเล่าเรียนตามหลักสูตร และเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ทุก 5 ปี (ภาคผนวก ข) เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของภาคกลางเฉลี่ยทั้งปี 2553 เทียบกับปี 2552 สูงขึ้นร้อยละ 3.3 และกระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ดัชนีราคาผู้บริโภคปี 2554 จะขยายตัวร้อยละ 3.2-3.7 (กลุ่มดัชนีราคาผู้บริโภค สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2554)

2. รายได้อื่นๆ ได้แก่ รายได้จากการให้เช่าสถานที่จำหน่ายสินค้า โดยในปีที่ 1 ประมาณ 120,000 บาทในปีต่อๆ ไปเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3 ต่อปี

## ค่าใช้จ่ายของโครงการ

โครงการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารมีรายละเอียดด้านค่าใช้จ่ายต่างๆ ของโครงการ ดังนี้

### 1. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ก่อนการดำเนินโครงการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารมีค่าใช้จ่ายรวม 509,300 บาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน	9,300	บาท
1.2 ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง	350,000	บาท
1.3 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการโฆษณา	100,000	บาท
1.4 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	50,000	บาท

### 2. ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ประกอบด้วย

2.1 ที่ดิน เป็นส่วนของผู้ประกอบการ โดยมีทำเลที่ตั้งของโครงการอยู่บนถนนพหลโยธิน จังหวัดลพบุรี ราคาประเมินประมาณ 15,000 บาท ต่อตารางวา (กรมธนารักษ์และศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2551) ขนาดเนื้อที่ของโครงการเท่ากับ 1 ไร่ รวมเป็นค่าที่ดิน 6,000,000 บาท

2.2 ค่าสิ่งปลูกสร้าง คิดเป็นค่าใช้จ่ายรวม 9,396,000 บาท โดยเป็นการกู้ยืมจากธนาคาร 8,000,000 บาท และส่วนของผู้ประกอบการ 1,396,000 บาท ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.2.1 อาคารเรียน สูง 3 ชั้น จำนวน 12 ห้อง ประกอบด้วย ห้องเรียน ห้องพักครู ห้องพยาบาล ห้องอาหาร และห้องธุรการ การเงิน รวมพื้นที่ใช้สอยทั้งอาคารเรียน 960 ตารางเมตร ค่าก่อสร้างอาคารเรียนตารางเมตรละ 6,200 เมตร (บัญชีกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์โรงเรียนสิ่งปลูกสร้างจังหวัดลพบุรี พ.ศ. 2551 - 2554 กรมธนารักษ์) ดังนั้น คิดเป็นค่าก่อสร้างอาคารเรียนมูลค่า 5,952,000 บาท

2.2.2 ที่พักอาศัยตึก 2 ชั้น รวมพื้นที่ใช้สอย 560 ตารางเมตร ค่าก่อสร้างที่พักอาศัยตึก 2 ชั้น ตารางเมตรละ 6,150 บาท (บัญชีกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์โรงเรียนสิ่งปลูกสร้างจังหวัดลพบุรี พ.ศ. 2551 - 2554 กรมธนารักษ์) ดังนั้น คิดเป็นค่าก่อสร้างที่พักอาศัยตึก 2 ชั้น มูลค่า 3,444,000 บาท

### 2.3 ครุภัณฑ์ ประกอบด้วย

2.3.1 ห้องเรียน ปีที่ 1 จำนวน 4 ห้องเรียน ปีที่ 2 เพิ่มขึ้นจำนวน 1 ห้องเรียน ปีที่ 3 เพิ่มขึ้นจำนวน 1 ห้องเรียน และปีที่ 4 เพิ่มขึ้นจำนวน 1 ห้องเรียน โดยในแต่ละห้องเรียน ประกอบด้วย

- เก้าอี้เหล็กเซอร์นักรเรียน 30 ชุด ๓ละ	1,000 บาท
- เครื่องปรับอากาศ 25,000 บีทียู 2 เครื่อง ๓ละ	30,000 บาท
- ไมโครโฟนไร้สาย 1 เครื่อง ๓ละ	15,000 บาท
- ลำโพง 30w 100v 4 ตัว ๓ละ	2,500 บาท
- ตู้เก็บอุปกรณ์ 1 ตู้ ๓ละ	3,500 บาท
- กระดานไวท์บอร์ด 120 x 240 ซม. 1 แผ่น ๓ละ	3,500 บาท

### 2.3.2 ห้องพักครู จำนวน 1 ห้อง ประกอบด้วย

- โต๊ะและเก้าอี้ครู 9 ชุด ๓ละ	4,000 บาท
- เครื่องปรับอากาศ 25,000 บีทียู 2 เครื่อง ๓ละ	30,000 บาท

### 2.3.3 ห้องธุรการ/การเงิน/ประชาสัมพันธ์

- ชุดเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์และตู้เก็บเอกสารติดผนัง	200,000 บาท
- เครื่องคอมพิวเตอร์ 2 เครื่อง ๓ละ	20,000 บาท
- เครื่องพิมพ์ (Printer All in One) 1 เครื่อง ๓ละ	7,500 บาท
- เครื่องถ่ายเอกสาร 1 เครื่อง ๓ละ	40,000 บาท
- โทรศัพท์ 29 นิ้ว 1 เครื่อง ๓ละ	10,000 บาท
- ชุดรับแขก 1 ชุด ๓ละ	8,000 บาท

- เครื่องปรับอากาศ 25,000 บีทียู 2 เครื่อง 30,000 บาท

#### 2.3.4 ห้องพัก ซึ่งเตียงนอนและเครื่องนอนตามจำนวนนักเรียนที่เพิ่มขึ้น

- ปีที่ 1 เตียงนอนและเครื่องนอน 120 ชุด 3,500 บาท
- ปีที่ 2 เตียงนอนและเครื่องนอน 30 ชุด 3,500 บาท
- ปีที่ 3 เตียงนอนและเครื่องนอน 30 ชุด 3,500 บาท
- ปีที่ 4 เตียงนอนและเครื่องนอน 30 ชุด 3,500 บาท
- ปีที่ 1 เครื่องปรับอากาศ 25,000 บีทียู 12 เครื่อง 30,000 บาท
- ปีที่ 2 เครื่องปรับอากาศ 25,000 บีทียู 3 เครื่อง 30,000 บาท
- ปีที่ 3 เครื่องปรับอากาศ 25,000 บีทียู 3 เครื่อง 30,000 บาท
- ปีที่ 4 เครื่องปรับอากาศ 25,000 บีทียู 3 เครื่อง 30,000 บาท

#### 2.3.5 ห้องพยาบาล

- เตียงนอน 2 เตียง 5,000 บาท
- โต๊ะและเก้าอี้ทำแผล 1 ชุด 5,000 บาท
- ชุดอ่างล้างมือและตู้ยา 1 ชุด 6,000 บาท
- เครื่องปรับอากาศ 25,000 บีทียู 1 เครื่อง 30,000 บาท

#### 2.3.6 ห้องอาหาร

- ปีที่ 1 โต๊ะและเก้าอี้รับประทานอาหาร 6 ที่นั่ง 20 ชุด 4,500 บาท
- ปีที่ 2 โต๊ะและเก้าอี้รับประทานอาหาร 6 ที่นั่ง 5 ชุด 4,500 บาท
- ปีที่ 3 โต๊ะและเก้าอี้รับประทานอาหาร 6 ที่นั่ง 5 ชุด 4,500 บาท
- ปีที่ 4 โต๊ะและเก้าอี้รับประทานอาหาร 6 ที่นั่ง 5 ชุด 4,500 บาท

#### 2.3.7 ครุภัณฑ์อื่นๆ 100,000 บาท

### 2.4 ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์ ทำการซื้อทดแทนครุภัณฑ์ ทุกๆ 5 ปี

### 3. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ประกอบด้วย

#### 3.1 เงินเดือนและค่าจ้างบุคลากร บุคลากรของโครงการ ประกอบด้วย

3.1.1 ครูใหญ่ เป็นผู้ควบคุมดูแลการดำเนินกิจการของโรงเรียนกวดวิชา จำนวน 1 ตำแหน่ง

3.1.2 เจ้าหน้าที่ธุรการและการเงิน เป็นผู้มีความรู้ด้านบัญชี การเงินและด้านการจัดการทั่วไป ตลอดจนควบคุมค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ จำนวน 3 ตำแหน่ง

3.1.3 อาจารย์ ผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการสอนประมาณ 3 ปี และมีความรู้เกี่ยวกับแนวข้อสอบในการสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร จำนวน 8 ตำแหน่ง

3.1.4 พนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลความปลอดภัยให้กับนักเรียนและโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร จำนวน 2 ตำแหน่ง

3.1.5 พนักงานทำความสะอาด ดูแลและรับผิดชอบงานรักษาความสะอาด และอำนวยความสะดวกงานทั่วไป จำนวน 2 ตำแหน่ง

ทั้งนี้แต่ละตำแหน่งมีอัตราเงินค่าตอบแทนและการประมาณการรับบุคลากร ดังแสดงในตารางที่ 4 โดยเงินเดือนบุคลากรและพนักงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

#### ตารางที่ 4 ประมาณการเงินเดือนและค่าตอบแทนของบุคลากร

ตำแหน่ง	เงินเดือน (บาท)	จำนวนบุคลากร (คน)	รวม (บาท)
ครูใหญ่	20,000	1	20,000
อาจารย์	18,000	8	144,000
เจ้าหน้าที่ธุรการและการเงิน	9,000	3	27,000
พนักงานรักษาความปลอดภัย	7,500	2	15,000
พนักงานทำความสะอาด	8,500	2	17,000
<b>รวมค่าแรงทางตรง (ต่อเดือน)</b>		<b>16</b>	<b>223,000</b>

ที่มา: จากการสอบถามผู้ประกอบการ โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

สำหรับอาจารย์ผู้สอนจะได้รับค่าตอบแทนเป็นรายชั่วโมงเพิ่มเติมจากเงินเดือนที่ได้รับ โดยแบ่งการสอนออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ภาคเช้า 9.00–12.00 น. ภาคบ่าย 13.00–16.00 น. ภาคค่ำ 19.00–21.00 น. ซึ่งการสอนภาคค่ำจะมีแต่ในหลักสูตรมีนาคมเท่านั้น เพื่อเน้นการทำข้อสอบ การเพิ่มประสบการณ์ทำข้อสอบให้กับนักเรียน ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์

(หน่วย: บาท)

หลักสูตร	ภาคเช้า	ภาคบ่าย	ภาคค่ำ
	9.00 – 12.00 น.	13.00 – 16.00 น.	19.00 – 21.00 น.
หลักสูตรวันเสาร์-อาทิตย์ เทอมต้น	200	200	-
หลักสูตรวันเสาร์-อาทิตย์ เทอมปลาย	200	200	-
หลักสูตรตุลาคม	200	200	-
หลักสูตรมีนาคม	200	200	500

ที่มา: จากการสอบถามผู้ประกอบการ โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

3.2 ค่าบำรุงรักษาสังก่อสร้างและครุภัณฑ์ มีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสังก่อสร้าง ต่อ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 2 ของมูลค่าสิ่งก่อสร้าง และค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาครุภัณฑ์ ต่อ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 5 ของมูลค่าครุภัณฑ์

3.3 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาปีที่ 1 เท่ากับ 75,000 บาท และในปีต่อไป เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

3.4 ค่าอาหารนักเรียน โดยจะคิดเฉพาะหลักสูตร เดือนมีนาคมและเดือนตุลาคม เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่นักเรียนต้องพักอยู่ที่โรงเรียนกวดวิชา โดยคิดค่าอาหารแบบเหมารายคน รายละ 3,000 บาทต่อเดือน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

3.5 ค่าชักรีดแบบเหมาโดยจะคิดเฉพาะหลักสูตร เดือนมีนาคมและเดือนตุลาคม เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่นักเรียนต้องพักอยู่ที่โรงเรียนกวดวิชา โดยคิดค่าชักรีดเหมารายคน รายละ 1,000 บาทต่อเดือน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

3.6 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ จำนวน 30,000 บาท และเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

3.7 ค่าสาธารณูปโภค ประกอบด้วย

3.7.1 ค่าไฟฟ้าปีละ 600,000 บาท

3.7.2 ค่าน้ำประปาปีละ 50,000 บาท

3.7.3 ค่าโทรศัพท์และไปรษณีย์ปีละ 50,000 บาท

โดยค่าสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

3.8 วัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน ปีที่ 1 เท่ากับ 120,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 150,000 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 180,000 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 210,000 บาท และในปีต่อไป เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

3.9 วัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา ปีที่ 1 เท่ากับ 50,000 บาทและในปีต่อไป เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3 ต่อปี

3.10 ชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยจ่าย ปีละ 925,000 บาท ระยะเวลา 15 ปี แสดงใน ตารางที่ 6

3.11 ภาษีโรงเรือนและที่ดิน เท่ากับ 20,000 บาท ต่อปี

3.12 ค่าเสื่อมราคา ใช้วิธีการคำนวณแบบเส้นตรง โดยมีข้อกำหนดดังต่อไปนี้

3.12.1 สิ่งปลูกสร้างกำหนดให้อายุการใช้งานเท่ากับ 20 ปี คิดค่าเสื่อมร้อยละ 2 ต่อปี

3.12.2 ครุภัณฑ์ กำหนดให้อายุการใช้งานเท่ากับ 5 ปี คิดค่าเสื่อมร้อยละ 20 ต่อปี ไม่มีราคาซาก

ตารางที่ 6 การชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยจ่าย

(หน่วย: บาท)

ปีที่	เงินต้น	ดอกเบี้ย 7.75%	รวม	คงเหลือ
1	305,000.00	620,000.00	925,000.00	7,695,000.00
2	328,637.50	596,362.50	925,000.00	7,366,362.50
3	354,106.91	570,893.09	925,000.00	7,012,255.59
4	381,550.19	543,449.81	925,000.00	6,630,705.40
5	411,120.33	513,879.67	925,000.00	6,219,585.07
6	442,982.16	482,017.84	925,000.00	5,776,602.91
7	477,313.27	447,686.73	925,000.00	5,299,289.64
8	514,305.05	410,694.95	925,000.00	4,784,984.59
9	554,163.69	370,836.31	925,000.00	4,230,820.89
10	597,111.38	327,888.62	925,000.00	3,633,709.51
11	643,387.51	281,612.49	925,000.00	2,990,322.00
12	693,250.05	231,749.95	925,000.00	2,297,071.95
13	746,976.92	178,023.08	925,000.00	1,550,095.03
14	804,867.64	120,132.36	925,000.00	745,227.39
15	745,227.40	57,755.12	802,982.52	0.00
<b>รวม</b>	<b>8,000,000.00</b>	<b>5,752,982.52</b>	<b>13,752,982.52</b>	

ที่มา: จากการคำนวณ

การประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ดังแสดงในตารางผนวกที่ 2

จากตัวเลขการประมาณการรายได้และค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ จะนำมาประมาณการงบกระแสเงินสด เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยการประมาณการงบกระแสเงินสดแสดงในตารางผนวกที่ 3

### ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการจะเป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนของโครงการจะวิเคราะห์โดยใช้ ข้อมูลจากการค้นคว้า และกำหนดในโครงสร้างของธุรกิจต้นแบบ ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการลงทุนขั้นต้น ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และรายได้ของโครงการ

จากตารางผนวกที่ 3 จะทำให้สามารถประมาณการกระแสเงินสดเพื่อใช้ในการคำนวณเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจด้านระยะเวลาคืนทุนของโครงการได้ดังตารางผนวกที่ 4

1. เกณฑ์การตัดสินใจแบบไม่ปรับค่าของเวลา อาศัยตัวชี้วัดความคุ้มค่า คือ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PBP) โดยระยะเวลาคืนทุนได้จากการรวมผลตอบแทนสุทธิแต่ละปีจนกระทั่งได้ผลตอบแทนสุทธิตั้งแต่เงินลงทุนเริ่มแรก (ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ) นั่นคือระยะเวลาที่จุดเมื่อสิ้นปี เท่ากับ 0 ดังตารางผนวกที่ 4

การคำนวณระยะเวลาคืนทุนจะใช้ข้อมูลกำไรสะสมของโครงการและใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Cost of Project}}{\text{Average return per year}}$$

จากการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนของโครงการจะได้ว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 7.28 ปีหรือ 7 ปี 4 เดือนซึ่งจะคืนทุนก่อนอายุโครงการ ดังนั้นโครงการจึงมีความเหมาะสมในการลงทุน

2. เกณฑ์การตัดสินใจแบบปรับค่าของเวลา อาศัยตัวชี้วัดความคุ้มค่า ได้แก่

#### 2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการโดยใช้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 7.75 ดังตารางผนวกที่ 5 จะใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 NPV &= PVB - PVC \\
 &= 134,973,467.67 - 117,017,351.83 \\
 &= 17,956,115.84 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิได้ค่าเท่ากับ 17,956,115.84 บาท และมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าโครงการมีความเหมาะสมต่อการลงทุน

## 2.2 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุน (Benefit Cost Ratio: BCR)

อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน คือ มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมหารด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม

$$\begin{aligned}
 BCR &= \frac{PVB}{PVC} \\
 &= 134,973,467.67 / 117,017,351.83 \\
 &= 1.153 \text{ เท่า}
 \end{aligned}$$

จากการคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุนได้ค่าเท่ากับ 1.153 ซึ่งค่ามากกว่า 1.0 แสดงให้เห็นว่าโครงการมีรายได้มากกว่ารายจ่าย 0.153 เท่า ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความเหมาะสมในการลงทุน

## 2.3 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

การคำนวณมูลค่าผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์นั้นจะคำนวณ โดยการแทนค่าอัตราคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ ดังตารางผนวกที่ 6

$$\text{IRR} = \sum_{t=0}^n \left[ \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} \right] = 0$$

จากการคำนวณผลตอบแทนของโครงการค่าเท่ากับร้อยละ 15.66 ซึ่งมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ซึ่งเท่ากับร้อยละ 7.75 แสดงให้เห็นว่าโครงการมีความเหมาะสมที่จะลงทุน

### การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการจะเป็นการศึกษาถึงตัวแปรที่มีผลต่อความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการหากมีการเปลี่ยนแปลง (Variable-by-Variable Approach) ซึ่งจากการศึกษาพบว่าตัวแปรที่มีผลของโครงการที่สำคัญคือ

1. การเพิ่มค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน เนื่องจากนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาให้ความสำคัญกับการรูปแบบของหลักสูตรในระดับมาก รวมทั้งการจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง มีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ และสถิตินักเรียนสอบผ่านเข้าศึกษาต่อ ใน โรงเรียนเตรียมทหาร ซึ่งจะต้องเน้นแนวข้อสอบ การเพิ่มจำนวนแบบทดสอบ การเพิ่มประสบการณ์ในการทำข้อสอบ และการประชาสัมพันธ์ให้ผู้สมัครเรียนกวดวิชาทราบถึงสถิติของนักเรียนเตรียมทหารที่ผ่านการกวดวิชากับทางสถาบัน ดังนั้นในการวิเคราะห์ความอ่อนไหวได้กำหนดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุเกี่ยวกับการเรียนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

2. จำนวนของนักเรียนน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ร้อยละ 10 เนื่องจากในอนาคตอาจมีโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารเกิดขึ้นในจังหวัดลพบุรีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงอาจมีการใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเพื่อเป็นการจูงใจให้นักเรียนเข้ามาเรียนกวดวิชา โดยใช้การให้ส่วนลดกับเรียนที่เคยเรียนกวดวิชาที่สถาบันมาแล้ว หรือการกำหนดค่าลงทะเบียนเรียนให้ต่ำกว่าคู่แข่งเล็กน้อย ดังนั้นในการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจะกำหนดให้จำนวนนักเรียนที่คาดการณ์ไว้ลดลงร้อยละ 10

3. การเพิ่มค่าตอบแทนรายชั่วโมงอาจารย์ผู้สอนเพื่อเป็นแรงจูงใจในการทำงานของอาจารย์และบุคลากรต่างๆ เนื่องจาก นักเรียนโรงเรียนกวดวิชาได้ให้ความสำคัญกับบุคลากรต่างๆ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เพื่อเป็นขวัญ และกำลังใจให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ

ดังนั้นในการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการจะกำหนดให้เพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

ดังนั้นในการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการจะทำการสมมติเหตุการณ์ที่ส่งผลต่อโครงการตามความเหมาะสมในการลงทุนของโครงการดังนี้

กรณีที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี (ตัวแปรอื่นคงที่)

การคำนวณค่าตัวชี้วัดทางการเงินของโครงการในกรณีที่ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปีจะได้ค่าดังตารางผนวกที่ 7

จากการคำนวณจะได้ค่าของตัวชี้วัดทางการเงินดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 10,305,604.25 บาท (ตารางผนวกที่ 9) ผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12.39 (ตารางผนวกที่ 10) ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 8.84 ปี (ตารางผนวกที่ 8) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุนเท่ากับ 1.083 เท่า แสดงให้เห็นว่าถึงแม้ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียนของโครงการจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โครงการก็ยังคงมีความเหมาะสมต่อการลงทุน

กรณีที่ 2 จำนวนนักเรียนลดลงจากที่คาดการณ์ร้อยละ 10 (ตัวแปรอื่นคงที่)

การคำนวณค่าตัวชี้วัดทางการเงินของโครงการในกรณีที่จำนวนนักเรียนลดลงจากที่คาดการณ์ร้อยละ 10 เป็น จะได้ค่าดังตารางผนวกที่ 11

จากการคำนวณจะได้ค่าของตัวชี้วัดทางการเงินดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 4,608,862.25 บาท (ตารางผนวกที่ 13) ผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 9.95 (ตารางผนวกที่ 14) ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 11.36 ปี (ตารางผนวกที่ 12) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุนเท่ากับ 1.039 เท่า แสดงให้เห็นว่าหากจำนวนนักเรียนลดลงจากที่คาดการณ์ร้อยละ 10 โครงการมีความเหมาะสมต่อการลงทุน

กรณีที่ 3 การเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์ผู้สอน (ตัวแปรอื่นคงที่) ดังตารางผนวกที่ 14

การคำนวณค่าตัวชี้วัดทางการเงินของโครงการในกรณีที่ทำการเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์ผู้สอน ร้อยละ 5 จะได้ค่าดังตารางภาคผนวกที่ 14

จากการคำนวณจะได้ค่าของตัวชี้วัดทางการเงินดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 7,187,246.81 บาท (ตารางผนวกที่ 16) ผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 11.25 (ตารางผนวกที่ 17) ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 9.11 ปี (ตารางผนวกที่ 15) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุนเท่ากับ 1.056 เท่า แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์ผู้สอน โครงการก็ยังคงมีความเหมาะสมต่อการลงทุน

#### การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT)

จากการทดสอบความไวของโครงการจะได้ว่าถึงแม้ตัวแปรที่มีผลต่อความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการจะเปลี่ยนแปลงไปจนถึงจุดที่สามารถเป็นไปได้โครงการก็ยังคงมีความเหมาะสมต่อการลงทุน แต่เนื่องจากโครงการมีปัจจัยหลายอย่างเป็นตัวการกำหนดรายได้ และค่าใช้จ่ายของ ดังนั้นจึงมีการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (SVT) โดยจะมีการทดสอบ 2 วิธีดังนี้

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน (SVT<sub>C</sub>) คำนวณโดยใช้สูตร

$$\begin{aligned} \text{SVT}_C &= \frac{NPV}{PVC} \times 100 \\ &= (17,956,115.84 / 117,017,351.83) \times 100 \\ &= 15.34 \end{aligned}$$

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์ (SVT<sub>B</sub>) คำนวณโดยใช้สูตร

$$\text{SVT}_B = \frac{NPV}{PVB} \times 100$$

$$= (17,956,115.84 / 134,973,467.67) \times 100$$

$$= 13.30$$

จากการคำนวณค่า  $SVT_c$  และ  $SVT_b$  ได้ค่าเท่ากับ ร้อยละ 15.34 และ 13.30 ตามลำดับ สามารถวิเคราะห์ได้ว่าโครงการมีความเสี่ยงค่อนข้างสูงจะสามารถยอมรับได้ในระดับต่ำสุดโดยที่รายจ่ายของโครงการต้องไม่เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 15.34 หรือรายได้ของโครงการต้องไม่ลดลงเกินร้อยละ 13.30 ก่อนที่จะทำให้ค่า NPV จะเท่ากับศูนย์ ค่า  $SVT_c$  ที่มากกว่า  $SVT_b$  นั้น แสดงให้เห็นว่า ความเสี่ยงของโครงการในด้านต้นทุนมีความเสี่ยงน้อยกว่าด้านรายได้

โดยการวิเคราะห์โครงการทางการเงินจะสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 7 ซึ่งแสดงดัชนีชี้วัดทางการเงินของโครงการทำให้สามารถวิเคราะห์ และประเมิน โครงการได้ว่าในกรณีพื้นฐานโครงการมีความเหมาะสมในการลงทุนเนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่า 17,956,115.84 บาท ระยะเวลาคืนทุน 7.28 ปี ผลตอบแทนภายในร้อยละ 15.66 และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุนเท่ากับ 1.153 เท่า ตลอดจนการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ กรณีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ก็ตามโครงการยังมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก ผลตอบแทนของโครงการยังมีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุนยังมีค่ามากกว่า 1 เท่า มีระยะเวลาคืนทุนน้อยกว่าอายุของโครงการ ทำให้มีความเหมาะสมในการลงทุน การเปลี่ยนแปลงจำนวนนักเรียนจากที่คาดการณ์ลดลงร้อยละ 10 หรือการเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าตอบแทนรายชั่วโมงของผู้สอน ถึงแม้ว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิบวกและระยะเวลาคืนทุนน้อยกว่าอายุโครงการ ตลอดจนค่าความแปรเปลี่ยนทั้งด้านรายได้ และรายจ่ายยังมีค่าน้อยมาก ทำให้โครงการมีความเสี่ยงสูงมาก แต่ก็ยังมีเหมาะต่อการลงทุน ดังนั้นจึงสามารถระบุได้ว่าโครงการจึงมีความเสี่ยงอยู่ในระดับสูงและมีความเหมาะสมต่อการลงทุน แต่ต้องมีการควบคุมความเสี่ยงในเรื่องรายได้ หรือรายจ่ายของเงินเดือนและค่าตอบแทนของบุคลากร ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ทางการเงินในการลงทุนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้า  
โรงเรียนเตรียมทหาร

รายการ	ดัชนีชี้วัดทางการเงิน			
	ระยะเวลา ลงทุน (ปี)	มูลค่าปัจจุบัน สุทธิ (บาท)	อัตราผลตอบแทน ของโครงการ (%)	อัตราส่วน ผลประโยชน์ต่อ ทุน (เท่า)
ผลการวิเคราะห์โครงการหลัก	7.28	17,956,115.84	15.66	1.153
ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหว				
กรณีที่ 1	8.84	10,305,604.25	12.39	1.083
กรณีที่ 2	11.36	4,608,862.25	9.95	1.039
กรณีที่ 3	9.11	7,187,246.81	11.25	1.056

หมายเหตุ: กรณีที่ 1 หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุ  
ที่ใช้ในการเรียน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

กรณีที่ 2 หมายถึง จำนวนนักเรียนจากที่คาดการณ์ลดลงร้อยละ 10

กรณีที่ 3 หมายถึง ค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

ที่มา: จากการคำนวณ

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนในกรณีต่างๆพบว่า กรณีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการส่งเสริม  
การตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน มีค่า  $SVT_C$  และ  $SVT_B$  ค่าเท่ากับ ร้อย  
ละ 8.27 และ 7.64 ตามลำดับ แสดงว่าต้นทุนของโครงการกรณีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการส่งเสริม  
การตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียนสามารถเพิ่มขึ้นได้ถึงร้อยละ 8.27  
และผลประโยชน์สามารถลดลงได้ร้อยละ 7.64 ก่อนที่จะทำให้ค่า NPV จะเท่ากับศูนย์ กรณีจำนวน  
ของนักเรียนลดลงโครงการ มีค่า  $SVT_C$  และ  $SVT_B$  ค่าเท่ากับ ร้อยละ 3.94 และ 3.79 ตามลำดับ  
แสดงว่าต้นทุนของโครงการกรณีรายได้คงที่ตลอดอายุโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้เพียงร้อยละ  
3.94 และผลประโยชน์สามารถลดลงได้ร้อยละ 3.79 ก่อนที่จะทำให้ค่า NPV จะเท่ากับศูนย์ กรณี  
การเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์ มีค่า  $SVT_C$  และ  $SVT_B$  ค่าเท่ากับ  
ร้อยละ 5.62 และ 5.32 ตามลำดับ แสดงว่าต้นทุนของโครงการกรณีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วน  
ค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์ สามารถเพิ่มขึ้นได้เพียงร้อยละ 5.62 และผลประโยชน์สามารถ

ลดลงได้ร้อยละ 5.32 ก่อนที่จะทำให้ค่า NPV จะเท่ากับศูนย์ แสดงให้เห็นว่า กรณีจำนวนนักเรียนลดลง มีความเสี่ยงอยู่ในระดับสูงมาก รองลงมาคือกรณีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์ แต่ก็ถือว่ามีความเสี่ยงอยู่ในระดับสูงมากเช่นเดียวกัน ส่วนกรณีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน มีความเสี่ยงค่อนข้างสูงซึ่งอยู่ในระดับเดียวกันกับโครงการหลัก ผลการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนกรณีต่างๆแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนกรณีต่างๆ

(หน่วย: ร้อยละ)

กรณีศึกษา	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน	
	SVT <sub>C</sub>	SVT <sub>B</sub>
โครงการพื้นฐาน	15.34	13.30
กรณีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน	8.27	7.64
กรณีการลดลงของจำนวนนักเรียน	3.94	3.79
กรณีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนของคุณค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์	5.62	5.32

ที่มา: จากการคำนวณ

## บทที่ 5

### การศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด

จากการออกแบบสอบถามเพื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 290 ราย สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ทั้งสิ้น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

ส่วนที่ 3 ศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

#### ผลการศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร พบว่า นักเรียนที่เข้าเรียนในโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง มากกว่า 14-15 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 67.20 รองลงมาจะมีอายุระหว่าง มากกว่า 15-16 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 22.80 สำหรับนักเรียนที่เข้าเรียนกวดวิชาน้อยที่สุดมีช่วงอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.80

ระดับชั้นของนักเรียนที่เข้าเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ได้แก่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 75.20 รองลงมาคือระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 18.60 ระดับชั้นของนักเรียนที่เข้าเรียนกวดวิชาน้อยที่สุดได้แก่ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ส่วนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นั้นไม่มีนักเรียนเข้าเรียนในโรงเรียนกวดวิชาเลย เนื่องจาก อาจมีอายุเกินจากเกณฑ์ที่กำหนด

นักเรียนที่เรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารส่วนใหญ่ จะมีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ 3.01-3.50 โดยคิดเป็นร้อยละ 47.60 รองลงมา มีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ 3.51-4.00 คิดเป็นร้อยละ 31.70 เกรดเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 คิดเป็นร้อยละ 12.40 และนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 2.01-2.50 คิดเป็นร้อยละ 8.30

นักเรียนส่วนใหญ่ที่เข้าเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร นั้นศึกษาอยู่ในโรงเรียนของรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 97.90 และเอกชน คิดเป็นร้อยละ 2.10

นักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนกวดวิชาที่ใดมาก่อน คิดเป็น 79.30 และนักเรียนที่เคยเรียนกวดวิชาที่ใดที่หนึ่งมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 20.70

ในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร สามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

รายการที่จำแนก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อายุ		
14 ปีและต่ำกว่า	11	3.80
มากกว่า 14-15 ปี	195	67.20
มากกว่า 15-16 ปี	66	22.80
มากกว่า 16-17 ปี	18	6.20
รวม	290	100.00
ระดับชั้นที่กำลังศึกษา		
มัธยมศึกษาปีที่ 3	218	75.20
มัธยมศึกษาปีที่ 4	54	18.60
มัธยมศึกษาปีที่ 5	18	6.20
รวม	290	100.00
เกรดเฉลี่ยสะสม		
มากกว่า 2.00 - 2.50	24	8.30
มากกว่า 2.50 - 3.00	36	12.40
มากกว่า 3.00 - 3.50	138	47.60
มากกว่า 3.50 - 4.00	92	31.70
รวม	290	100.00
โรงเรียนที่ศึกษา		
รัฐบาล	284	97.90
เอกชน	6	2.10
รวม	290	100.00
การเรียนกวดวิชาที่ผ่านมา		
เคย	60	20.70
ไม่เคย	230	79.30
รวม	290	100.00

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร

การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโดยรวม พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.32 สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆ นักเรียนให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ดังแสดงในตารางที่ 10

**ตารางที่ 10** การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโดยรวม

ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	ระดับความสำคัญ
ด้านเนื้อหาหลักสูตร	7.91	1.90	ค่อนข้างมาก
ด้านราคา	7.36	2.42	ค่อนข้างมาก
ด้านสถานที่	7.22	2.09	ค่อนข้างมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	7.04	1.93	ค่อนข้างมาก
ด้านบุคลากร	7.89	1.73	ค่อนข้างมาก
ด้านกระบวนการ	8.32	1.52	มาก
ด้านภาพลักษณ์	8.09	1.62	ค่อนข้างมาก
ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆ	8.16	1.68	ค่อนข้างมาก

การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนด้านเนื้อหาหลักสูตร จากการพิจารณารายข้อ ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 7.30 - 8.31 โดยที่นักเรียนให้ความสำคัญกับรูปแบบหลักสูตร เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ เป็นอันดับหนึ่ง จำนวนชั่วโมงเรียนที่เหมาะสมต่อหลักสูตร เป็นอันดับสอง และคุณภาพของเอกสารประกอบการสอน เป็นอันดับสาม ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านเนื้อหาหลักสูตร

ลักษณะของเนื้อหาหลักสูตร	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(SD)	ระดับความสำคัญ
รูปแบบหลักสูตร เช่น เรียน เนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด, เน้นแนวข้อสอบเข้าโรงเรียน เตรียมทหาร เพิ่มประสบการณ์ ทำโจทย์ต่างๆ	8.31	2.11	มาก
จำนวนชั่วโมงเรียนที่เหมาะสม ต่อหลักสูตร	8.13	2.07	ค่อนข้างมาก
คุณภาพของเอกสาร ประกอบการสอน	7.30	2.81	ค่อนข้างมาก

การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนด้านราคาเรียน จากการพิจารณา  
รายชื่อ ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 7.12 - 7.74 โดยที่นักเรียนให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลด  
ในการเรียนสำหรับนักเรียนเก่ามีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง การชำระค่าเรียนสามารถผ่อนเป็น  
งวดๆ ได้ เป็นอันดับสอง และราคาค่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่นๆ เป็นอันดับสาม ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านราคา

ราคาค่าเล่าเรียน	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(SD)	ระดับความสำคัญ
ส่วนลดในการเรียนสำหรับ นักเรียนเก่า	7.74	2.31	ค่อนข้างมาก
การชำระค่าเรียนสามารถผ่อน เป็นงวดๆ ได้	7.20	2.62	ค่อนข้างมาก
ราคาค่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่นๆ	7.14	2.77	ค่อนข้างมาก

การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนด้านสถานที่ จากการพิจารณารายชื่อ ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 6.93 - 7.71 โดยที่นักเรียนให้ความสำคัญกับ อาคารเรียนและห้องเรียนมีขนาดเหมาะสม เป็นอันดับหนึ่ง ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนหรือที่พักอาศัย เป็นอันดับสอง และสถานที่หาพบได้ง่าย การคมนาคมสะดวก มีที่จอดรถ เป็นอันดับสาม ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านสถานที่

สถานที่	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	ระดับความสำคัญ
อาคารเรียนและห้องเรียนมีขนาดเหมาะสม	7.71	2.28	ค่อนข้างมาก
ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนหรือที่พักอาศัย	7.02	2.37	ค่อนข้างมาก
สถานที่หาพบได้ง่าย การคมนาคมสะดวก มีที่จอดรถ	6.93	2.43	ค่อนข้างมาก

การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนด้านการตลาด การส่งเสริมการขาย จากการพิจารณารายชื่อ ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 6.47 - 7.44 โดยที่นักเรียนให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์แนะนำทางไปรษณีย์ คำแนะนำจากอาจารย์ เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง การส่งเสริมการขาย มีการลดราคาค่าเรียน มีการแจกของแถม มีการแจกอุปกรณ์การเรียน เช่น สมุด ปากกา เป็นอันดับสอง และสื่อโฆษณา ในด้าน ใบปลิว แผ่นพับ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ เป็นอันดับสาม ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(SD)	ระดับความสำคัญ
<b>สื่อโฆษณา ในด้านต่างๆ</b>			
<b>เหล่านี้</b>			
1. โบปลิว แผ่นพับ	6.94	2.30	ค่อนข้างมาก
2. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	6.72	2.54	ค่อนข้างมาก
3. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	6.47	2.88	ค่อนข้างมาก
<b>การประชาสัมพันธ์ ในด้าน</b>			
<b>ต่างๆ เหล่านี้</b>			
1. คำแนะนำจากอาจารย์	7.44	2.27	ค่อนข้างมาก
2. เพื่อนหรือรุ่นพี่ที่แนะนำ	7.39	2.45	ค่อนข้างมาก
3. การส่งเอกสารแนะนำทาง ไปรษณีย์	7.12	2.26	ค่อนข้างมาก
<b>การส่งเสริมการขาย ในด้าน</b>			
<b>ต่างๆ เหล่านี้</b>			
1. มีการลดราคาค่าเรียน	7.39	2.40	ค่อนข้างมาก
2. มีการแจกอุปกรณ์การเรียน	6.98	2.32	ค่อนข้างมาก
<b>เช่น สมุด ปากกา</b>			
3. มีการแจกของแถม	6.87	2.62	ค่อนข้างมาก

การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนด้านบุคลากร จากการพิจารณา  
รายชื่อ ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 7.76-7.97 โดยที่นักเรียนให้ความสำคัญกับการรักษาความ  
ปลอดภัย เป็นอันดับหนึ่ง การบริการของเจ้าหน้าที่ในโรงเรียนกวดวิชา เป็นอันดับสอง และ  
อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง เป็นอันดับสาม ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านบุคลากร

บุคลากร	ค่าเฉลี่ย( $\bar{x}$ )	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(SD)	ระดับความสำคัญ
การรักษาความปลอดภัย	7.97	1.91	ค่อนข้างมาก
การบริการของเจ้าหน้าที่ใน โรงเรียนกวดวิชา	7.93	1.75	ค่อนข้างมาก
อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง	7.76	2.21	ค่อนข้างมาก

การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนด้านกระบวนการ จากการพิจารณารายชื่อ ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 8.04 - 8.62 โดยที่นักเรียนให้ความสำคัญกับการจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริงมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง มีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอเป็นอันดับสอง และการมีสื่อการสอนที่ทันสมัยเป็นอันดับสาม ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านกระบวนการ

กระบวนการ	ค่าเฉลี่ย( $\bar{x}$ )	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(SD)	ระดับความสำคัญ
การจัดทดสอบความพร้อม ก่อนการสอบจริง	8.62	1.72	มาก
มีการสอบวัดผลการเรียนอย่าง สม่ำเสมอ	8.29	1.86	มาก
การมีสื่อการสอนที่ทันสมัย	8.04	1.78	ค่อนข้างมาก

การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนด้านภาพลักษณ์ จากการพิจารณารายชื่อ ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 8.00-8.17 นักเรียนให้ความสำคัญกับการจัดบริเวณภายในโรงเรียน สภาพแวดล้อมเป็นอันดับหนึ่ง ความสะอาดสบาย ความเหมาะสมของอาคารและห้องเรียนเป็นอันดับสอง และสุขลักษณะของห้องน้ำเป็นอันดับสาม ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์	ค่าเฉลี่ย( $\bar{x}$ )	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(SD)	ระดับความสำคัญ
การจัดบริเวณภายในโรงเรียน สภาพแวดล้อม	8.17	1.76	ค่อนข้างมาก
ความสะอาดสบาย ความ เหมาะสมของอาคารและ ห้องเรียน	8.11	1.82	ค่อนข้างมาก
สัญลักษณ์ของห้องน้ำ	8.00	2.13	ค่อนข้างมาก

การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนด้านคุณภาพและการบริการอื่นๆ จากการพิจารณารายชื่อ ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 7.83 - 8.66 นักเรียนให้ความสำคัญกับสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้า โรงเรียนเตรียมทหารได้เป็นจำนวนมาก มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง การมีภาพพจน์ของความทันสมัยเป็นอันดับสอง และการมีคำรับรองจากเพื่อนๆ หรือรุ่นพี่ เป็นอันดับสาม ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 การให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของนักเรียนในด้านคุณภาพและการบริการอื่น

คุณภาพและบริการอื่น	ค่าเฉลี่ย( $\bar{x}$ )	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(SD)	ระดับความสำคัญ
การมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้า โรงเรียนเตรียมทหารได้เป็น จำนวนมาก	8.66	1.63	มาก
การมีภาพพจน์ของความ ทันสมัย	7.98	1.97	ค่อนข้างมาก
การมีคำรับรองจากเพื่อนๆ	7.83	2.23	ค่อนข้างมาก

### ผลการศึกษารายการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 ศึกษาการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้ค่า t-test และ ANOVA เพื่อมาสรุปผลการวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความแตกต่างด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามด้าน โรงเรียนที่กำลังศึกษาและการกวดวิชาในอดีตที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 8 ด้าน โดยใช้ค่า t-test ในการสรุปผลการวิเคราะห์

ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียน โดยจำแนกตามโรงเรียนที่กำลังศึกษาสรุปได้ว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนของรัฐบาลและเอกชนมีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียน พบว่า นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนของรัฐบาลมีปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญสูงกว่าของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนเอกชน ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนเอกชนมีปัจจัยทางด้านหลักสูตร ด้านกระบวนการและด้านภาพลักษณ์ที่มีค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดสูงกว่าของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนของรัฐบาล ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโดยจำแนกตามโรงเรียนที่กำลังศึกษาของนักเรียน

การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของนักเรียน	รัฐบาล		เอกชน		t-Stat	P-Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านเนื้อหาหลักสูตร	7.87	1.90	10.00	0.00	-18.93	0.00*
ด้านราคา	7.50	2.26	1.00	0.00	48.43	0.00*
ด้านสถานที่	7.23	2.12	6.67	0.00	4.49	0.00*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	7.12	1.86	3.11	0.00	36.31	0.00*
ด้านบุคลากร	7.93	1.72	5.67	0.00	22.20	0.00*
ด้านกระบวนการ	8.30	1.53	9.33	0.00	11.42	0.00*
ด้านภาพลักษณ์	8.08	1.64	8.67	0.00	-6.04	0.00*
ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆ	8.16	1.70	8.00	0.00	1.57	0.12*

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโดยจำแนกตามการเรียนกวดวิชาที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่เคยเรียนและไม่เคยเรียนกวดวิชาให้การให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านคุณภาพต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักเรียนที่เคยเรียนและไม่เคยเรียนกวดวิชา มีในส่วนของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านสถานที่ และด้านภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียน พบว่า นักเรียนที่

เคยการเรียนกวดวิชาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักสูตร ด้านกระบวนการ ด้านคุณภาพและ บริการอื่นๆที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียนที่ไม่เคยเรียนกวดวิชา ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโดยจำแนก ตามข้อมูลด้านการเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนอื่นหรือไม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของนักเรียน	เคยเรียน		ไม่เคยเรียน		t-Stat	P-Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านเนื้อหาหลักสูตร	9.00	0.79	7.63	2.00	8.19	0.00*
ด้านราคา	6.57	3.28	7.57	2.10	-2.25	0.03*
ด้านสถานที่	7.20	1.88	7.22	2.15	-0.08	0.94
ด้านการส่งเสริมการตลาด	6.26	2.43	7.24	1.72	-2.96	0.00*
ด้านบุคลากร	7.57	1.80	7.97	1.71	-1.55	0.12*
ด้านกระบวนการ	9.00	0.78	8.14	1.61	5.86	0.00*
ด้านภาพลักษณ์	7.97	1.39	8.12	1.68	-0.67	0.50
ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆ	8.37	1.11	8.10	1.80	0.15	0.15*

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความแตกต่างด้านทัศนคติของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามด้านอายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดทั้ง 8 ด้าน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรกลุ่มในการสรุปผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียน โดยจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีการให้ความสำคัญในด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์และด้านคุณภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งต้องทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ต่อไป ดังแสดงในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 แสดงค่าความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโดยจำแนกตามข้อมูลด้านอายุ

อายุ	N	$\bar{X}$	แหล่งแปรปรวน	df	SS	MS	F-Stat	Sig
<b>ด้านเนื้อหาหลักสูตร</b>								
14 ปีและต่ำกว่า	11	6.18	ระหว่างกลุ่ม	3	58.26	19.42		
มากกว่า 14 – 15 ปี	195	7.79					5.63	0.00*
มากกว่า 15 – 16 ปี	66	8.42	ภายในกลุ่ม	286	986.14	3.45		
มากกว่า 16 – 17 ปี	18	8.44						
รวม	290	7.91	รวม	289	1044.40			
<b>ด้านราคา</b>								
14 ปีและต่ำกว่า	11	4.58	ระหว่างกลุ่ม	3	405.87	135.29		
มากกว่า 14 – 15 ปี	195	6.77					30.05	0.00*
มากกว่า 15 – 16 ปี	66	9.09	ภายในกลุ่ม	286	1287.47	4.50		
มากกว่า 16 – 17 ปี	18	9.11						
รวม	290	7.36	รวม	289	1693.34			
<b>ด้านสถานที่</b>								
14 ปีและต่ำกว่า	11	4.76	ระหว่างกลุ่ม	3	134.60	44.87		
มากกว่า 14 – 15 ปี	195	7.10					11.32	0.00*
มากกว่า 15 – 16 ปี	66	8.15	ภายในกลุ่ม	286	1133.34	3.96		
มากกว่า 16 – 17 ปี	18	6.56						
รวม	290	7.22	รวม	289	1267.95			

ตารางที่ 21 (ต่อ)

อายุ	N	$\bar{X}$	แหล่ง แปรปรวน	df	SS	MS	F-Stat	Sig
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>								
14 ปีและต่ำกว่า	11	4.73	ระหว่างกลุ่ม	3	136.17	45.39		
มากกว่า 14 – 15 ปี	195	7.08					13.84	0.00*
มากกว่า 15 – 16 ปี	66	7.73	ภายในกลุ่ม	286	938.09	3.28		
มากกว่า 16 – 17 ปี	18	5.44						
รวม	290	7.04	รวม	289	1074.26			
<b>ด้านบุคลากร</b>								
14 ปีและต่ำกว่า	11	4.55	ระหว่างกลุ่ม	3	155.84	51.95		
มากกว่า 14 – 15 ปี	195	8.02					20.90	0.00*
มากกว่า 15 – 16 ปี	66	8.30	ภายในกลุ่ม	286	711.00	2.49		
มากกว่า 16 – 17 ปี	18	6.89						
รวม	290	7.89	รวม	289	866.84			
<b>ด้านกระบวนการ</b>								
14 ปีและต่ำกว่า	11	4.52	ระหว่างกลุ่ม	3	194.02	64.67		
มากกว่า 14 – 15 ปี	195	8.43					39.04	0.00*
มากกว่า 15 – 16 ปี	66	8.85	ภายในกลุ่ม	286	473.80	1.66		
มากกว่า 16 – 17 ปี	18	7.44						
รวม	290	8.32	รวม	289	667.82			
<b>ด้านภาพลักษณ์</b>								
14 ปีและต่ำกว่า	11	4.03	ระหว่างกลุ่ม	3	217.13	72.38		
มากกว่า 14 – 15 ปี	195	8.04					38.02	0.00*
มากกว่า 15 – 16 ปี	66	8.76	ภายในกลุ่ม	286	544.42	1.90		
มากกว่า 16 – 17 ปี	18	8.67						
รวม	290	8.09	รวม	289	761.55			

ตารางที่ 21 (ต่อ)

อายุ	N	$\bar{X}$	แหล่ง แปรปรวน	df	SS	MS	F-Stat	Sig
<b>ด้านคุณภาพและ บริการอื่นๆ</b>								
14 ปีและต่ำกว่า	11	4.88	ระหว่างกลุ่ม	3	133.49	44.50		
มากกว่า 14 – 15 ปี	195	8.17					18.62	0.00*
มากกว่า 15 – 16 ปี	66	8.64	ภายในกลุ่ม	286	683.64	2.39		
มากกว่า 16 – 17 ปี	18	8.22						
รวม	290	8.16	รวม	289	817.13			

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

หลังจากทำการทดสอบ ANOVA (F-Test) แล้วมีข้อมูลของนักเรียนบางกลุ่มแตกต่างกัน เมื่อดูค่า Sig. ที่ได้จากรายการที่ 21 ทราบว่ากลุ่มอายุต่างๆของนักเรียนมีการให้ความสำคัญในด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์และด้านคุณภาพแตกต่างกัน จึงต้องใช้วิธี Scheffe ในการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญของนักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันที่ละคู่จนครบทุกคู่ และพิจารณาตัวเลขที่มีเครื่องหมายดอกจัน(\*)ซึ่งหมายความว่ารายคู่นั้นเป็น Sig. คือรายคู่นั้นมีความแตกต่างกัน

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆให้ความสำคัญด้านหลักสูตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 กลุ่มอายุ มากกว่า 15-16 ปี ให้ความสำคัญในด้านหลักสูตรมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปี คู่ที่ 2 กลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ให้ความสำคัญในด้านหลักสูตรมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปี แสดงในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อเนื้อหาหลักสูตรของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	14 ปีและต่ำกว่า    มากกว่า14-15 ปี    มากกว่า15-16 ปี    มากกว่า16-17 ปี				
	$\bar{X}$	6.18	7.79	8.42	8.44
14 ปีและต่ำกว่า	6.18	-	1.61	2.24*	2.26*
มากกว่า 14-15 ปี	7.79		-	0.63	0.65
มากกว่า 15-16 ปี	8.42			-	0.02
มากกว่า 16-17 ปี	8.44				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละกลุ่มอายุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ มากกว่า 14-15 ปี กลุ่มอายุ มากกว่า 15-16 ปี และกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ตามลำดับ ให้ความสำคัญในด้านราคามากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปี ส่วน กลุ่มอายุ มากกว่า 15-16 ปี และกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ให้ความสำคัญในด้านราคามากกว่ากลุ่มที่มีอายุ มากกว่า 14-15 ปี แสดงในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	14 ปีและต่ำกว่า    มากกว่า14-15 ปี    มากกว่า15-16 ปี    มากกว่า16-17 ปี				
	$\bar{X}$	4.58	6.77	9.09	9.11
14 ปีและต่ำกว่า	4.58	-	2.19*	4.51*	4.53*
มากกว่า 14-15 ปี	6.77		-	2.32*	2.34*
มากกว่า 15-16 ปี	9.09			-	0.02
มากกว่า 16-17 ปี	9.11				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละกลุ่มอายุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านสถานที่แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ มากกว่า 14-15 ปี ให้ความสำคัญใน ด้านสถานที่มากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปี ในกลุ่มอายุ มากกว่า 15-16 ปี ให้ความสำคัญ ในด้านสถานที่มากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 กลุ่มอายุ มากกว่า 14-15 ปี และกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี แสดงในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ของ นักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	14 ปีและต่ำกว่า    มากกว่า14-15 ปี    มากกว่า15-16 ปี    มากกว่า16-17 ปี				
	$\bar{X}$	4.76	7.10	8.15	6.56
14 ปีและต่ำกว่า	4.76	-	2.34*	3.39*	1.80
มากกว่า 14-15 ปี	7.10		-	1.05*	0.56
มากกว่า 15-16 ปี	8.15			-	1.59*
มากกว่า 16-17 ปี	6.56				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละ กลุ่มอายุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านการ ส่งเสริมการตลาดจำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านการ ส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ มากกว่า 14-15 ปี ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปีและกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ในกลุ่มอายุ มากกว่า 15-16 ปี ให้ความสำคัญในการส่งเสริม การตลาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 และกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี แสดงในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	14 ปีและต่ำกว่า มากกว่า14-15 ปี มากกว่า15-16 ปี มากกว่า16-17 ปี				
	$\bar{X}$	4.73	7.08	7.73	5.44
14 ปีและต่ำกว่า	4.73	-	2.35*	3.00*	0.71
มากกว่า 14-15 ปี	7.08		-	0.65	1.64*
มากกว่า 15-16 ปี	7.73			-	2.29*
มากกว่า 16-17 ปี	5.44				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละกลุ่มอายุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรจำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ มากกว่า 14-15 ปี ให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปี และกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ในกลุ่มอายุ มากกว่า 15-16 ปี ให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 และกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ในกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 แสดงในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	14 ปีและต่ำกว่า มากกว่า14-15 ปี มากกว่า15-16 ปี มากกว่า16-17 ปี				
	$\bar{X}$	4.55	8.02	8.30	6.89
14 ปีและต่ำกว่า	4.55	-	3.47*	3.75*	2.34*
มากกว่า 14-15 ปี	8.02		-	0.28	1.13*
มากกว่า 15-16 ปี	8.30			-	1.41*
มากกว่า 16-17 ปี	6.89				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละ  
กลุ่มอายุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
กระบวนการจำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆให้ความสำคัญด้าน  
กระบวนการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ มากกว่า  
14-15 ปี ให้ความสำคัญในด้านกระบวนการมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปีและกลุ่มอายุ  
มากกว่า 16-17 ปี ในกลุ่มอายุ มากกว่า 15-16 ปี ให้ความสำคัญในด้านกระบวนการมากกว่ากลุ่มที่มี  
อายุน้อยกว่า 14 และกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ในกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ให้ความสำคัญใน  
ด้านกระบวนการมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 แสดงในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
กระบวนการของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	14 ปีและต่ำกว่า มากกว่า14-15 ปี มากกว่า15-16 ปี มากกว่า16-17 ปี				
	$\bar{X}$	4.52	8.43	8.85	7.44
14 ปีและต่ำกว่า	4.52	-	3.91*	4.33*	2.92*
มากกว่า 14-15 ปี	8.43		-	0.42	0.99*
มากกว่า 15-16 ปี	8.85			-	1.41*
มากกว่า 16-17 ปี	7.44				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละ  
กลุ่มอายุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านภาพลักษณ์  
จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆให้ความสำคัญด้านภาพลักษณ์แตกต่าง  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ มากกว่า 14-15 ปี ให้ความสำคัญ  
ในด้านภาพลักษณ์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปี ในกลุ่มอายุ มากกว่า 15-16 ปี  
ให้ความสำคัญในด้านภาพลักษณ์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 และกลุ่มอายุ มากกว่า 14-15 ปี  
ในกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ให้ความสำคัญในด้านภาพลักษณ์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14  
แสดงในตารางที่ 28

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านภาพลักษณ์  
ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	14 ปีและต่ำกว่า    มากกว่า14-15 ปี    มากกว่า15-16 ปี    มากกว่า16-17 ปี				
	$\bar{X}$	4.03	8.04	8.76	8.67
14 ปีและต่ำกว่า	4.03	-	4.01*	4.73*	4.64*
มากกว่า 14-15 ปี	8.04		-	0.72*	0.63
มากกว่า 15-16 ปี	8.76			-	0.09
มากกว่า 16-17 ปี	8.67				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละ  
กลุ่มอายุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านคุณภาพ  
และบริการอื่นๆจำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆให้ความสำคัญด้าน  
คุณภาพและบริการอื่นๆแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่ม  
อายุ มากกว่า 14-15 ปี กลุ่มอายุ มากกว่า 15-16 ปี และกลุ่มอายุ มากกว่า 16-17 ปี ให้ความสำคัญใน  
ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 14 - 14 ปี แสดงในตารางที่ 29

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านคุณภาพ  
และบริการอื่นๆของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	14 ปีและต่ำกว่า    มากกว่า14-15 ปี    มากกว่า15-16 ปี    มากกว่า16-17 ปี				
	$\bar{X}$	4.88	8.17	8.64	8.22
14 ปีและต่ำกว่า	4.88	-	3.29*	3.76*	3.34*
มากกว่า 14-15 ปี	8.17		-	0.47	0.05
มากกว่า 15-16 ปี	8.64			-	0.42
มากกว่า 16-17 ปี	8.22				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละ  
กลุ่มอายุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโดยจำแนกตามสถานภาพระดับชั้นที่นักเรียนกำลังศึกษา พบว่า ระดับชั้นของนักเรียนมีความสำคัญในด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์และด้านคุณภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจะต้องทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ต่อไป ดังแสดงในตารางที่ 30

ตารางที่ 30 ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโดยจำแนกตามข้อมูลด้านระดับชั้นที่กำลังศึกษา

ระดับชั้นที่กำลังศึกษา	N	$\bar{X}$	แหล่งแปรปรวน	df	SS	MS	F-Stat	Sig
<b>ด้านเนื้อหาหลักสูตร</b>								
มัธยมศึกษาปีที่ 3	218	7.66	ระหว่างกลุ่ม	2	68.17	34.08		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	54	8.48					10.02	0.00*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	18	9.33	ภายในกลุ่ม	287	976.23	3.40		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	0	0						
รวม	290	7.91	รวม	286	1044.40			
<b>ด้านราคา</b>								
มัธยมศึกษาปีที่ 3	218	6.82	ระหว่างกลุ่ม	2	257.62	128.80		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	54	9.04					25.74	0.00*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	18	8.89	ภายในกลุ่ม	287	1435.18	5.00		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	0	0						
รวม	290	7.36	รวม	286	1693.34			
<b>ด้านสถานที่</b>								
มัธยมศึกษาปีที่ 3	218	7.09	ระหว่างกลุ่ม	2	27.29	13.65		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	54	7.85					3.16	0.04*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	18	6.89	ภายในกลุ่ม	287	1240.66	4.32		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	0	0						
รวม	290	7.22	รวม	286	1267.95			

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ระดับชั้นที่กำลังศึกษา	N	$\bar{X}$	แหล่งแปรปรวน	df	SS	MS	F-Stat	Sig
<b>ด้านการตลาด</b>								
มัธยมศึกษาปีที่ 3	218	7.03	ระหว่างกลุ่ม	2	150.03	75.02		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	54	7.89					23.30	0.00*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	18	4.56	ภายในกลุ่ม	287	924.23	3.22		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	0	0						
รวม	290	7.04	รวม	286	1074.26			
<b>ด้านบุคลากร</b>								
มัธยมศึกษาปีที่ 3	218	7.87	ระหว่างกลุ่ม	2	54.34	27.17		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	54	8.44					9.60	0.00*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	18	6.44	ภายในกลุ่ม	287	812.50	2.83		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	0	0						
รวม	290	7.89	รวม	286	866.84			
<b>ด้านกระบวนการ</b>								
มัธยมศึกษาปีที่ 3	218	8.25	ระหว่างกลุ่ม	2	14.00	7.00		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	54	8.74					3.07	0.04*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	18	7.89	ภายในกลุ่ม	287	653.83	2.28		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	0	0						
รวม	290	8.32	รวม	286	667.82			
<b>ด้านภาพลักษณ์</b>								
มัธยมศึกษาปีที่ 3	218	7.86	ระหว่างกลุ่ม	2	52.94	26.47		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	54	8.67					10.72	0.00*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	18	9.22	ภายในกลุ่ม	287	708.61	2.47		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	0	0						
รวม	290	8.09	รวม	286	761.55			

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ระดับชั้นที่กำลังศึกษา	N	$\bar{X}$	แหล่งแปรปรวน	df	SS	MS	F-Stat	Sig
<b>ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆ</b>								
มัธยมศึกษาปีที่ 3	218	8.03	ระหว่างกลุ่ม	2	18.65	9.33		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	54	8.37					3.35	0.04*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	18	9.00	ภายในกลุ่ม	287	798.48	2.78		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	0	0						
รวม	290	8.16	รวม	286	817.13			

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

หลังจากทำการทดสอบ ANOVA (F-Test) แล้วมีข้อมูลของนักเรียนบางกลุ่มแตกต่างกัน เมื่อดูค่า Sig. ที่ได้จากตารางที่ 30 ทราบว่านักเรียนในระดับชั้นต่างๆมีการให้ความสำคัญในด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์และด้านคุณภาพแตกต่างกัน จึงต้องใช้วิธี Scheffe ในการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญของนักเรียนที่ระดับชั้นที่กำลังศึกษาแตกต่างกันทีละคู่จนครบทุกคู่ และพิจารณาตัวเลขที่มีเครื่องหมายดอกจัน (\*) ซึ่งหมายความว่ารายคู่นั้นเป็น Sig. คือรายคู่นั้นมีความแตกต่างกัน

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆให้ความสำคัญด้านหลักสูตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 กลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 4 ให้ความสำคัญในด้านหลักสูตรมากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 3 คู่ที่ 2 กลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 5 ให้ความสำคัญในด้านหลักสูตรมากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 3 แสดงในตารางที่ 31

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร  
ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 3    มัธยมศึกษาปีที่ 4    มัธยมศึกษาปีที่ 5			
	$\bar{X}$	7.66	8.48	9.33
มัธยมศึกษาปีที่ 3	7.66	-	0.82*	1.67*
มัธยมศึกษาปีที่ 4	8.48		-	0.85
มัธยมศึกษาปีที่ 5	9.33			-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 4 ให้ความสำคัญในด้านราคามากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 5 ให้ความสำคัญในด้านราคามากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 3 แสดงในตารางที่ 32

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาของ  
นักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 3    มัธยมศึกษาปีที่ 4    มัธยมศึกษาปีที่ 5			
	$\bar{X}$	6.82	9.04	8.89
มัธยมศึกษาปีที่ 3	6.82	-	2.22*	2.07*
มัธยมศึกษาปีที่ 4	9.04		-	0.15
มัธยมศึกษาปีที่ 5	8.89			-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ของนักเรียน จากตารางที่ 22 พบว่าระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญในด้าน

สถานที่ของนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีการให้ความสำคัญในด้านสถานที่ของนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงในตารางที่ 33

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 3    มัธยมศึกษาปีที่ 4    มัธยมศึกษาปีที่ 5			
	$\bar{X}$	7.09	7.85	6.89
มัธยมศึกษาปีที่ 3	7.09	-	0.76	0.20
มัธยมศึกษาปีที่ 4	7.85		-	0.96
มัธยมศึกษาปีที่ 5	6.89			-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 4 ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 5 ในกลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 3 ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 5 แสดงในตารางที่ 34

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 3    มัธยมศึกษาปีที่ 4    มัธยมศึกษาปีที่ 5			
	$\bar{X}$	7.03	7.89	4.56
มัธยมศึกษาปีที่ 3	7.03	-	0.86*	2.47*
มัธยมศึกษาปีที่ 4	7.89		-	3.33*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	4.56			-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 3 ให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 5 ในกลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 4 ให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 5 แสดงในตารางที่ 35

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 3    มัธยมศึกษาปีที่ 4    มัธยมศึกษาปีที่ 5		
	$\bar{X}$		
มัธยมศึกษาปีที่ 3	7.87	-	0.57
มัธยมศึกษาปีที่ 4	8.44	-	2.00*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	6.44		-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการของนักเรียน จากตารางที่ 30 พบว่าระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญในด้านกระบวนการของนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีการให้ความสำคัญในด้านกระบวนการของนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงในตารางที่ 36

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
กระบวนการของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 3    มัธยมศึกษาปีที่ 4    มัธยมศึกษาปีที่ 5			
	$\bar{X}$	8.25	8.74	7.89
มัธยมศึกษาปีที่ 3	8.25	-	0.49	0.36
มัธยมศึกษาปีที่ 4	8.74		-	0.85
มัธยมศึกษาปีที่ 5	7.89			-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านภาพลักษณ์จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านภาพลักษณ์แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 4 ให้ความสำคัญในด้านภาพลักษณ์มากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 5 ให้ความสำคัญในด้านภาพลักษณ์มากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาปีที่ 3 แสดงในตารางที่ 37

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านภาพลักษณ์  
ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 3    มัธยมศึกษาปีที่ 4    มัธยมศึกษาปีที่ 5			
	$\bar{X}$	7.86	8.67	9.22
มัธยมศึกษาปีที่ 3	7.86	-	0.81*	1.36*
มัธยมศึกษาปีที่ 4	8.67		-	0.55
มัธยมศึกษาปีที่ 5	9.22			-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในด้านคุณภาพและบริการอื่นๆของนักเรียน จากตารางที่ 30 พบว่าระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพและบริการอื่นๆของนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีการให้ความสำคัญในด้านคุณภาพและบริการอื่นๆของนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงในตารางที่ 38

ตารางที่ 38 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านคุณภาพและบริการอื่นๆของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 3    มัธยมศึกษาปีที่ 4    มัธยมศึกษาปีที่ 5			
	$\bar{X}$	8.03	8.37	9.00
มัธยมศึกษาปีที่ 3	8.03	-	0.34	0.97
มัธยมศึกษาปีที่ 4	8.37		-	0.63
มัธยมศึกษาปีที่ 5	9.00			-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโดยจำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม จากตารางที่ 39 พบว่า เกรดเฉลี่ยสะสมของนักเรียนมีการให้ความสำคัญในด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านคุณภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจะต้องทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ต่อไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโดยจำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม พบว่า เกรดเฉลี่ยสะสมของนักเรียนมีการให้ความสำคัญด้านภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงในตารางที่

ตารางที่ 39 ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโดยจำแนกตามข้อมูลด้านเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	N	$\bar{X}$	แหล่งแปรปรวน	df	SS	MS	F-Stat	Sig
<b>ด้านเนื้อหาหลักสูตร</b>								
น้อยกว่า 2.00 - 2.00	0	0						
มากกว่า 2.00 - 2.50	24	7.00	ระหว่างกลุ่ม	3	127.13	42.38		
มากกว่า 2.50 - 3.00	36	6.56					13.21	0.00*
มากกว่า 3.00 - 3.50	138	7.99	ภายในกลุ่ม	286	917.28	3.21		
มากกว่า 3.50 - 4.00	92	8.57						
รวม	290	7.91	รวม	289	1044.41			
<b>ด้านราคา</b>								
น้อยกว่า 2.00 - 2.00	0	0						
มากกว่า 2.00 - 2.50	24	7.50	ระหว่างกลุ่ม	3	95.49	31.83		
มากกว่า 2.50 - 3.00	36	6.11					5.70	0.00*
มากกว่า 3.00 - 3.50	138	7.84	ภายในกลุ่ม	286	1597.84	5.59		
มากกว่า 3.50 - 4.00	92	7.09						
รวม	290	7.36	รวม	289	1693.33			
<b>ด้านสถานที่</b>								
น้อยกว่า 2.00 - 2.00	0	0						
มากกว่า 2.00 - 2.50	24	6.33	ระหว่างกลุ่ม	3	213.47	71.16		
มากกว่า 2.50 - 3.00	36	5.22					19.30	0.00*
มากกว่า 3.00 - 3.50	138	7.82	ภายในกลุ่ม	286	1054.48	3.69		
มากกว่า 3.50 - 4.00	92	7.33						
รวม	290	7.22	รวม	289	1267.95			

ตารางที่ 39 (ต่อ)

เกรดเฉลี่ยสะสม	N	$\bar{X}$	แหล่ง แปรปรวน	df	SS	MS	F-Stat	Sig
<b>ด้านการตลาด</b>								
น้อยกว่า 2.00 - 2.00	0	0						
มากกว่า 2.00 - 2.50	24	6.42	ระหว่างกลุ่ม	3	91.31	30.44		
มากกว่า 2.50 - 3.00	36	5.83					8.86	0.00*
มากกว่า 3.00 - 3.50	138	7.50	ภายในกลุ่ม	286	982.95	3.44		
มากกว่า 3.50 - 4.00	92	6.98						
รวม	290	7.04	รวม	289	1074.26			
<b>ด้านบุคลากร</b>								
น้อยกว่า 2.00 - 2.00	0	0						
มากกว่า 2.00 - 2.50	24	6.58	ระหว่างกลุ่ม	3	75.18	25.06		
มากกว่า 2.50 - 3.00	36	7.39					9.05	0.00*
มากกว่า 3.00 - 3.50	138	7.89	ภายในกลุ่ม	286	791.66	2.77		
มากกว่า 3.50 - 4.00	92	8.41						
รวม	290	7.88	รวม	289	866.84			
<b>ด้านกระบวนการ</b>								
น้อยกว่า 2.00 - 2.00	0	0						
มากกว่า 2.00 - 2.50	24	8.17	ระหว่างกลุ่ม	3	39.41	13.14		
มากกว่า 2.50 - 3.00	36	7.50					5.98	0.00*
มากกว่า 3.00 - 3.50	138	8.29	ภายในกลุ่ม	286	628.42	2.20		
มากกว่า 3.50 - 4.00	92	8.72						
รวม	290	8.33	รวม	289	667.83			

ตารางที่ 39 (ต่อ)

เกรดเฉลี่ยสะสม	N	$\bar{X}$	แหล่ง แปรปรวน	df	SS	MS	F-Stat	Sig
<b>ด้านภาพลักษณ์</b>								
น้อยกว่า 2.00 - 2.00	0	0						
มากกว่า 2.00 – 2.50	24	7.83	ระหว่างกลุ่ม	3	6.32	2.11		
มากกว่า 2.50 – 3.00	36	7.83					0.80	0.50
มากกว่า 3.00 – 3.50	138	8.10	ภายในกลุ่ม	286	755.23	2.64		
มากกว่า 3.50 – 4.00	92	9.25						
รวม	290	8.09	รวม	289	761.55			
<b>ด้านคุณภาพ และบริการอื่นๆ</b>								
น้อยกว่า 2.00 - 2.00	0	0						
มากกว่า 2.00 – 2.50	24	7.17	ระหว่างกลุ่ม	3	35.09	11.70		
มากกว่า 2.50 – 3.00	36	7.94					4.28	0.01*
มากกว่า 3.00 – 3.50	138	8.16	ภายในกลุ่ม	286	782.03	4.28		
มากกว่า 3.50 – 4.00	92	8.49						
รวม	290	8.16	รวม	289	817.12			

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

หลังจากทำการทดสอบ ANOVA (F-Test) แล้วมีข้อมูลของนักเรียนบางกลุ่มแตกต่างกัน เมื่อดูค่า Sig. ที่ได้จากรายการที่ 38 ทราบว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมของนักเรียนมีการให้ความสำคัญในด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านคุณภาพแตกต่างกัน จึงต้องใช้วิธี Scheffe ในการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญของนักเรียนที่เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันทีละคู่จนครบทุกคู่ และพิจารณาตัวเลขที่มีเครื่องหมายดอกจัน \* ซึ่งหมายความว่ารายคู่นั้นเป็น Sig. คือรายคู่นั้นมีความแตกต่างกัน

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร จำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านหลักสูตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.00-3.50 ให้ความสำคัญในด้านหลักสูตรมากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.50-3.00 ในกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 ให้ความสำคัญในด้านหลักสูตรมากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.00-2.50 และกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.50-3.00 แสดงในตารางที่ 40

ตารางที่ 40 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม		มากกว่า	มากกว่า	มากกว่า	มากกว่า
		2.00 – 2.50	2.50 – 3.00	3.00 – 3.50	3.50 – 4.00
	$\bar{X}$	7.00	6.56	7.99	8.57
มากกว่า 2.00 – 2.50	7.00	-	0.44	0.99	1.57*
มากกว่า 2.50 – 3.00	6.56		-	1.43*	2.01*
มากกว่า 3.00 – 3.50	7.99			-	0.58
มากกว่า 3.50 – 4.00	8.57				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละเกรดเฉลี่ยสะสม \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ที่มีการให้ความสำคัญด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.00-3.50 ให้ความสำคัญในด้านราคามากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.50-3.00 แสดงในตารางที่ 41

ตารางที่ 41 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	มากกว่า		มากกว่า	
	2.00 – 2.50	2.50 – 3.00	3.00 – 3.50	3.50 – 4.00
$\bar{X}$	7.50	6.11	7.84	7.09
มากกว่า 2.00 – 2.50	7.50	-	1.39	0.34
มากกว่า 2.50 – 3.00	6.11	-	1.73*	0.98
มากกว่า 3.00 – 3.50	7.84	-	-	0.75
มากกว่า 3.50 – 4.00	7.09	-	-	-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละเกรดเฉลี่ยสะสม \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานภาพจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านสถานที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.00-3.50 ให้ความสำคัญในด้านสถานที่มากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.00-2.50 และกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.50-3.00 ในกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.50-4.00 ให้ความสำคัญในด้านสถานที่มากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.50-3.00 แสดงในตารางที่ 42

ตารางที่ 42 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	มากกว่า		มากกว่า	
	2.00 – 2.50	2.50 – 3.00	3.00 – 3.50	3.50 – 4.00
$\bar{X}$	6.33	5.22	7.82	7.33
มากกว่า 2.00 – 2.50	6.33	-	1.11	1.49*
มากกว่า 2.50 – 3.00	5.22	-	2.60*	2.11*
มากกว่า 3.00 – 3.50	7.82	-	-	0.49
มากกว่า 3.50 – 4.00	7.33	-	-	-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละเกรดเฉลี่ยสะสม \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.00-3.50 ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.50-3.00 ในกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.50-4.00 ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.50-3.00 แสดงในตารางที่ 43

**ตารางที่ 43** เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	$\bar{X}$	มากกว่า	มากกว่า	มากกว่า	มากกว่า
		2.00 – 2.50	2.50 – 3.00	3.00 – 3.50	3.50 – 4.00
มากกว่า 2.00 – 2.50	6.42	-	0.59	1.08	0.56
มากกว่า 2.50 – 3.00	5.83		-	1.67*	1.15*
มากกว่า 3.00 – 3.50	7.50			-	0.52
มากกว่า 3.50 – 4.00	6.98				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละเกรดเฉลี่ยสะสม \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.00-3.50 ให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.00-2.50 ในกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.50-4.00 ให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.00-2.50 และกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.50-3.00 แสดงในตารางที่ 44

ตารางที่ 44 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร  
ของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	มากกว่า			
	2.00 – 2.50	2.50 – 3.00	3.00 – 3.50	3.50 – 4.00
$\bar{X}$	6.58	7.39	7.89	8.41
มากกว่า 2.00 – 2.50	6.58	-	0.81	1.31*
มากกว่า 2.50 – 3.00	7.39	-	0.50	1.02*
มากกว่า 3.00 – 3.50	7.89	-	-	0.52
มากกว่า 3.50 – 4.00	8.41	-	-	-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละ  
เกรดเฉลี่ยสะสม \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
กระบวนการจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญ  
ด้านกระบวนการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มเกรด  
เฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.00-3.50 ให้ความสำคัญในด้านกระบวนการมากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสม  
มากกว่า 2.50-3.00 ในกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.50-4.00 ให้ความสำคัญในด้านกระบวนการ  
มากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.50-3.00 แสดงในตารางที่ 45

ตารางที่ 45 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
กระบวนการของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	มากกว่า			
	2.00 – 2.50	2.50 – 3.00	3.00 – 3.50	3.50 – 4.00
$\bar{X}$	8.17	7.50	8.29	8.72
มากกว่า 2.00 – 2.50	8.17	-	0.67	0.55
มากกว่า 2.50 – 3.00	7.50	-	0.79*	1.22*
มากกว่า 3.00 – 3.50	8.29	-	-	0.43
มากกว่า 3.50 – 4.00	8.72	-	-	-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละเกรดเฉลี่ยสะสม \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านคุณภาพและบริการอื่นๆจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสมเป็นรายกลุ่ม พบว่า กลุ่มต่างๆให้ความสำคัญด้านคุณภาพและบริการอื่นๆแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.50-4.00 ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพและบริการอื่นๆมากกว่ากลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 2.00-2.50 แสดงในตารางที่ 46

ตารางที่ 46 เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านคุณภาพและบริการอื่นๆของนักเรียนจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	$\bar{X}$	มากกว่า	มากกว่า	มากกว่า	มากกว่า
		2.00 – 2.50	2.50 – 3.00	3.00 – 3.50	3.50 – 4.00
	$\bar{X}$	7.17	7.94	8.16	8.49
มากกว่า 2.00 – 2.50	7.17	-	0.77	0.99	1.32*
มากกว่า 2.50 – 3.00	7.94		-	0.22	0.55
มากกว่า 3.00 – 3.50	8.16			-	0.33
มากกว่า 3.50 – 4.00	8.49				-

หมายเหตุ: ค่าที่ปรากฏหมายถึงความแตกต่างของคะแนนการให้ความสำคัญของนักเรียนในแต่ละเกรดเฉลี่ยสะสม \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ในตารางที่ 19 ถึง 46 สามารถสรุปการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้ (ตารางที่ 47)

ความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาโดยจำแนกตามการกวดวิชาในอดีต พบว่า นักเรียนที่เคยเรียนกวดวิชามาก่อนนั้นให้ความสำคัญกับเนื้อหาหลักสูตร กระบวนการ และคุณภาพ ส่วนนักเรียนที่ไม่เคยเรียนกวดวิชามาก่อนให้ความสำคัญกับราคา การส่งเสริมการตลาด และบุคลากร อย่างไรก็ตาม โรงเรียนกวดวิชาควรมีกลยุทธ์ที่จะใช้จูงใจนักเรียนทั้งกลุ่มที่เคยเรียนกวดวิชาและไม่เคยเรียนกวดวิชามาก่อนหน้านี้

โดยกลยุทธ์ที่น่าจะเหมาะสมคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด กล่าวคือ หากต้องการการเพิ่มจำนวนของนักเรียน อาจมีการให้ส่วนลดกับนักเรียนที่แนะนำเพื่อนใหม่ให้เข้ามาเรียนกวดวิชา หรือการให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนเรียนกับศิษย์เก่าของโรงเรียนกวดวิชา ไม่ว่าจะหลักสูตรใดก็ตาม เพื่อเป็นการจูงใจนักเรียนไม่ให้ไปเรียนกวดวิชาที่อื่น หรือการให้ส่วนลด กับศิษย์เก่าของโรงเรียนที่สามารถสอบผ่านในการสอบข้อเขียน แต่ไม่ผ่านการทดสอบร่างกายและสัมภาษณ์ เพราะว่านักเรียนมีโอกาที่จะสอบผ่านในปีถัดไป ทั้งยังช่วยเพิ่มสถิติของนักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วสามารถสอบผ่านข้อเขียนอีกทางหนึ่ง

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด พบว่า นักเรียนในกลุ่มอายุต่างๆ มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาคือ เกรดเฉลี่ยสะสม ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการจัดกลุ่มของนักเรียน โดยแบ่งนักเรียนออกตามกลุ่มอายุก่อน แล้วจึงจัดกลุ่มนักเรียนตามกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ง่ายต่อการจัดหลักสูตร รูปแบบการสอน ให้เหมาะสมกับนักเรียนแต่ละกลุ่ม

เนื่องจากนักเรียนมีการให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดที่ต่างกันไป ดังนั้นเมื่อจัดกลุ่มนักเรียนตามระดับเกรดเฉลี่ยสะสมและอายุ โรงเรียนกวดวิชาสามารถนำกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาดมาใช้ในการจูงใจนักเรียนที่มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมสูงๆ โดยการให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนเรียน เช่น นักเรียนที่มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.00 – 3.50 มีการให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนร้อยละ 3 หรือนักเรียนที่มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.50 – 4.00 มีการให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนร้อยละ 5 เพราะนักเรียนที่มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมสูงๆ มีโอกาสที่จะสามารถสอบโรงเรียนเตรียมทหารได้มากกว่า

ตารางที่ 47 สรุปความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนบุคคล	ด้าน หลักสูตร	ด้าน ราคา	ด้าน สถานที่	ด้าน การตลาด	ด้าน บุคลากร	ด้าน กระบวนการ	ด้าน ภาพลักษณ์คุณภาพ	ด้าน	ด้าน
โรงเรียนที่ศึกษา <sup>1)</sup>									
รัฐบาล		✓	✓	✓	✓				✓
เอกชน	✓					✓	✓		
การเรียนกวดวิชาที่ ผ่านมา <sup>2)</sup>									
เคย	✓					✓			✓
ไม่เคย		✓		✓	✓				
อายุ <sup>3)</sup>									
14 ปีและต่ำกว่า									
มากกว่า 14-15 ปี		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
มากกว่า 15-16 ปี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
มากกว่า 16-17 ปี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ระดับชั้นที่กำลัง ศึกษา <sup>4)</sup>									
มัธยมศึกษาปีที่ 3				✓	✓				
มัธยมศึกษาปีที่ 4	✓	✓		✓	✓		✓		
มัธยมศึกษาปีที่ 5	✓	✓					✓		
เกรดเฉลี่ยสะสม <sup>5)</sup>									
มากกว่า 2.00 - 2.50									
มากกว่า 2.50 - 3.00									
มากกว่า 3.00 - 3.50	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
มากกว่า 3.50 - 4.00	✓		✓	✓	✓	✓			✓

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีการให้ความสำคัญต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: สรุปจากตารางที่ 19 ถึงตารางที่ 46

1) โรงเรียนที่ศึกษา สรุปจากตารางที่ 19

2) การเรียนกวดวิชาที่ผ่านมา สรุปจากตารางที่ 20

- 3) อายุ สรุปรจากตารางที่ 21-29
- 4) ระดับชั้นที่กำลังศึกษา สรุปรจากตารางที่ 30-38
- 5) เกรดเฉลี่ยสะสม สรุปรจากตารางที่ 39-46



## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารมีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ 1) ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร 2) วิเคราะห์ความอ่อนไหวในการลงทุนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร 3) ศึกษาการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร 4) การวิเคราะห์ความแตกต่างของการให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยผลการศึกษาทำให้ทราบถึงต้นทุน โครงสร้างค่าใช้จ่าย และความคุ้มค่า รวมทั้งความอ่อนไหวและความเสี่ยงของโครงการในการลงทุนเพื่อให้นักลงทุนหรือผู้ประกอบการที่สนใจสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาได้

ในการศึกษาครั้งนี้ได้วิเคราะห์ด้านการเงินโดยใช้ดัชนีการชี้วัดทางการเงิน คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุน (Benefit-Cost Ratio: BCR) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PBP) รวมทั้งศึกษาความอ่อนไหวและความแปรเปลี่ยนของโครงการเพื่อศึกษาถึงความเสี่ยงของโครงการในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านการเงินของโครงการโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสอบถามอาจารย์ใหญ่ พนักงานในโรงเรียนกวดวิชาและจากแบบสอบถามนักเรียนของโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรี รวมถึงข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวกับราคาของอุปกรณ์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้รวบรวมมาจากวารสารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ สิ่งตีพิมพ์ทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

จากการศึกษาสภาพทั่วไปพบว่า สภาพสังคมและเศรษฐกิจของจังหวัดลพบุรีเป็นจังหวัดที่มีบริการด้านการศึกษาระดับดีพอสมควร คือ มีระดับการศึกษาของประชาชนในจังหวัดส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน 12 ปี แต่การให้บริการทางการศึกษาถูกจำกัดด้วยจำนวนบุคลากรและ

งบประมาณ ทำให้จำนวนครูผู้สอนมีไม่เพียงพอกับจำนวนนักเรียน ซึ่งครูผู้สอนแต่ละคน มีหน้าที่ความรับผิดชอบงานหลายด้าน จึงทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนอยู่ในระดับต่ำ หากมองด้านเศรษฐกิจของจังหวัดลพบุรีมีแนวโน้มการลงทุนในอนาคตสูงขึ้น คาดว่าการลงทุนมี โอกาสปรับตัวดีขึ้น โดยตัวแปรที่เป็นปัจจัยบวกต่อการลงทุน ได้แก่ มาตรการเร่งรัดการดำเนิน นโยบายของภาครัฐที่น่าจะมีการขยายการลงทุนใน โครงการเพิ่มมากขึ้น เพื่อกระตุ้นระบบ เศรษฐกิจที่กำลังชะลอตัว

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรี เพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร โดยการศึกษาพบว่าในกรณีพื้นฐานโครงการมีความน่าสนใจ และเหมาะสมในการลงทุนเนื่องจากโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 7.28 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 17,956,115.84 บาท ผลตอบแทนของโครงการร้อยละ 15.66 และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุน เท่ากับ 1.153 เท่า แสดงให้เห็นว่าโครงการมีผลตอบแทนสูง มีการคืนทุนในระยะเวลาปานกลาง และการเปลี่ยนแปลงทางด้านรายได้มีความเสี่ยงมากกว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านต้นทุน กล่าวคือ โครงการสามารถรับสถานการณ์ที่ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นได้ร้อยละ 15.34 หรือรายได้ลดลงได้ร้อยละ 13.30 จึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับศูนย์

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการได้แบ่งเป็น 3 กรณี ได้แก่ กรณีที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี กรณีที่ 2 จำนวนนักเรียนน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ร้อยละ 10 กรณีที่ 3 ค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี โดยสามารถสรุป ได้ดังต่อไปนี้

1. กรณีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ทำให้โครงการมีระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุดคือ 8.84 ปี มูลค่าปัจจุบัน สุทธิเท่ากับ 10,305,604.25บาท อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12.39 อัตราส่วน ผลประโยชน์ต่อทุนเท่ากับ 1.083 เท่า แสดงให้เห็นว่าถึงแม้ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและ การประชาสัมพันธ์และค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียนของโครงการจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โครงการก็ยังมี ความเหมาะสมต่อการลงทุน โดยระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อ ต้นทุนและอัตราผลตอบแทนของโครงการหลักไม่มากนัก ดังนั้นการเพิ่มค่าวัสดุที่ใช้ในการเรียน ในการจัดทำเอกสารเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของเนื้อหา แนวข้อสอบต่างๆ รวมถึงการจัดการวัดผล อย่างสม่ำเสมอ อาจส่งผลให้นักเรียนที่ได้รับความรู้จากการกวดวิชาที่มีจำนวนผู้สอบผ่านเพิ่มสูงขึ้น

และในการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์และการโฆษณาให้นักเรียนทั่วไปได้ทราบถึงสถิติของนักเรียนที่กวัดวิชาแล้วสอบผ่านเข้าไปเป็นนักเรียนเตรียมทหาร ซึ่งอาจทำให้มีนักเรียนที่สนใจเข้ามาเรียนกวัดวิชาเพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้รายได้ที่จะเพิ่มขึ้นตาม ซึ่งสรุปได้ว่าการเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับโครงการ

2. สาเหตุที่ทำให้รายได้ลดลง อาจมาจากจำนวนนักเรียนที่มาเรียนไม่ได้ตามเป้าหมาย เนื่องจากจำนวนคู่แข่งของโรงเรียนกวัดวิชามีจำนวนมากขึ้น ทำให้จำนวนนักเรียนลดลงจากที่คาดการณ์ไว้ร้อยละ 10 ทำให้โครงการมีระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุดคือ 11.36 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 4,608,862.25 บาท อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 9.95 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุนเท่ากับ เท่ากับ 1.039 เท่า แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักเรียนลดน้อยลง ซึ่งไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ยังสามารถกล่าวได้ว่าโครงการมีคุ้มค่าต่อการลงทุนแต่ก็มีความเสี่ยงทั้งด้านรายได้และต้นทุนที่สูงมาก หากเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านรายได้หรือต้นทุนเพียงเล็กน้อยก็สามารถทำให้โครงการประสบกับภาวะขาดทุนได้ ดังนั้นจึงควรใช้กลยุทธ์ที่ไม่เพิ่มค่าใช้จ่ายของโครงการมากนัก ได้แก่ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เพื่อรักษาจำนวนนักเรียนไว้ เพราะหากจำนวนนักเรียนลดลง นั่นก็หมายความว่าโครงการมีความเสี่ยงต่อการขาดทุนสูงมาก

3. ค่าใช้จ่ายในส่วน of ค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์ อาจมีการปรับตัวขึ้นสูง เนื่องจากโรงเรียนกวัดวิชาคู่แข่งมีการปรับค่าชั่วโมงเพื่อดึงตัวอาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักเรียน อาจทำให้มีการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายส่วน of ค่าตอบแทนรายชั่วโมงร้อยละ 5 ทำให้โครงการมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 9.11 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 7,187,246.81 บาท อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 11.25 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุนเท่ากับ 1.056 เท่า แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วน of ค่าตอบแทนรายชั่วโมงของอาจารย์โครงการก็ยังคงมีความเหมาะสมต่อการลงทุนแต่ก็ยังมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านรายได้และต้นทุนค่อนข้างสูง

จากการแจกแบบสอบถามนักเรียนที่เรียนกวัดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร จำนวน 290 ชุด พบว่า นักเรียนที่เรียนกวัดวิชาส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งเป็นปีแรกที่มีสิทธิ์ในการสอบแข่งขันเพื่อศึกษาต่อในโรงเรียนเตรียมทหารหลักสูตร 3 ปี โดยมีอายุอยู่ระหว่าง 14-15 ปี ส่วนใหญ่จะมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ 3.01-3.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับรูปแบบหลักสูตร เนื้อหาเป็นอย่างมาก เช่น การเรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ และการวัดผลอย่างสม่ำเสมอ เพราะนักเรียนคิดว่าสิ่งที่ได้ทำแบบทดสอบเป็นจำนวนมาก จะทำให้พวกเขาสามารถสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารได้ ในเรื่องของค่าลงทะเบียนนั้น นักเรียนได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับค่าลงทะเบียนที่ต่ำกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่นๆค่อนข้างมาก แต่นักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วกลับต้องการส่วนลดสำหรับนักเรียนที่เคยลงเรียนในหลักสูตรต่างๆในอดีตมากกว่า ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน รูปแบบอาคาร สภาพแวดล้อม ภาพลักษณ์ของโรงเรียน รวมถึงบุคลากรและเจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียน ถือเป็นปัจจัยที่จะต้องนำมาพิจารณาในการจัดตั้งโครงการด้วยเนื่องจากนักเรียนส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสาร ข้อมูลของทางโรงเรียนจากคำแนะนำของอาจารย์ เพื่อน หรือรุ่นพี่ ซึ่งทำให้นักเรียนใส่ใจและให้ความสำคัญกับเรื่องเหล่านี้ค่อนข้างมาก สำหรับปัจจัยที่นักเรียนสนใจและให้ความสำคัญมากที่สุดคือจำนวนสถิติของนักเรียนในโรงเรียนกวดวิชาที่สามารถสอบผ่านเข้าไปศึกษาต่อในโรงเรียนเตรียมทหาร แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของโรงเรียนกวดวิชาที่สามารถทำให้นักเรียนได้บรรลุตามเป้าหมายที่นักเรียนได้คิดไว้

ผลการศึกษาการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนของรัฐบาลและเอกชนมีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันในทุกๆด้าน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียน พบว่า นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนเอกชนก็มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร ด้านกระบวนการและด้านภาพลักษณ์มากกว่านักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนของรัฐบาล สำหรับความแตกต่างของการให้ความสำคัญโดยจำแนกตามการเรียนกวดวิชาที่ผ่าน พบว่า มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ และด้านภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน แต่ในปัจจัยด้านอื่นๆมีการให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของนักเรียน พบว่า นักเรียนที่ผ่านการเรียนกวดวิชามีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร ด้านกระบวนการ ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆมากกว่านักเรียนที่ไม่เคยผ่านการเรียนกวดวิชา

โรงเรียนกวดวิชาควรมีกิจกรรมที่จะใส่ใจแก่นักเรียนทั้งกลุ่มที่เคยเรียนกวดวิชาและไม่เคยเรียนกวดวิชามาก่อนหน้านี้ โดยกลยุทธ์ที่น่าจะเหมาะสมคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด กล่าวคือ

หากต้องการการเพิ่มจำนวนของนักเรียน อาจมีการให้ส่วนลดกับนักเรียนที่แนะนำเพื่อนใหม่ให้เข้ามาเรียนกวดวิชา หรือการให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนเรียนกับศิษย์เก่าของโรงเรียนกวดวิชาไม่ว่าจะหลักสูตรใดก็ตาม เพื่อเป็นการจูงใจนักเรียนไม่ให้ไปเรียนกวดวิชาที่อื่น หรือการให้ส่วนลด 50% กับศิษย์เก่าของโรงเรียนที่สามารถสอบผ่านในการสอบข้อเขียน แต่ไม่ผ่านการทดสอบร่างกายและสัมภาษณ์ เพราะว่ามีโอกาสที่จะสอบผ่านในปีถัดไป ทั้งยังช่วยเพิ่มสถิติของนักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วสามารถสอบผ่านข้อเขียนอีกทางหนึ่ง

ผลการศึกษารายการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ในส่วนของการจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ พบว่า กลุ่มนักเรียนที่มีช่วงอายุ 14-15 ปี มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ และด้านคุณภาพ มากกว่ากลุ่มนักเรียนที่มีอายุน้อยกว่า 14 ปี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการมากกว่ากลุ่มนักเรียนที่มีช่วงอายุ 16-17 ปี สำหรับกลุ่มนักเรียนที่มีช่วงอายุ 15-16 ปี มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในทุกๆด้านมากกว่ากลุ่มนักเรียนที่มีอายุน้อยกว่า 14 ปี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา ด้านภาพลักษณ์ และด้านสถานที่มากกว่ากลุ่มนักเรียนที่มีช่วงอายุ 14-15 ปี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการมากกว่ากลุ่มนักเรียนที่มีอายุ 16-17 ปี สำหรับกลุ่มนักเรียนที่มีช่วงอายุ 16-17 ปี มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ และด้านคุณภาพมากกว่ากลุ่มนักเรียนที่มีอายุน้อยกว่า 14 ปี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาและด้านภาพลักษณ์มากกว่ากลุ่มนักเรียนที่มีอายุ 14-15 ปี

ในส่วนของการจำแนกตามสถานภาพด้านระดับชั้นที่นักเรียนกำลังศึกษา พบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรมากกว่านักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร ด้านราคา และด้านภาพลักษณ์มากกว่านักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรมากกว่านักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในด้านหลักสูตร ด้านราคา และด้านภาพลักษณ์มากกว่านักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 แต่ไม่พบรายคู่ใดที่มีการ

ให้ความสำคัญในด้านสถานที่ ด้านกระบวนการและด้านคุณภาพและบริการอื่นๆของนักเรียนที่แตกต่างกัน

ในส่วนของการจำแนกตามสถานภาพด้านเกรดเฉลี่ยสะสม พบว่า กลุ่มนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ และด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 2.01-2.50 ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการมากกว่ากลุ่มนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 สำหรับกลุ่มนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร ด้านบุคลากร และด้านคุณภาพมากกว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 2.01-2.50 ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักสูตร ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการมากกว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ย 2.51-3.00 แต่ในการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านภาพลักษณ์นั้นกลุ่มนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 2.01-4.00 มีการให้ความสำคัญที่ไม่แตกต่างกัน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด พบว่า นักเรียนในกลุ่มอายุต่างๆ มีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาคือ เกรดเฉลี่ยสะสม ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการจัดกลุ่มของนักเรียนโดยแบ่งนักเรียนออกตามกลุ่มอายุก่อน แล้วจึงจัดกลุ่มนักเรียนตามกลุ่มเกรดเฉลี่ยสะสมอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ง่ายต่อการจัดหลักสูตร รูปแบบการสอนให้เหมาะสมกับนักเรียนแต่ละกลุ่ม

เนื่องจากนักเรียนมีการให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อจัดกลุ่มนักเรียนตามระดับเกรดเฉลี่ยสะสมและอายุ โรงเรียนกวดวิชาสามารถนำกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาดมาใช้ในการจูงใจนักเรียนที่มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมสูงๆ โดยการให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนเรียน เช่น นักเรียนที่มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.00 – 3.50 มีการให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนร้อยละ 3 หรือนักเรียนที่มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.50 – 4.00 มีการให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนร้อยละ 5 เพราะนักเรียนที่มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมสูงๆ มีโอกาสที่จะสามารถสอบโรงเรียนเตรียมทหารได้มากกว่า

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา คือ 1) ชื่อเสียงของโรงเรียนและคณาจารย์ผู้สอน 2) ได้รับการชักจูง แนะนำจากเพื่อนๆ 3) เดินทางสะดวก ใกล้บ้าน

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินและศึกษาการให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดลพบุรีเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ทำให้ได้ข้อเสนอแนะทั่วไปสำหรับผู้สนใจ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

### ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

#### ข้อเสนอแนะทางการเงิน

1. การลงทุนในทรัพย์สินถาวรของการจัดตั้งโรงเรียนมีต้นทุนสูง โดยเฉพาะค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ถ้าทำเลที่ตั้งดี ราคาจะยิ่งสูงขึ้น และเนื่องจากทำเลที่ตั้งของโครงการถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมาก ดังนั้นเจ้าของโครงการอาจต้องลงทุนเป็นค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างค่อนข้างสูง และจะมีผลต่อการทำกำไรของโครงการ จึงอาจใช้วิธีการเช่าอาคารพาณิชย์ แทนการลงทุนซื้อที่ดิน เพื่อไม่ให้เกิดต้นทุนจมนมมากนัก

2. จำนวนของนักเรียนและอัตราค่าธรรมเนียมการเรียน ถึงเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดรายได้หลักของโครงการ หากจำนวนของนักเรียนหรือค่าธรรมเนียมการเรียนต่ำกว่าที่ได้คาดการณ์ไว้ อาจทำให้การลงทุนในโครงการมีรายได้ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน เจ้าของโครงการจะต้องลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของโครงการลง แต่ถ้าจำนวนของนักเรียนหรือค่าธรรมเนียมการเรียนลดลงอย่างมาก แม้ว่าจะลดค่าใช้จ่ายของโครงการลงแล้ว โครงการก็อาจจะยังให้ผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ผู้ประกอบการจะต้องระมัดระวัง เพราะถ้าหากจำนวนของนักเรียนลดลงหรือการเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนไม่ได้ตามที่คาดการณ์ โครงการอาจไม่สามารถลงทุนต่อไปได้

3. จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโรงเรียนกวดวิชาพบว่าโครงการมีความเหมาะสมต่อการลงทุนแต่ยังมีความเสี่ยงที่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในส่วน of ค่าตอบแทนบุคลากรและการลดลงของรายได้จากค่าธรรมเนียมการเรียนพร้อมๆกัน ดังนั้นผู้ประกอบการที่สนใจควรมีการลดต้นทุนและค่าตอบแทนบุคลากรทางตรง เพื่อลดความเสี่ยงของโครงการ

4. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารของนักเรียนส่วนใหญ่มาจากการบอกเล่าจากเพื่อน ญาติพี่น้อง หรือคนรู้จักและจากแผ่นโฆษณาของโรงเรียน ดังนั้น ในช่วงก่อนการดำเนินโครงการและในช่วงแรกของการดำเนินกิจการ เจ้าของโครงการอาจต้องจัดสรรงบประมาณค่อนข้างมากในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อให้มีจำนวนนักเรียนตามที่ได้กำหนดไว้ และเมื่อโรงเรียนเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแล้วจึงอาศัยการบอกเล่าต่อๆ กันไป

### ข้อเสนอแนะทางด้านส่วนประสมทางการตลาด

ด้านหลักสูตร โรงเรียนกวดวิชาควรมีการจัดรูปแบบของหลักสูตรให้มีความหลากหลาย พัฒนาหลักสูตรการสอนให้ทันสมัยและเข้ากับผู้เรียนอยู่เสมอ โดยเน้นแนวข้อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ เพื่อผู้เรียนสามารถเข้าใจในเนื้อหาของหลักสูตรได้เร็วขึ้น ควรจัดระยะเวลาเรียนให้เหมาะสมกับเนื้อหา ไม่ควรใช้ระยะเวลาเรียนนานเกินไป หรือควรมีการเพิ่มหลักสูตรเวลาเรียนในช่วงเย็น เวลา 16.30-18.00 น. ของวันจันทร์-ศุกร์ เพิ่มขึ้น

ด้านราคา กำหนดราคาค่าเรียนให้มีความเหมาะสมกับบริการที่ผู้เรียนจะได้รับ ควรมีการจัดระบบการชำระค่าเรียนให้มีความหลากหลายมากขึ้น

ด้านสถานที่ ควรตั้งอยู่บริเวณใกล้สถาบันการศึกษาหรือที่พัก เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักเรียน สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก ห้องเรียนควรมีขนาดเหมาะสม ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก ควรมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด การแนะนำจากผู้ที่เคยเรียนมาก่อนก็นับเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสนใจกับนักเรียนกลุ่มปัจจุบันให้มาก ควรมีการปรับปรุงแก้ไขการบริการอยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เรียน ซึ่งจะส่งผลไปยังการแนะนำกลุ่มผู้เรียนใหม่เข้าสู่โรงเรียนกวดวิชา ควรจัดให้มีการตอบแทนผู้เรียนบ้างในบางโอกาสและบางเงื่อนไข เช่น การให้ส่วนลดกับนักเรียนที่แนะนำเพื่อนใหม่ให้เข้ามาเรียนกวดวิชา หรือการให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนเรียนกับศิษย์เก่าของโรงเรียนกวดวิชา ไม่ว่าจะหลักสูตรใดก็ตาม เพื่อเป็นการจูงใจนักเรียนไม่ให้ไปเรียนกวดวิชาที่อื่น หรือการให้ส่วนลด กับศิษย์เก่าของโรงเรียนที่สามารถสอบผ่านในการสอบข้อเขียน แต่ไม่ผ่านการทดสอบร่างกายและสัมภาษณ์

ด้านบุคลากร ควรดำเนินการสรรหาคัดเลือกคณาจารย์ผู้สอนประจำ ปฏิบัติงานเต็มเวลาในบางวิชา เพื่อให้นักเรียนสามารถปรึกษากับครูผู้สอนเกี่ยวกับวิชาเรียนช่วงนอกเวลาได้ ทั้งยังเป็น การสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างครูกับนักเรียนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย อาจสรรหาคณาจารย์จาก โรงเรียนเหล่าทัพที่มีประสบการณ์ในการสอนกวดวิชาเข้าโรงเรียนเตรียมทหารมาสอน ควรมีการ สสำรวจความพึงพอใจของผู้เรียนเกี่ยวกับตัวผู้สอนอยู่เสมอเพื่อทำการปรับปรุงคุณภาพของการ ให้บริการให้ดีขึ้น และอาจารย์ผู้สอนต้องมีการปรับลักษณะการสอนให้สอดคล้องกับ ความสามารถทางการเรียนรู้ของผู้เรียน

ด้านภาพลักษณ์ ต้องพัฒนาและปรับปรุงบรรยากาศในห้องเรียนให้น่าเรียนอยู่เสมอ ควรมี การทำ Website ของโรงเรียนเพื่อยกระดับโรงเรียนให้สูงขึ้น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ โดยประเด็น ซึ่งจะมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนที่ต้องการให้นักเรียนรับรู้ได้แก่ การมีสถิติที่เรียน กวดวิชาแล้วสอบเข้า โรงเรียนเตรียมทหาร ได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่นักเรียนกวดวิชาส่วน ใหญ่ต้องการ

ด้านกระบวนการ จะต้องมีการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง ควรมีอุปกรณ์และ สื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย เพิ่มการเรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด วิเคราะห์แนวข้อสอบ เข้าโรงเรียนเตรียมทหาร เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ

ด้านคุณภาพและบริการอื่นๆ ควรทำการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับแผน หรือพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความได้เปรียบเหนือ คู่แข่ง

การลงทุนจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารถือเป็นการลงทุนใน ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Individual Marketing) จึงควรเน้นที่เนื้อหาหลักสูตร แนวข้อสอบ วิธีลัดและ วิธีแก้ไข โจทย์ที่มีความยาก ดังนั้นในการปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรแต่ละวิชา ควรมีการประชุม คณาจารย์ผู้สอน เพื่อให้มีแนวทางการสอนและมาตรฐานเดียวกัน โดยอย่าให้ซ้ำกับรูปแบบการ เรียนการสอนที่ใช้ในโรงเรียนทั่วไป ควรมีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอและจัดการ ทดสอบความพร้อมก่อนสอบจริง ควรมีการจัดกลุ่มของนักเรียนโดยจำแนกตามอายุและเกรดเฉลี่ย เพื่อจะได้ปรับรูปแบบการสอนให้เหมาะกับนักเรียนในแต่ละกลุ่ม

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการวิเคราะห์โครงการในด้านอื่นๆ เช่น การประเมินด้านคุณภาพ หลักสูตรการเรียนการสอน ครูผู้สอน และทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์โดยนำเอาต้นทุนหรือผลประโยชน์ทางอ้อมของโครงการมาตีค่าเป็นตัวเงินเช่นผลประโยชน์ที่ได้จากการฝึกฝนทักษะทางด้านพลศึกษา วิธีการสัมภาษณ์ ท่วงทีวาจาและความเหมาะสม เพื่อที่จะใช้ในการสอบรอบที่สอง เป็นต้น เพื่อให้การศึกษาสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการศึกษาวิจัย ควรทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคมก่อนที่นักเรียนจะทำการสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร ในช่วงต้นเดือนเมษายน เพราะในช่วงนี้ผู้ที่ทำการศึกษาวิจัยจะสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างละเอียดและถูกต้องตามสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

เจริญพร แก้วละเอียด. 2543. ค่านิยมที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรบัณฑิต สาขาการวัดผลและวิจัยการศึกษา, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ. 2544. เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น จำกัด.

ดำรงค์ อุณหุดต์. 2554. เอกสารสำคัญประกอบการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา (Online). <http://www.cadethome.com/cadet4.html>, 18 มีนาคม 2554.

ธานีฤทธิ์ ศิลป์จารุ. 2550. การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิ.อินเตอร์ พรินท์.

นราศรี ไวนิชกุล และ ชุศักดิ์ อุดมศรี. 2533. ระเบียบวิธีวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญธรรม จิตอนันต์. 2540. การวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประภาพร ศรีสะดี. 2551. แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 – 2554. กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดลพบุรี.

ประภาวัลย์ ชวนไชยะกุล. 2546. การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเรียนกวดวิชา: กรณีศึกษานักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเดอะติวเตอร์. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2545. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

- พงศ์วัลย์ ทวีวงศ์. 2545. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศรินทิพย์ สิงห์อุสาหะ. 2539. การลงทุนทางการศึกษาของโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2534ก. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- \_\_\_\_\_. 2534ข. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2547. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- สรวิศ ปานเจริญ. 2544. แรงจูงใจในการเลือกสถาบันกวดวิชาเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุมาลี จิระมิตร. 2544. การบริหารการเงิน เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทิดา ประพันธ์. 2547. การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอน ในจังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการวัดและการประเมินผล, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงพาณิชย์. 2554. ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปและดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐานของประเทศ (Online). [www.price.moc.go.th/content1.aspx?cid=1](http://www.price.moc.go.th/content1.aspx?cid=1), 19 เมษายน 2554.

สำนักประเมินราคาทรัพย์สิน กรมธนารักษ์. 2551. บัญชีกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์โรงเรียน  
สิ่งปลูกสร้างจังหวัดลพบุรี พศ. 2551 - 2554 (Online).

[www.treasury.go.th/internet/assessment/Data\\_assess\\_build/Db405/bldg\\_val/16.htm](http://www.treasury.go.th/internet/assessment/Data_assess_build/Db405/bldg_val/16.htm), 24  
มีนาคม 2552.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2546. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โด โชน่า.

Porter, M.E. 1979. "How competitive forces shape strategy." **Harvard Business Review**  
(March - April). USA.

Gittinger, J.P. 1972. **Economic Analysis of Agricultural Project**. Battimore: The John  
Hopkins University Press.

Thailand Board of Investment. 2004. **Cost of Doing Business in Thailand** (Online).

[www.boi.go.th/thai/business/costs.html](http://www.boi.go.th/thai/business/costs.html), January 17, 2010.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### แบบสอบถามผู้ประกอบการ

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร  
ในจังหวัดลพบุรี

#### คำชี้แจง

1. กรุณาตอบตามความเป็นจริงให้ครบทุกข้อ เพื่อให้สามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยอย่างสมบูรณ์
2. คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่องานวิจัย ข้อมูลที่กรอกนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและในโอกาสนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

1. ชื่อผู้กรอกแบบสอบถาม.....
2. ชื่อโรงเรียนกวดวิชา.....
3. สถานที่ตั้ง  
.....
4. อาชีพหลักของท่าน.....
5. ตำแหน่งของท่านในโรงเรียนกวดวิชา.....

#### ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจ

1. หลักสูตรของโรงเรียนกวดวิชาทั้งหมด..... หลักสูตร  
ได้แก่ 1).....  
2).....  
3).....  
4).....  
5).....
2. ค่าเล่าเรียนต่อหลักสูตร..... บาท
3. จำนวนห้องเรียนทั้งหมด.....ห้อง
4. รายได้อื่นๆ .....เฉลี่ยเดือนละ.....บาท
5. ค่าใช้จ่ายในการลงทุน  
    ค่าก่อสร้างอาคาร.....บาท  
    ค่าครุภัณฑ์.....บาท
6. จำนวนครู อาจารย์ในโรงเรียนกวดวิชาทั้งหมด.....คน

7. ค่าตอบแทนครู อาจารย์เฉลี่ยเดือนละ.....บาท
8. จำนวนพนักงานในโรงเรียนกวดวิชาทั้งหมด.....คน
9. ค่าตอบแทนพนักงานเฉลี่ยเดือนละ.....บาท
10. ค่าใช้จ่ายในทางการตลาดและประชาสัมพันธ์เฉลี่ยเดือนละ.....บาท
11. ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ยเดือนละ.....บาท
12. ค่าจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ทดแทนเฉลี่ยต่อเดือน.....บาท
13. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ .....เฉลี่ยเดือนละ.....บาท

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ ในการอนุเคราะห์ข้อมูลอย่างดียิ่ง

แบบสอบถามนักเรียน

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร  
ในจังหวัดลพบุรี

คำชี้แจง

3. แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน  
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป  
ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของนักเรียน โรงเรียนกวดวิชา
4. กรุณาตอบตามความเป็นจริงให้ครบทุกข้อ เพื่อให้สามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยอย่างสมบูรณ์
5. คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่องานวิจัย ข้อมูลที่กรอกนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและในโอกาสนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (X)

คำชี้แจง ให้ท่านเขียนเครื่องหมาย / หน้าข้อความตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. อายุ  
 น้อยกว่า 14 ปี       มากกว่า 14 – 15 ปี       มากกว่า 15 – 16 ปี  
 มากกว่า 16 – 17 ปี
2. ขณะนี้กำลังศึกษาอยู่ในชั้น  
 มัธยมศึกษาปีที่ 3       มัธยมศึกษาปีที่ 4  
 มัธยมศึกษาปีที่ 5       มัธยมศึกษาปีที่ 6
3. เกรดเฉลี่ยสะสมของท่าน  
 น้อยกว่า 2.00       มากกว่า 2.00 – 2.50       มากกว่า 2.50 – 3.00  
 มากกว่า 3.00 – 3.50       มากกว่า 3.50 – 4.00
4. ประเภทของโรงเรียนที่กำลังศึกษา  
 รัฐบาล       เอกชน
5. ก่อนที่จะมาเรียนใน โรงเรียนกวดวิชาในปัจจุบันนี้ ท่านเคยเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนอื่นหรือไม่  
 เคย (เรียนที่โรงเรียน โปรรณะ.....)  
 ไม่เคยเรียน

**ตอนที่ 2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารในทัศนคติของนักเรียน (Y)

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย/ ในช่องแสดงคะแนนระดับความสำคัญของแต่ละส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียน ซึ่งคะแนน 1 – 10 แสดงคะแนนระดับความสำคัญจากน้อยไปมาก โดย

1 แทนคะแนนระดับความสำคัญน้อยที่สุด

10 แทนคะแนนระดับความสำคัญมากที่สุด

ที่	กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>1</b>	<b><u>ด้านเนื้อหาหลักสูตร เอกสารและสถานที่เรียน</u></b>										
1.1	รูปแบบหลักสูตร เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด, เน้นแนวข้อสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหาร เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ										
1.2	จำนวนชั่วโมงเรียนที่เหมาะสมต่อหลักสูตร										
1.3	การมีช่วงหลักสูตรให้เลือกเรียนได้หลายหลักสูตร										
<b>2</b>	<b><u>ด้านราคาค่าเรียน</u></b>										
2.1	ราคาค่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่นๆ										
2.2	การชำระค่าเรียนสามารถผ่อนเป็นงวดๆได้										
2.3	ส่วนลดในการเรียนสำหรับนักเรียนเก่า										
<b>3</b>	<b><u>ด้านสถานที่</u></b>										
3.1	สถานที่หาพบได้ง่าย การคมนาคมสะดวก มีที่จอดรถ										
3.2	ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนหรือที่พักอาศัย										
3.3	อาคารเรียนและห้องเรียนขนาดเหมาะสม										

ที่	กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>4</b>	<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>										
4.1	สื่อโฆษณา ในด้านต่างๆ เหล่านี้										
	4.1.1 ใบปลิว แผ่นพับ ป้ายโฆษณา										
	4.1.2 โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต										
	4.1.3 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์										
4.2	การประชาสัมพันธ์ ในด้านต่างๆ เหล่านี้										
	4.2.2 การส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์										
	4.2.3 คำแนะนำจากอาจารย์ที่โรงเรียน										
	4.2.4 เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ										
4.3	การส่งเสริมการขาย ในด้านต่างๆ เหล่านี้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา										
	4.3.1 มีการลดราคาการเรียน										
	4.3.2 มีการแจกของแถม										
	4.3.3 มีการแจกอุปกรณ์การเรียน เช่น สมุด ปากกา										
<b>5</b>	<b>ด้านบุคลากร</b>										
5.1	อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา										
5.2	การบริการของเจ้าหน้าที่ในโรงเรียนกวดวิชาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา										
5.3	การรักษาความปลอดภัย										
<b>6</b>	<b>ด้านกระบวนการ</b>										
6.1	การจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง										
6.2	การมีสื่อการสอนที่ทันสมัย										
6.3	มีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ										

ที่	กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
7	<b>ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ</b>													
7.1	ความสะดวกสบาย ความเหมาะสมของอาคารและห้องเรียน													
7.2	สุขลักษณะของห้องน้ำ ห้องส้วม													
7.3	การจัดบริเวณภายในโรงเรียนสภาพแวดล้อม													
8	<b>คุณภาพ และการบริการด้านอื่นๆ</b>													
8.2	การมีภาพพจน์ของความทันสมัย													
8.3	การมีคำรับรองจากเพื่อนๆ หรือรุ่นพี่													
8.4	การมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้าโรงเรียนเตรียมทหารได้เป็นจำนวนมาก													

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ ในการอนุเคราะห์ข้อมูลอย่างดียิ่ง



ภาคผนวก ข  
ตารางอ้างอิงในการคำนวณ

ตารางผนวกที่ 1 การประมาณการผลตอบแทนรวมของโครงการ

รายการ	ปีที่ 1				ปีที่ 2			
	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)	คอร์ส2(ส-อา)	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)	คอร์ส2(ส-อา)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00
จำนวนนักเรียน	120.00	120.00	120.00	120.00	150.00	150.00	150.00	150.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	2,580,000.00	2,100,000.00	1,140,000.00	1,140,000.00	3,225,000.00	2,625,000.00	1,425,000.00	1,425,000.00
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			6,960,000.00				8,700,000.00	
รายได้อื่นๆ			120,000.00				123,600.00	
รายได้รวม			7,080,000.00				8,823,600.00	

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ปีที่3				ปีที่4				
	หลักสูตร	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)	คอร์ส2(ส-อา)	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)	คอร์ส2(ส-อา)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00	
จำนวนนักเรียน	180.00	180.00	180.00	180.00	210.00	210.00	210.00	210.00	
รายได้ค่าลงทะเบียน	3,870,000.00	3,150,000.00	1,710,000.00	1,710,000.00	4,515,000.00	3,675,000.00	1,995,000.00	1,995,000.00	
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			10,440,000.00				12,180,000.00		
รายได้อื่นๆ			127,308.00				131,127.24		
รายได้รวม			10,567,308.00				12,311,127.24		

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 5				ปีที่ 6			
	หลักสูตร	คอร์สมินาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)	คอร์ส2(ส-อา)	คอร์สมินาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00
จำนวนนักเรียน	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	4,515,000.00	3,675,000.00	1,995,000.00	1,995,000.00	5,192,250.00	4,226,250.00	2,294,250.00	2,294,250.00
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			12,180,000.00				14,007,000.00	
รายได้อื่นๆ			135,061.06				139,112.89	
รายได้รวม			12,315,061.06				14,146,112.89	

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 7				ปีที่ 8			
	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)	คอร์ส2(ส-อา)	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)	คอร์ส2(ส-อา)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00
จำนวนนักเรียน	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	5,192,250.00	4,226,250.00	2,294,250.00	2,294,250.00	5,192,250.00	4,226,250.00	2,294,250.00	2,294,250.00
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			14,007,000.00				14,007,000.00	
รายได้อื่นๆ			143,286.28				147,584.86	
รายได้รวม			14,150,286.28				14,154,584.86	

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ปีที่๑				ปีที่๑๐				
	หลักสูตร	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)	คอร์ส2(ส-อา)	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อา)	คอร์ส2(ส-อา)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00	
จำนวนนักเรียน	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	5,192,250.00	4,226,250.00	2,294,250.00	2,294,250.00	5,192,250.00	4,226,250.00	2,294,250.00	2,294,250.00	2,294,250.00
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			14,007,000.00				14,007,000.00		
รายได้อื่นๆ			152,012.41				156,572.78		
รายได้รวม			14,159,012.41				14,163,572.78		

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ปีที่11				ปีที่12			
	คอร์สพฤษภาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ1)	คอร์ส2(ส-อ1)	คอร์สพฤษภาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ1)	คอร์ส2(ส-อ1)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75
จำนวนนักเรียน	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	5,971,087.50	4,860,187.50	2,638,387.50	2,638,387.50	5,971,087.50	4,860,187.50	2,638,387.50	2,638,387.50
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			16,108,050.00				16,108,050.00	
รายได้อื่นๆ			161,269.97				166,108.06	
รายได้รวม			16,269,319.97				16,274,158.06	

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ปีที่13				ปีที่14				
	หลักสูตร	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ)	คอร์ส2(ส-อ)	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ)	คอร์ส2(ส-อ)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75	12,563.75
จำนวนนักเรียน	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	5,971,087.50	4,860,187.50	2,638,387.50	2,638,387.50	5,971,087.50	4,860,187.50	2,638,387.50	2,638,387.50	2,638,387.50
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			16,108,050.00				16,108,050.00		
รายได้อื่นๆ			171,091.31				176,224.05		
รายได้รวม			16,279,141.31				16,284,274.05		

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ปีที่15				ปีที่16			
	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ด1(ส-อ1)	คอร์ด2(ส-อ1)	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ด1(ส-อ1)	คอร์ด2(ส-อ1)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31
จำนวนนักเรียน	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	5,971,087.50	4,860,187.50	2,638,387.50	2,638,387.50	6,866,750.63	5,589,215.63	3,034,145.63	3,034,145.63
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			16,108,050.00				18,524,257.50	
รายได้อื่นๆ			181,510.77				186,956.09	
รายได้รวม			16,289,560.77				18,711,213.59	

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ปีที่17				ปีที่18			
	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ด1(ส-อ)	คอร์ด2(ส-อ)	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ด1(ส-อ)	คอร์ด2(ส-อ)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31
จำนวนนักเรียน	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	6,866,750.63	5,589,215.63	3,034,145.63	3,034,145.63	6,866,750.63	5,589,215.63	3,034,145.63	3,034,145.63
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			18,524,257.50				18,524,257.50	
รายได้อื่นๆ			192,564.77				198,341.72	
รายได้รวม			18,716,822.27				18,722,599.22	

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ปีที่19				ปีที่20			
	หลักสูตร	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ1)	คอร์ส2(ส-อ1)	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ1)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31
จำนวนนักเรียน	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	6,866,750.63	5,589,215.63	3,034,145.63	3,034,145.63	6,866,750.63	5,589,215.63	3,034,145.63	3,034,145.63
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			18,524,257.50				18,524,257.50	
รายได้อื่นๆ			204,291.97				210,420.73	
รายได้รวม			18,728,549.47				18,734,678.23	

ตารางผนวกที่ 2 การประมาณการค่าใช้จ่ายรวมของโครงการ

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
<b>ค่าใช้จ่ายในการลงทุน</b>	<b>15,396,000.00</b>	<b>1,880,500.00</b>	<b>317,000.00</b>	<b>317,000.00</b>	<b>317,000.00</b>		<b>1,880,500.00</b>
ค่าที่ดิน	6,000,000.00						
ค่าสิ่งปลูกสร้าง	9,396,000.00						
ครุภัณฑ์		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00		
ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์							1,880,500.00
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานรวม</b>	<b>509,300.00</b>						
ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน	9,300.00						
ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง	350,000.00						
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์	100,000.00						
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	50,000.00						
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>		<b>7,147,965.00</b>	<b>7,868,165.00</b>	<b>8,319,869.50</b>	<b>8,779,437.44</b>	<b>8,970,295.20</b>	<b>9,169,976.50</b>
เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร		3,372,000.00	3,679,800.00	3,994,290.00	4,315,804.50	4,470,694.73	4,633,329.46
ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตร ตุลาคม และมีนาคม		720,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00
ค่าจ้างหมาซึก-ริด เฉพาะหลักสูตร ตุลาคมและ มีนาคม		240,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	317,000.00	317,000.00	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00
ค่าที่ดิน							
ค่าสิ่งปลูกสร้าง							
ครุภัณฑ์							
ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์	317,000.00	317,000.00	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานรวม</b>							
ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน							
ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง							
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์							
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง							
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	<b>9,378,900.93</b>	<b>9,597,508.43</b>	<b>9,826,260.25</b>	<b>10,065,640.02</b>	<b>10,316,154.86</b>	<b>10,578,336.49</b>	<b>10,852,742.50</b>
เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร	4,804,095.93	4,983,400.73	5,171,670.77	5,369,354.31	5,576,922.02	5,794,868.12	6,023,711.53
ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตร ตุลาคม และมีนาคม	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00
ค่าจ้างหมาซึก-รีด เฉพาะหลักสูตร ตุลาคมและ มีนาคม	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
<b>ค่าใช้จ่ายในการลงทุน</b>	<b>317,000.00</b>		<b>1,880,500.00</b>	<b>317,000.00</b>	<b>317,000.00</b>	<b>317,000.00</b>	
ค่าที่ดิน							
ค่าสิ่งปลูกสร้าง							
ครุภัณฑ์							
ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00	
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานรวม</b>							
ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน							
ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง							
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์							
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง							
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	<b>11,139,957.56</b>	<b>11,318,577.29</b>	<b>10,830,297.11</b>	<b>11,159,738.81</b>	<b>11,504,626.97</b>	<b>11,865,703.15</b>	<b>12,243,745.05</b>
เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร	6,263,997.10	6,516,296.96	6,781,211.81	7,059,372.40	7,351,441.02	7,658,113.07	7,980,118.72
ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตร ตุลาคม และมีนาคม	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00
ค่าจ้างหมาชัก-รีด เฉพาะหลักสูตร ตุลาคมและ มีนาคม	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ค่าบำรุงรักษาสิ่งก่อสร้าง		187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์		94,025.00	109,875.00	125,725.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการ ประชาสัมพันธ์		75,000.00	77,250.00	79,567.50	81,954.53	84,413.16	86,945.56
ค่าสาธารณูปโภค		700,000.00	721,000.00	742,630.00	764,908.90	787,856.17	811,491.85
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับ บุคลากร		100,000.00	103,000.00	106,090.00	109,272.70	112,550.88	115,927.41
ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการเรียน		120,000.00	150,000.00	180,000.00	210,000.00	216,300.00	222,789.00
ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา		30,000.00	30,900.00	31,827.00	32,781.81	33,765.26	34,778.22
ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้		925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00
ภาษีโรงเรือนและที่ดิน		20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>ค่าเสื่อมราคารวม</b>		<b>564,020.00</b>	<b>627,420.00</b>	<b>690,820.00</b>	<b>754,220.00</b>	<b>754,220.00</b>	<b>754,220.00</b>
สิ่งปลูกสร้าง		187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ครุภัณฑ์		376,100.00	439,500.00	502,900.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00
<b>ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>15,905,300.00</b>	<b>9,592,485.00</b>	<b>8,812,585.00</b>	<b>9,327,689.50</b>	<b>9,850,657.44</b>	<b>9,724,515.20</b>	<b>11,804,696.50</b>

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13
ค่าบำรุงรักษาสิ่งก่อสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการ ประชาสัมพันธ์	89,553.92	92,240.54	95,007.76	97,857.99	100,793.73	103,817.54	106,932.07
ค่าสาธารณูปโภค	835,836.61	860,911.71	886,739.06	913,341.23	940,741.47	968,963.71	998,032.62
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับ บุคลากร	119,405.23	122,987.39	126,677.01	130,477.32	134,391.64	138,423.39	142,576.09
ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการเรียน	229,472.67	236,356.85	243,447.56	250,750.98	258,273.51	266,021.72	274,002.37
ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา	35,821.57	36,896.22	38,003.10	39,143.20	40,317.49	41,527.02	42,772.83
ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00
ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>ค่าเสื่อมราคารวม</b>	<b>754,220.00</b>						
สิ่งปลูกสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ครุภัณฑ์	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00
<b>ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>10,450,120.93</b>	<b>10,668,728.43</b>	<b>10,897,480.25</b>	<b>10,819,860.02</b>	<b>12,950,874.86</b>	<b>11,649,556.49</b>	<b>11,923,962.50</b>

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
ค่าบำรุงรักษาสิ่งก่อสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการ ประชาสัมพันธ์	110,140.03	113,444.23	116,847.56	120,352.98	123,963.57	127,682.48	131,512.95
ค่าสาธารณูปโภค	1,027,973.60	1,058,812.81	1,090,577.19	1,123,294.51	1,156,993.34	1,191,703.14	1,227,454.24
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับ บุคลากร	146,853.37	151,258.97	155,796.74	160,470.64	165,284.76	170,243.31	175,350.61
ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการเรียน	282,222.44	290,689.11	299,409.79	308,392.08	317,643.84	327,173.16	336,988.35
ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา	44,056.01	45,377.69	46,739.02	48,141.19	49,585.43	51,072.99	52,605.18
ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้	925,000.00	802,982.52	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>ค่าเสื่อมราคารวม</b>	<b>754,220.00</b>						
สิ่งปลูกสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ครุภัณฑ์	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00
<b>ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>12,211,177.56</b>	<b>12,072,797.29</b>	<b>13,465,017.11</b>	<b>12,230,958.81</b>	<b>12,575,846.97</b>	<b>12,936,923.15</b>	<b>12,997,965.05</b>

ตารางผนวกที่ 3 การประมาณการงบกระแสเงินสด

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
<b>กระแสเงินสดรับ</b>							
ค่าลงทะเบียน		6,960,000.00	8,700,000.00	10,440,000.00	12,180,000.00	12,180,000.00	14,007,000.00
รายได้อื่นๆ		120,000.00	123,600.00	127,308.00	131,127.24	135,061.06	139,112.89
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>		<b>7,080,000.00</b>	<b>8,823,600.00</b>	<b>10,567,308.00</b>	<b>12,311,127.24</b>	<b>12,315,061.06</b>	<b>14,146,112.89</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย</b>							
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	15,396,000.00	1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00		1,880,500.00
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	509,300.00						
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		7,147,965.00	7,868,165.00	8,319,869.50	8,779,437.44	8,970,295.20	9,169,976.50
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>15,905,300.00</b>	<b>9,028,465.00</b>	<b>8,185,165.00</b>	<b>8,636,869.50</b>	<b>9,096,437.44</b>	<b>8,970,295.20</b>	<b>11,050,476.50</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>-15,905,300.00</b>	<b>-1,948,465.00</b>	<b>638,435.00</b>	<b>1,930,438.50</b>	<b>3,214,689.81</b>	<b>3,344,765.86</b>	<b>3,095,636.39</b>

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13
<b>กระแสเงินสดรับ</b>							
ค่าลงทะเบียน	14,007,000.00	14,007,000.00	14,007,000.00	14,007,000.00	16,108,050.00	16,108,050.00	16,108,050.00
รายได้อื่นๆ	143,286.28	147,584.86	152,012.41	156,572.78	161,269.97	166,108.06	171,091.31
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>	<b>14,150,286.28</b>	<b>14,154,584.86</b>	<b>14,159,012.41</b>	<b>14,163,572.78</b>	<b>16,269,319.97</b>	<b>16,274,158.06</b>	<b>16,279,141.31</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย</b>							
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	317,000.00	317,000.00	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน							
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน							
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	9,378,900.93	9,597,508.43	9,826,260.25	10,065,640.02	10,316,154.86	10,578,336.49	10,852,742.50
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>9,695,900.93</b>	<b>9,914,508.43</b>	<b>10,143,260.25</b>	<b>10,065,640.02</b>	<b>12,196,654.86</b>	<b>10,895,336.49</b>	<b>11,169,742.50</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>4,454,385.34</b>	<b>4,240,076.43</b>	<b>4,015,752.16</b>	<b>4,097,932.76</b>	<b>4,072,665.11</b>	<b>5,378,821.57</b>	<b>5,109,398.81</b>

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
<b>กระแสเงินสดรับ</b>							
ค่าลงทะเบียน	16,108,050.00	16,108,050.00	18,524,257.50	18,524,257.50	18,524,257.50	18,524,257.50	18,524,257.50
รายได้อื่นๆ	176,224.05	181,510.77	186,956.09	192,564.77	198,341.72	204,291.97	210,420.73
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>	<b>16,284,274.05</b>	<b>16,289,560.77</b>	<b>18,711,213.59</b>	<b>18,716,822.27</b>	<b>18,722,599.22</b>	<b>18,728,549.47</b>	<b>18,734,678.23</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย</b>							
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00	
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน							
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน							
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	11,139,957.56	11,318,577.29	10,830,297.11	11,159,738.81	11,504,626.97	11,865,703.15	12,243,745.05
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>11,456,957.56</b>	<b>11,318,577.29</b>	<b>12,710,797.11</b>	<b>11,476,738.81</b>	<b>11,821,626.97</b>	<b>12,182,703.15</b>	<b>12,243,745.05</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>4,827,316.49</b>	<b>4,970,983.47</b>	<b>6,000,416.48</b>	<b>7,240,083.47</b>	<b>6,900,972.25</b>	<b>6,545,846.32</b>	<b>6,490,933.17</b>

ตารางผนวกที่ 4 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดรับ	กระแสเงินสดจ่าย	งบกระแสเงินสดสุทธิ	PayBack Period
0	0.00	15,905,300.00	-15,905,300.00	-15,905,300.00
1	7,080,000.00	9,028,465.00	-1,948,465.00	-17,853,765.00
2	8,823,600.00	8,185,165.00	638,435.00	-17,215,330.00
3	10,567,308.00	8,636,869.50	1,930,438.50	-15,284,891.50
4	12,311,127.24	9,096,437.44	3,214,689.81	-12,070,201.70
5	12,315,061.06	8,970,295.20	3,344,765.86	-8,725,435.84
6	14,146,112.89	11,050,476.50	3,095,636.39	-5,629,799.45
7	14,150,286.28	9,695,900.93	4,454,385.34	-1,175,414.10
8	14,154,584.86	9,914,508.43	4,240,076.43	3,064,662.33
9	14,159,012.41	10,143,260.25	4,015,752.16	7,080,414.49
10	14,163,572.78	10,065,640.02	4,097,932.76	11,178,347.26
11	16,269,319.97	12,196,654.86	4,072,665.11	15,251,012.37
12	16,274,158.06	10,895,336.49	5,378,821.57	20,629,833.94
13	16,279,141.31	11,169,742.50	5,109,398.81	25,739,232.75
14	16,284,274.05	11,456,957.56	4,827,316.49	30,566,549.24
15	16,289,560.77	11,318,577.29	4,970,983.47	35,537,532.71
16	18,711,213.59	12,710,797.11	6,000,416.48	41,537,949.19
17	18,716,822.27	11,476,738.81	7,240,083.47	48,778,032.66
18	18,722,599.22	11,821,626.97	6,900,972.25	55,679,004.91
19	18,728,549.47	12,182,703.15	6,545,846.32	62,224,851.23
20	18,734,678.23	12,243,745.05	6,490,933.17	68,715,784.40
<b>รวม</b>	<b>296,880,982.44</b>	<b>228,165,198.04</b>	<b>68,715,784.40</b>	<b>137,431,568.80</b>

ตารางผนวกที่ 5 มูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์และต้นทุนของโครงการ

ปีที่	DF = 7.75%	กระแสเงินสดรับ	PVB	กระแสเงินสดจ่าย	PVC
0	1.0000	0.00	0.00	15,905,300.00	15,905,300.00
1	0.9281	7,080,000.00	6,570,765.66	9,028,465.00	8,379,085.85
2	0.8613	8,823,600.00	7,599,959.09	8,185,165.00	7,050,061.10
3	0.7994	10,567,308.00	8,447,195.18	8,636,869.50	6,904,059.43
4	0.7419	12,311,127.24	9,133,320.64	9,096,437.44	6,748,421.83
5	0.6885	12,315,061.06	8,479,108.16	8,970,295.20	6,176,185.64
6	0.6390	14,146,112.89	9,039,271.83	11,050,476.50	7,061,180.81
7	0.5930	14,150,286.28	8,391,590.34	9,695,900.93	5,749,991.70
8	0.5504	14,154,584.86	7,790,384.73	9,914,508.43	5,456,736.16
9	0.5108	14,159,012.41	7,232,316.99	10,143,260.25	5,181,101.00
10	0.4741	14,163,572.78	6,714,289.00	10,065,640.02	4,771,650.28
11	0.4400	16,269,319.97	7,157,796.27	12,196,654.86	5,365,999.98
12	0.4083	16,274,158.06	6,644,941.84	10,895,336.49	4,448,701.86
13	0.3789	16,279,141.31	6,168,887.75	11,169,742.50	4,232,710.22
14	0.3517	16,284,274.05	5,726,990.98	11,456,957.56	4,029,279.56
15	0.3264	16,289,560.77	5,316,798.38	11,318,577.29	3,694,304.24
16	0.3029	18,711,213.59	5,667,943.27	12,710,797.11	3,850,315.57
17	0.2811	18,716,822.27	5,261,848.94	11,476,738.81	3,226,448.65
18	0.2609	18,722,599.22	4,884,893.75	11,821,626.97	3,084,368.31
19	0.2421	18,728,549.47	4,534,984.89	12,182,703.15	2,949,954.82
20	0.2247	18,734,678.23	4,210,179.98	12,243,745.05	2,751,494.83
<b>รวม</b>		<b>296,880,982.44</b>	<b>134,973,467.67</b>	<b>228,165,198.04</b>	<b>117,017,351.83</b>

ตารางผนวกที่ 6 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ

ปีที่	ผลประโยชน์สุทธิ	DF 15%	NPV	DF 16%	NPV
0	-15,905,300.00	1	-15,905,300.00	1	-15,905,300.00
1	-1,948,465.00	0.8696	-1,694,385.16	0.8621	-1,679,771.68
2	638,435.00	0.7561	482,720.70	0.7432	474,484.89
3	1,930,438.50	0.6575	1,269,263.31	0.6407	1,236,831.95
4	3,214,689.81	0.5718	1,838,159.63	0.5523	1,775,473.18
5	3,344,765.86	0.4972	1,663,017.59	0.4761	1,592,443.03
6	3,095,636.39	0.4323	1,338,243.61	0.4104	1,270,449.17
7	4,454,385.34	0.3759	1,674,403.45	0.3538	1,575,961.53
8	4,240,076.43	0.3269	1,386,080.99	0.3050	1,293,223.31
9	4,015,752.16	0.2843	1,141,678.34	0.2630	1,056,142.82
10	4,097,932.76	0.2472	1,013,008.98	0.2267	929,001.36
11	4,072,665.11	0.2149	875,215.73	0.1954	795,798.76
12	5,378,821.57	0.1969	1,059,089.97	0.1685	906,331.43
13	5,109,398.81	0.1625	830,277.31	0.1452	741,884.71
14	4,827,316.49	0.1413	682,099.82	0.1252	604,380.02
15	4,970,983.47	0.1229	610,933.87	0.1079	536,369.12
16	6,000,416.48	0.1069	641,444.52	0.0930	558,038.73
17	7,240,083.47	0.0929	672,603.75	0.0802	580,654.69
18	6,900,972.25	0.0808	557,598.56	0.0691	476,857.18
19	6,545,846.32	0.0703	460,173.00	0.0596	390,132.44
20	6,490,933.17	0.0611	396,596.02	0.0514	333,633.97
<b>รวม</b>	<b>68,715,784.40</b>		<b>992,923.98</b>		<b>-456,979.37</b>

ตารางผนวกที่ 7 การประมาณการค่าใช้จ่ายรวมของโครงการ กรณีที่ 1

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
<b>ค่าใช้จ่ายในการลงทุน</b>	<b>15,396,000.00</b>	<b>1,880,500.00</b>	<b>317,000.00</b>	<b>317,000.00</b>	<b>317,000.00</b>		<b>1,880,500.00</b>
ค่าที่ดิน	6,000,000.00						
ค่าสิ่งปลูกสร้าง	9,396,000.00						
ครุภัณฑ์		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00		
ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์							1,880,500.00
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานรวม</b>	<b>509,300.00</b>						
ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน	9,300.00						
ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง	350,000.00						
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์	100,000.00						
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	50,000.00						
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>		<b>7,147,965.00</b>	<b>7,869,665.00</b>	<b>8,322,989.50</b>	<b>8,784,304.79</b>	<b>8,981,245.01</b>	<b>9,187,488.06</b>
เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร		3,372,000.00	3,679,800.00	3,994,290.00	4,315,804.50	4,470,694.73	4,633,329.46
ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตร ตุลาคม และมกราคม		720,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00
ค่าจ้างเหมาซัก-รีดเฉพาะหลักสูตรตุลาคมและ มกราคม		240,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00

ตารางผนวกที่ 7 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	317,000.00	317,000.00	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00
ค่าที่ดิน							
ค่าสิ่งปลูกสร้าง							
ครุภัณฑ์							
ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์	317,000.00	317,000.00	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานรวม</b>							
ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน							
ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง							
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์							
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง							
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	<b>9,403,482.76</b>	<b>9,629,699.88</b>	<b>9,866,633.22</b>	<b>10,114,800.75</b>	<b>10,374,745.80</b>	<b>10,647,038.33</b>	<b>10,932,276.21</b>
เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร	4,804,095.93	4,983,400.73	5,171,670.77	5,369,354.31	5,576,922.02	5,794,868.12	6,023,711.53
ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตร ตุลาคม และมกราคม	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00
ค่าจ้างเหมาซัก-รีด เฉพาะหลักสูตร ตุลาคมและ มกราคม	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00

ตารางผนวกที่ 7 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00	
ค่าที่ดิน							
ค่าสิ่งปลูกสร้าง							
ครุภัณฑ์							
ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00	
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานรวม</b>							
ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน							
ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง							
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์							
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง							
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	<b>11,231,086.64</b>	<b>11,422,110.09</b>	<b>10,947,089.21</b>	<b>11,290,695.66</b>	<b>11,650,706.56</b>	<b>12,027,918.87</b>	<b>12,423,168.68</b>
เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร	6,263,997.10	6,516,296.96	6,781,211.81	7,059,372.40	7,351,441.02	7,658,113.07	7,980,118.72
ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตร ตุลาคม และมีนาคม	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00
ค่าจ้างเหมาซัก-รีดเฉพาะหลักสูตรตุลาคมและ มีนาคม	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00

ตารางผนวกที่ 7 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ค่าบำรุงรักษาสังก่อสร้าง		187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์		94,025.00	109,875.00	125,725.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการโฆษณา		75,000.00	78,750.00	82,687.50	86,821.88	91,162.97	95,721.12
ค่าสาธารณูปโภค		700,000.00	721,000.00	742,630.00	764,908.90	787,856.17	811,491.85
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับบุคลากร		100,000.00	103,000.00	106,090.00	109,272.70	112,550.88	115,927.41
ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการเรียน		120,000.00	150,000.00	180,000.00	210,000.00	220,500.00	231,525.00
ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา		30,000.00	30,900.00	31,827.00	32,781.81	33,765.26	34,778.22
ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้		925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00
ภาษีโรงเรือนและที่ดิน		20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>ค่าเสื่อมราคา รวม</b>		<b>564,020.00</b>	<b>627,420.00</b>	<b>690,820.00</b>	<b>754,220.00</b>	<b>754,220.00</b>	<b>754,220.00</b>
สิ่งปลูกสร้าง		187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ครุภัณฑ์		376,100.00	439,500.00	502,900.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00
<b>ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>15,905,300.00</b>	<b>9,592,485.00</b>	<b>8,814,085.00</b>	<b>9,330,809.50</b>	<b>9,855,524.79</b>	<b>9,735,465.01</b>	<b>11,822,208.06</b>

ตารางผนวกที่ 7 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13
ค่าบำรุงรักษาสังก่อสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการโฆษณา	100,507.17	105,532.53	110,809.16	116,349.62	122,167.10	128,275.45	134,689.22
ค่าสาธารณูปโภค	835,836.61	860,911.71	886,739.06	913,341.23	940,741.47	968,963.71	998,032.62
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับบุคลากร	119,405.23	122,987.39	126,677.01	130,477.32	134,391.64	138,423.39	142,576.09
ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการเรียน	243,101.25	255,256.31	268,019.13	281,420.08	295,491.09	310,265.64	325,778.93
ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา	35,821.57	36,896.22	38,003.10	39,143.20	40,317.49	41,527.02	42,772.83
ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00
ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>ค่าเสื่อมราคารวม</b>	<b>754,220.00</b>						
สิ่งปลูกสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ครุภัณฑ์	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00
<b>ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>10,474,702.76</b>	<b>10,700,919.88</b>	<b>10,937,853.22</b>	<b>10,869,020.75</b>	<b>13,009,465.80</b>	<b>11,718,258.33</b>	<b>12,003,496.21</b>

ตารางผนวกที่ 7 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
ค่าบำรุงรักษาสังก่อสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการโฆษณา	141,423.69	148,494.87	155,919.61	163,715.59	171,901.37	180,496.44	189,521.26
ค่าสาธารณูปโภค	1,027,973.60	1,058,812.81	1,090,577.19	1,123,294.51	1,156,993.34	1,191,703.14	1,227,454.24
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับบุคลากร	146,853.37	151,258.97	155,796.74	160,470.64	165,284.76	170,243.31	175,350.61
ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการเรียน	342,067.87	359,171.27	377,129.83	395,986.32	415,785.64	436,574.92	458,403.66
ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา	44,056.01	45,377.69	46,739.02	48,141.19	49,585.43	51,072.99	52,605.18
ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้	925,000.00	802,982.52	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>ค่าเสื่อมราคา</b>	<b>754,220.00</b>						
สิ่งปลูกสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ครุภัณฑ์	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00
<b>ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>12,302,306.64</b>	<b>12,176,330.09</b>	<b>13,581,809.21</b>	<b>12,361,915.66</b>	<b>12,721,926.56</b>	<b>13,099,138.87</b>	<b>13,177,388.68</b>

ตารางผนวกที่ 8 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ กรณีที่ 1

ปีที่	กระแสเงินสดรับ	กระแสเงินสดจ่าย	งบกระแสเงินสดสุทธิ	PayBack Period
0	0.00	15,905,300.00	-15,905,300.00	-15,905,300.00
1	7,080,000.00	9,592,485.00	-2,512,485.00	-18,417,785.00
2	8,823,600.00	8,814,085.00	9,515.00	-18,408,270.00
3	10,567,308.00	9,330,809.50	1,236,498.50	-17,171,771.50
4	12,311,127.24	9,855,524.79	2,455,602.46	-14,716,169.05
5	12,315,061.06	9,735,465.01	2,579,596.05	-12,136,572.99
6	14,146,112.89	11,822,208.06	2,323,904.83	-9,812,668.17
7	14,150,286.28	10,474,702.76	3,675,583.51	-6,137,084.65
8	14,154,584.86	10,700,919.88	3,453,664.98	-2,683,419.67
9	14,159,012.41	10,937,853.22	3,221,159.19	537,739.52
10	14,163,572.78	10,869,020.75	3,294,552.03	3,832,291.55
11	16,269,319.97	13,009,465.80	3,259,854.16	7,092,145.71
12	16,274,158.06	11,718,258.33	4,555,899.73	11,648,045.45
13	16,279,141.31	12,003,496.21	4,275,645.09	15,923,690.54
14	16,284,274.05	12,302,306.64	3,981,967.40	19,905,657.94
15	16,289,560.77	12,176,330.09	4,113,230.68	24,018,888.62
16	18,711,213.59	13,581,809.21	5,129,404.38	29,148,293.00
17	18,716,822.27	12,361,915.66	6,354,906.62	35,503,199.62
18	18,722,599.22	12,721,926.56	6,000,672.65	41,503,872.27
19	18,728,549.47	13,099,138.87	5,629,410.60	47,133,282.87
20	18,734,678.23	13,177,388.68	5,557,289.55	52,690,572.42
<b>รวม</b>	<b>296,880,982.44</b>	<b>244,190,410.02</b>	<b>52,690,572.42</b>	<b>105,381,144.84</b>

ตารางผนวกที่ 9 มูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์และต้นทุน กรณีที่ 1

ปีที่	DF = 7.75%	กระแสเงินสดรับ	PVB	กระแสเงินสดจ่าย	PVC
0	1.0000	0.00	0.00	15,905,300.00	15,905,300.00
1	0.9281	7,080,000.00	6,570,765.66	9,592,485.00	8,902,538.28
2	0.8613	8,823,600.00	7,599,959.09	8,814,085.00	7,591,763.61
3	0.7994	10,567,308.00	8,447,195.18	9,330,809.50	7,458,774.65
4	0.7419	12,311,127.24	9,133,320.64	9,855,524.79	7,311,569.95
5	0.6885	12,315,061.06	8,479,108.16	9,735,465.01	6,703,016.77
6	0.6390	14,146,112.89	9,039,271.83	11,822,208.06	7,554,312.13
7	0.5930	14,150,286.28	8,391,590.34	10,474,702.76	6,211,847.08
8	0.5504	14,154,584.86	7,790,384.73	10,700,919.88	5,889,560.43
9	0.5108	14,159,012.41	7,232,316.99	10,937,853.22	5,586,973.12
10	0.4741	14,163,572.78	6,714,289.00	10,869,020.75	5,152,495.60
11	0.4400	16,269,319.97	7,157,796.27	13,009,465.80	5,723,601.60
12	0.4083	16,274,158.06	6,644,941.84	11,718,258.33	4,784,711.12
13	0.3789	16,279,141.31	6,168,887.75	12,003,496.21	4,548,656.43
14	0.3517	16,284,274.05	5,726,990.98	12,302,306.64	4,326,579.06
15	0.3264	16,289,560.77	5,316,798.38	12,176,330.09	3,974,268.74
16	0.3029	18,711,213.59	5,667,943.27	13,581,809.21	4,114,159.87
17	0.2811	18,716,822.27	5,261,848.94	12,361,915.66	3,475,297.88
18	0.2609	18,722,599.22	4,884,893.75	12,721,926.56	3,319,264.53
19	0.2421	18,728,549.47	4,534,984.89	13,099,138.87	3,171,863.20
20	0.2247	18,734,678.23	4,210,179.98	13,177,388.68	2,961,309.36
<b>รวม</b>		<b>296,880,982.44</b>	<b>134,973,467.67</b>	<b>244,190,410.02</b>	<b>124,667,863.42</b>

ตารางผนวกที่ 10 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ กรณีที่ 1

ปีที่	ผลประโยชน์สุทธิ	DF 12%	NPV	DF 14%	NPV
0	-15,905,300.00	1	-15,905,300.00	1	-15,905,300.00
1	-2,512,485.00	0.8929	-2,243,397.86	0.8772	-2,203,951.84
2	9,515.00	0.7972	7,585.36	0.7695	7,321.79
3	1,236,498.50	0.7118	880,139.63	0.6750	834,636.49
4	2,455,602.46	0.6355	1,560,535.36	0.5921	1,453,962.21
5	2,579,596.05	0.5674	1,463,662.80	0.5194	1,339,842.19
6	2,323,904.83	0.5066	1,177,290.19	0.4556	1,058,771.04
7	3,675,583.51	0.4523	1,662,466.42	0.3996	1,468,763.17
8	3,453,664.98	0.4039	1,394,935.29	0.3506	1,210,854.94
9	3,221,159.19	0.3606	1,161,550.00	0.3075	990,506.45
10	3,294,552.03	0.3220	1,060,845.75	0.2697	888,540.68
11	3,259,854.16	0.2875	937,208.07	0.2366	771,281.50
12	4,555,899.73	0.2567	1,169,499.46	0.2076	945,804.78
13	4,275,645.09	0.2292	979,977.86	0.1821	778,594.97
14	3,981,967.40	0.2046	814,710.53	0.1597	635,920.19
15	4,113,230.68	0.1827	751,487.25	0.1401	576,263.62
16	5,129,404.38	0.1631	836,605.86	0.1229	630,403.80
17	6,354,906.62	0.1456	925,274.40	0.1078	685,058.93
18	6,000,672.65	0.1300	780,087.44	0.0946	567,663.63
19	5,629,410.60	0.1161	653,574.57	0.0829	466,678.14
20	5,557,289.55	0.1037	576,290.93	0.0728	404,570.68
<b>รวม</b>	<b>52,690,572.42</b>		<b>645,029.31</b>		<b>-2,393,812.63</b>

ตารางผนวกที่ 11 การประมาณการรายได้กรณีที่ 2

รายการ	ปีที่1				ปีที่2			
	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ด1(ส-อ)	คอร์ด2(ส-อ)	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ด1(ส-อ)	คอร์ด2(ส-อ)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00
จำนวนนักเรียน	108.00	108.00	108.00	108.00	135.00	135.00	135.00	135.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	2,322,000.00	1,890,000.00	1,026,000.00	1,026,000.00	2,902,500.00	2,362,500.00	1,282,500.00	1,282,500.00
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			6,264,000.00				7,830,000.00	
รายได้อื่นๆ			120,000.00				123,600.00	
รายได้รวม			6,384,000.00				7,953,600.00	

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ปีที่3				ปีที่4			
	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00
จำนวนนักเรียน	162.00	162.00	162.00	162.00	189.00	189.00	189.00	189.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	3,483,000.00	2,835,000.00	1,539,000.00	1,539,000.00	4,063,500.00	3,307,500.00	1,795,500.00	1,795,500.00
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			9,396,000.00				10,962,000.00	
รายได้อื่นๆ			127,308.00				131,127.24	
รายได้รวม			9,523,308.00				11,093,127.24	

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 5				ปีที่ 6			
	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	21,500.00	17,500.00	9,500.00	9,500.00	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00
จำนวนนักเรียน	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	4,063,500.00	3,307,500.00	1,795,500.00	1,795,500.00	4,673,025.00	3,803,625.00	2,064,825.00	2,064,825.00
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน		10,962,000.00				12,606,300.00		
รายได้อื่นๆ		135,061.06				139,112.89		
รายได้รวม		11,097,061.06				12,745,412.89		

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 7				ปีที่ 8			
	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00
จำนวนนักเรียน	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	4,673,025.00	3,803,625.00	2,064,825.00	2,064,825.00	4,673,025.00	3,803,625.00	2,064,825.00	2,064,825.00
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน		12,606,300.00				12,606,300.00		
รายได้อื่นๆ		143,286.28				147,584.86		
รายได้รวม		12,749,586.28				12,753,884.86		

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ปีที่9				ปีที่10			
	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00	24,725.00	20,125.00	10,925.00	10,925.00
จำนวนนักเรียน	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	4,673,025.00	3,803,625.00	2,064,825.00	2,064,825.00	4,673,025.00	3,803,625.00	2,064,825.00	2,064,825.00
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน		12,606,300.00				12,606,300.00		
รายได้อื่นๆ		152,012.41				156,572.78		
รายได้รวม		12,758,312.41				12,762,872.78		

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ปีที่11				ปีที่12			
	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ด1(ส-อ1)	คอร์ด2(ส-อ1)	คอร์ดมีนาคม	คอร์ดตุลาคม	คอร์ด1(ส-อ1)	คอร์ด2(ส-อ1)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75
จำนวนนักเรียน	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	5,373,978.75	4,374,168.75	2,374,548.75	2,374,548.75	5,373,978.75	4,374,168.75	2,374,548.75	2,374,548.75
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน		14,497,245.00			14,497,245.00			
รายได้อื่นๆ		161,269.97			166,108.06			
รายได้รวม		14,658,514.97			14,663,353.06			

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ปีที่13				ปีที่14			
	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ)	คอร์ส2(ส-อ)	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ)	คอร์ส2(ส-อ)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75
จำนวนนักเรียน	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	5,373,978.75	4,374,168.75	2,374,548.75	2,374,548.75	5,373,978.75	4,374,168.75	2,374,548.75	2,374,548.75
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน			14,497,245.00				14,497,245.00	
รายได้อื่นๆ			171,091.31				176,224.05	
รายได้รวม			14,668,336.31				14,673,469.05	

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ปีที่15				ปีที่16			
	คอร์ดมินาคม	คอร์ดสตูลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)	คอร์ดมินาคม	คอร์ดสตูลาคม	คอร์ดส1(ส-อ1)	คอร์ดส2(ส-อ1)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	28,433.75	23,143.75	12,563.75	12,563.75	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31
จำนวนนักเรียน	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	5,373,978.75	4,374,168.75	2,374,548.75	2,374,548.75	6,180,075.56	5,030,294.06	2,730,731.06	2,730,731.06
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน		14,497,245.00				16,671,831.75		
รายได้อื่นๆ		181,510.77				186,956.09		
รายได้รวม		14,678,755.77				16,858,787.84		

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ปีที่17				ปีที่18			
	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ)	คอร์ส2(ส-อ)	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ)	คอร์ส2(ส-อ)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31
จำนวนนักเรียน	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	6,180,075.56	5,030,294.06	2,730,731.06	2,730,731.06	6,180,075.56	5,030,294.06	2,730,731.06	2,730,731.06
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน		16,671,831.75			16,671,831.75			
รายได้อื่นๆ		192,564.77			198,341.72			
รายได้รวม		16,864,396.52			16,870,173.47			

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ปีที่19				ปีที่20			
	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ)	คอร์ส2(ส-อ)	คอร์สมีนาคม	คอร์สตุลาคม	คอร์ส1(ส-อ)	คอร์ส2(ส-อ)
ค่าลงทะเบียน(บาท)	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31	32,698.81	26,615.31	14,448.31	14,448.31
จำนวนนักเรียน	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00
รายได้ค่าลงทะเบียน	6,180,075.56	5,030,294.06	2,730,731.06	2,730,731.06	6,180,075.56	5,030,294.06	2,730,731.06	2,730,731.06
รวมรายได้ค่าลงทะเบียน		16,671,831.75			16,671,831.75			
รายได้อื่นๆ		204,291.97			210,420.73			
รายได้รวม		16,876,123.72			16,882,252.48			

ตารางผนวกที่ 12 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ กรณีที่ 2

ปีที่	กระแสเงินสดรับ	กระแสเงินสดจ่าย	งบกระแสเงินสดสุทธิ	PayBack Period
0	0.00	16,198,100.00	-16,198,100.00	-16,198,100.00
1	7,020,000.00	7,772,477.00	-752,477.00	-16,950,577.00
2	8,763,000.00	7,067,727.00	1,695,273.00	-15,255,304.00
3	10,506,150.00	7,764,978.00	2,741,172.00	-12,514,132.00
4	12,249,457.50	8,480,388.39	3,769,069.11	-8,745,062.89
5	12,252,930.38	8,487,608.49	3,765,321.88	-4,979,741.01
6	12,256,576.89	10,311,575.44	1,945,001.45	-3,034,739.55
7	12,260,405.74	9,164,717.79	3,095,687.95	60,948.40
8	12,264,426.03	9,412,484.85	2,851,941.18	2,912,889.58
9	12,268,647.33	9,670,847.72	2,597,799.61	5,510,689.18
10	12,273,079.69	9,728,800.34	2,544,279.35	8,054,968.54
11	12,277,733.68	11,605,860.61	671,873.07	8,726,841.60
12	12,282,620.36	10,514,571.64	1,768,048.72	10,494,890.33
13	12,287,751.38	10,820,502.90	1,467,248.48	11,962,138.81
14	12,293,138.95	11,139,751.60	1,153,387.35	13,115,526.16
15	12,298,795.90	11,261,444.04	1,037,351.86	14,152,878.02
16	12,304,735.69	13,205,237.02	-900,501.33	13,252,376.70
17	12,310,972.48	12,183,819.39	127,153.09	13,379,529.78
18	12,317,521.10	12,562,913.62	-245,392.52	13,134,137.26
19	12,324,397.15	12,958,777.46	-634,380.31	12,499,756.95
20	12,331,617.01	13,160,705.67	-829,088.66	11,670,668.28
<b>รวม</b>	<b>235,143,957.26</b>	<b>223,473,288.97</b>	<b>11,670,668.28</b>	<b>23,341,336.57</b>

ตารางผนวกที่ 13 มูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์และต้นทุน กรณีที่ 2

ปีที่	DF = 7.75%	กระแสเงินสดรับ	PVB	กระแสเงินสดจ่าย	PVC
0	1.0000	0.00	0.00	15,905,300.00	15,905,300.00
1	0.9281	6,384,000.00	5,924,825.99	9,028,465.00	8,379,085.85
2	0.8613	7,953,600.00	6,850,609.12	8,185,165.00	7,050,061.10
3	0.7994	9,523,308.00	7,612,652.29	8,636,869.50	6,904,059.43
4	0.7419	11,093,127.24	8,229,716.58	9,096,437.44	6,748,421.83
5	0.6885	11,097,061.06	7,640,496.51	8,970,295.20	6,176,185.64
6	0.6390	12,745,412.89	8,144,233.86	11,050,476.50	7,061,180.81
7	0.5930	12,749,586.28	7,560,928.66	9,695,900.93	5,749,991.70
8	0.5504	12,753,884.86	7,019,469.02	9,914,508.43	5,456,736.16
9	0.5108	12,758,312.41	6,516,849.97	10,143,260.25	5,181,101.00
10	0.4741	12,762,872.78	6,050,282.48	10,065,640.02	4,771,650.28
11	0.4400	14,658,514.97	6,449,111.83	12,196,654.86	5,365,999.98
12	0.4083	14,663,353.06	5,987,230.05	10,895,336.49	4,448,701.86
13	0.3789	14,668,336.31	5,558,482.39	11,169,742.50	4,232,710.22
14	0.3517	14,673,469.05	5,160,489.47	11,456,957.56	4,029,279.56
15	0.3264	14,678,755.77	4,791,042.93	11,318,577.29	3,694,304.24
16	0.3029	16,858,787.84	5,106,812.16	12,710,797.11	3,850,315.57
17	0.2811	16,864,396.52	4,741,077.61	11,476,738.81	3,226,448.65
18	0.2609	16,870,173.47	4,401,579.29	11,821,626.97	3,084,368.31
19	0.2421	16,876,123.72	4,086,433.19	12,182,703.15	2,949,954.82
20	0.2247	16,882,252.48	3,793,890.69	12,243,745.05	2,751,494.83
<b>รวม</b>		<b>267,515,328.69</b>	<b>121,626,214.08</b>	<b>228,165,198.04</b>	<b>117,017,351.83</b>

ตารางผนวกที่ 14 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ กรณีที่ 2

ปีที่	ผลประโยชน์สุทธิ	DF 8%	NPV	DF 9%	NPV
0	-16,198,100.00	1	-16,198,100.00	1	-16,198,100.00
1	-752,477.00	0.9259	-696,718.45	0.9174	-690,322.40
2	1,695,273.00	0.8573	1,453,357.54	0.8417	1,426,911.28
3	2,741,172.00	0.7938	2,175,942.33	0.7722	2,116,733.02
4	3,769,069.11	0.7350	2,770,265.80	0.7084	2,670,008.56
5	3,765,321.88	0.6806	2,562,678.07	0.6499	2,447,082.69
6	1,945,001.45	0.6302	1,225,739.92	0.5963	1,159,804.37
7	3,095,687.95	0.5835	1,806,333.92	0.5470	1,693,341.31
8	2,851,941.18	0.5403	1,540,903.82	0.5019	1,431,389.28
9	2,597,799.61	0.5002	1,299,419.36	0.4604	1,196,026.94
10	2,544,279.35	0.4632	1,178,510.20	0.4224	1,074,703.60
11	671,873.07	0.4289	288,166.36	0.3875	260,350.81
12	1,768,048.72	0.3971	702,092.15	0.3555	628,541.32
13	1,467,248.48	0.3677	539,507.27	0.3262	478,616.46
14	1,153,387.35	0.3405	392,728.39	0.2992	345,093.50
15	1,037,351.86	0.3152	326,973.31	0.2745	284,753.09
16	-900,501.33	0.2919	-262,856.34	0.2519	-226,836.28
17	127,153.09	0.2703	34,369.48	0.2311	29,385.08
18	-245,392.52	0.2502	-61,397.21	0.2120	-52,023.22
19	-634,380.31	0.2317	-146,985.92	0.1945	-123,386.97
20	-829,088.66	0.2145	-177,839.52	0.1784	-147,909.42
<b>รวม</b>	<b>11,670,668.28</b>		<b>753,090.48</b>		<b>-195,836.99</b>

ตารางผนวกที่ 15 การประมาณการค่าใช้จ่ายรวมของโครงการ กรณีที่ 3

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	15,396,000.00	1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00		1,880,500.00
ค่าที่ดิน	6,000,000.00						
ค่าสิ่งปลูกสร้าง	9,396,000.00						
ครุภัณฑ์		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00		
ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์							1,880,500.00
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานรวม</b>	<b>509,300.00</b>						
ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน	9,300.00						
ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง	350,000.00						
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์	100,000.00						
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	50,000.00						
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>		<b>7,147,965.00</b>	<b>7,868,165.00</b>	<b>8,319,869.50</b>	<b>8,779,437.44</b>	<b>9,031,195.20</b>	<b>9,294,821.50</b>
เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร		3,372,000.00	3,679,800.00	3,994,290.00	4,315,804.50	4,531,594.73	4,758,174.46
ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตร ตุลาคม และมิถุนายน		720,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00
ค่าจ้างเหมาซัก-รีด เฉพาะหลักสูตร ตุลาคมและ มิถุนายน		240,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00

ตารางผนวกที่ 15 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	317,000.00	317,000.00	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00
ค่าที่ดิน							
ค่าสิ่งปลูกสร้าง							
ครุภัณฑ์							
ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์	317,000.00	317,000.00	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานรวม</b>							
ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน							
ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง							
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์							
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง							
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	<b>9,570,888.18</b>	<b>9,859,995.04</b>	<b>10,162,771.19</b>	<b>10,479,876.51</b>	<b>10,812,003.17</b>	<b>11,159,877.22</b>	<b>11,524,260.27</b>
เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร	4,996,083.18	5,245,887.34	5,508,181.71	5,783,590.80	6,072,770.34	6,376,408.85	6,695,229.30
ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตร ตุลาคม							
และมกราคม	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00
ค่าจ้างเหมาซัก-รีด เฉพาะหลักสูตร ตุลาคมและ							
มกราคม	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00

ตารางผนวกที่ 15 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00	
ค่าที่ดิน							
ค่าสิ่งปลูกสร้าง							
ครุภัณฑ์							
ค่าซื้อทดแทนครุภัณฑ์	317,000.00		1,880,500.00	317,000.00	317,000.00	317,000.00	
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานรวม</b>							
ค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน							
ค่าออกแบบแปลนโรงเรียนและขออนุญาตก่อสร้าง							
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์							
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง							
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	<b>11,905,951.21</b>	<b>12,183,770.63</b>	<b>11,799,650.11</b>	<b>12,238,459.46</b>	<b>12,698,183.66</b>	<b>13,179,837.67</b>	<b>13,684,486.30</b>
เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร	7,029,990.76	7,381,490.30	7,750,564.81	8,138,093.05	8,544,997.71	8,972,247.59	9,420,859.97
ค่าอาหารสำหรับนักเรียน เฉพาะหลักสูตร ตุลาคม							
และมีนาคม	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00	927,000.00
ค่าจ้างเหมาซัก-รีด เฉพาะหลักสูตร ตุลาคมและ							
มีนาคม	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00	309,000.00

ตารางผนวกที่ 15 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ค่าบำรุงรักษาสสิ่งก่อสร้าง		187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์		94,025.00	109,875.00	125,725.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการโฆษณา		75,000.00	77,250.00	79,567.50	81,954.53	84,413.16	86,945.56
ค่าสาธารณูปโภค		700,000.00	721,000.00	742,630.00	764,908.90	787,856.17	811,491.85
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับบุคลากร		100,000.00	103,000.00	106,090.00	109,272.70	112,550.88	115,927.41
ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการเรียน		120,000.00	150,000.00	180,000.00	210,000.00	216,300.00	222,789.00
ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา		30,000.00	30,900.00	31,827.00	32,781.81	33,765.26	34,778.22
ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้		925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00
ภาษีโรงเรือนและที่ดิน		20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>ค่าเสื่อมราคา รวม</b>		<b>564,020.00</b>	<b>627,420.00</b>	<b>690,820.00</b>	<b>754,220.00</b>	<b>754,220.00</b>	<b>754,220.00</b>
สิ่งปลูกสร้าง		187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ครุภัณฑ์		376,100.00	439,500.00	502,900.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00
<b>ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>15,905,300.00</b>	<b>9,592,485.00</b>	<b>8,812,585.00</b>	<b>9,327,689.50</b>	<b>9,850,657.44</b>	<b>9,785,415.20</b>	<b>11,929,541.50</b>

ตารางผนวกที่ 15 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13
ค่าบำรุงรักษาสสิ่งก่อสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการโฆษณา	89,553.92	92,240.54	95,007.76	97,857.99	100,793.73	103,817.54	106,932.07
ค่าสาธารณูปโภค	835,836.61	860,911.71	886,739.06	913,341.23	940,741.47	968,963.71	998,032.62
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับบุคลากร	119,405.23	122,987.39	126,677.01	130,477.32	134,391.64	138,423.39	142,576.09
ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการเรียน	229,472.67	236,356.85	243,447.56	250,750.98	258,273.51	266,021.72	274,002.37
ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา	35,821.57	36,896.22	38,003.10	39,143.20	40,317.49	41,527.02	42,772.83
ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00	925,000.00
ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>ค่าเสื่อมราคา รวม</b>	<b>754,220.00</b>						
สิ่งปลูกสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ครุภัณฑ์	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00
<b>ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>10,642,108.18</b>	<b>10,931,215.04</b>	<b>11,233,991.19</b>	<b>11,234,096.51</b>	<b>13,446,723.17</b>	<b>12,231,097.22</b>	<b>12,595,480.27</b>

ตารางผนวกที่ 15 (ต่อ)

รายละเอียด	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
ค่าบำรุงรักษาสสิ่งก่อสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00	141,575.00
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการโฆษณา	110,140.03	113,444.23	116,847.56	120,352.98	123,963.57	127,682.48	131,512.95
ค่าสาธารณูปโภค	1,027,973.60	1,058,812.81	1,090,577.19	1,123,294.51	1,156,993.34	1,191,703.14	1,227,454.24
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหารว่างสำหรับบุคลากร	146,853.37	151,258.97	155,796.74	160,470.64	165,284.76	170,243.31	175,350.61
ค่าวัสดุสำนักงานและวัสดุที่ใช้ในการเรียน	282,222.44	290,689.11	299,409.79	308,392.08	317,643.84	327,173.16	336,988.35
ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น อุปกรณ์กีฬา	44,056.01	45,377.69	46,739.02	48,141.19	49,585.43	51,072.99	52,605.18
ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้	925,000.00	802,982.52	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>ค่าเสื่อมราคารวม</b>	<b>754,220.00</b>						
สิ่งปลูกสร้าง	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00	187,920.00
ครุภัณฑ์	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00	566,300.00
<b>ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>12,977,171.21</b>	<b>12,937,990.63</b>	<b>14,434,370.11</b>	<b>13,309,679.46</b>	<b>13,769,403.66</b>	<b>14,251,057.67</b>	<b>14,438,706.30</b>

ตารางผนวกที่ 16 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ กรณีที่ 3

ปีที่	กระแสเงินสดรับ	กระแสเงินสดจ่าย	งบกระแสเงินสดสุทธิ	PayBack Period
0	0.00	15,905,300.00	-15,905,300.00	-15,905,300.00
1	7,080,000.00	9,592,485.00	-2,512,485.00	-18,417,785.00
2	8,823,600.00	8,812,585.00	11,015.00	-18,406,770.00
3	10,567,308.00	9,327,689.50	1,239,618.50	-17,167,151.50
4	12,311,127.24	9,850,657.44	2,460,469.81	-14,706,681.70
5	12,315,061.06	9,785,415.20	2,529,645.86	-12,177,035.84
6	14,146,112.89	11,929,541.50	2,216,571.39	-9,960,464.45
7	14,150,286.28	10,642,108.18	3,508,178.09	-6,452,286.35
8	14,154,584.86	10,931,215.04	3,223,369.82	-3,228,916.53
9	14,159,012.41	11,233,991.19	2,925,021.22	-303,895.31
10	14,163,572.78	11,234,096.51	2,929,476.27	2,625,580.96
11	16,269,319.97	13,446,723.17	2,822,596.79	5,448,177.76
12	16,274,158.06	12,231,097.22	4,043,060.84	9,491,238.60
13	16,279,141.31	12,595,480.27	3,683,661.04	13,174,899.64
14	16,284,274.05	12,977,171.21	3,307,102.84	16,482,002.47
15	16,289,560.77	12,937,990.63	3,351,570.13	19,833,572.61
16	18,711,213.59	14,434,370.11	4,276,843.48	24,110,416.09
17	18,716,822.27	13,309,679.46	5,407,142.81	29,517,558.90
18	18,722,599.22	13,769,403.66	4,953,195.56	34,470,754.46
19	18,728,549.47	14,251,057.67	4,477,491.80	38,948,246.25
20	18,734,678.23	14,438,706.30	4,295,971.92	43,244,218.18
<b>รวม</b>	<b>296,880,982.44</b>	<b>253,636,764.26</b>	<b>43,244,218.18</b>	<b>86,488,436.36</b>

ตารางผนวกที่ 17 มูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์และต้นทุน กรณีที่ 3

ปีที่	DF = 7.75%	กระแสเงินสดรับ	PVB	กระแสเงินสดจ่าย	PVC
0	1.0000	0.00	0.00	15,905,300.00	15,905,300.00
1	0.9281	7,080,000.00	6,570,765.66	9,592,485.00	8,902,538.28
2	0.8613	8,823,600.00	7,599,959.09	8,812,585.00	7,590,471.63
3	0.7994	10,567,308.00	8,447,195.18	9,327,689.50	7,456,280.62
4	0.7419	12,311,127.24	9,133,320.64	9,850,657.44	7,307,958.98
5	0.6885	12,315,061.06	8,479,108.16	9,785,415.20	6,737,408.24
6	0.6390	14,146,112.89	9,039,271.83	11,929,541.50	7,622,897.48
7	0.5930	14,150,286.28	8,391,590.34	10,642,108.18	6,311,124.06
8	0.5504	14,154,584.86	7,790,384.73	10,931,215.04	6,016,310.02
9	0.5108	14,159,012.41	7,232,316.99	11,233,991.19	5,738,238.16
10	0.4741	14,163,572.78	6,714,289.00	11,234,096.51	5,325,560.98
11	0.4400	16,269,319.97	7,157,796.27	13,446,723.17	5,915,975.91
12	0.4083	16,274,158.06	6,644,941.84	12,231,097.22	4,994,109.64
13	0.3789	16,279,141.31	6,168,887.75	12,595,480.27	4,772,985.41
14	0.3517	16,284,274.05	5,726,990.98	12,977,171.21	4,563,921.13
15	0.3264	16,289,560.77	5,316,798.38	12,937,990.63	4,222,869.40
16	0.3029	18,711,213.59	5,667,943.27	14,434,370.11	4,372,415.00
17	0.2811	18,716,822.27	5,261,848.94	13,309,679.46	3,741,742.15
18	0.2609	18,722,599.22	4,884,893.75	13,769,403.66	3,592,560.68
19	0.2421	18,728,549.47	4,534,984.89	14,251,057.67	3,450,792.14
20	0.2247	18,734,678.23	4,210,179.98	14,438,706.30	3,244,760.94
<b>รวม</b>		<b>296,880,982.44</b>	<b>134,973,467.67</b>	<b>253,636,764.26</b>	<b>127,786,220.87</b>

ตารางผนวกที่ 18 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ กรณีที่ 3

ปีที่	ผลประโยชน์สุทธิ	DF10%	NPV	DF12%	NPV
0	-15,905,300.00	1	-15,905,300.00	1	-15,905,300.00
1	-2,512,485.00	0.9091	-2,284,100.11	0.8929	-2,243,397.86
2	11,015.00	0.8264	9,102.80	0.7972	8,781.16
3	1,239,618.50	0.7513	931,325.38	0.7118	882,360.45
4	2,460,469.81	0.6830	1,680,500.88	0.6355	1,563,628.56
5	2,529,645.86	0.6209	1,570,657.11	0.5674	1,435,321.06
6	2,216,571.39	0.5645	1,251,254.55	0.5066	1,122,915.07
7	3,508,178.09	0.5132	1,800,397.00	0.4523	1,586,748.95
8	3,223,369.82	0.4665	1,503,702.02	0.4039	1,301,919.07
9	2,925,021.22	0.4241	1,240,501.50	0.3606	1,054,762.65
10	2,929,476.27	0.3855	1,129,313.10	0.3220	943,291.36
11	2,822,596.79	0.3503	988,755.66	0.2875	811,496.58
12	4,043,060.84	0.3186	1,288,119.18	0.2567	1,037,853.72
13	3,683,661.04	0.2897	1,067,156.60	0.2292	844,295.11
14	3,307,102.84	0.2633	870,760.18	0.2046	676,633.24
15	3,351,570.13	0.2394	802,365.89	0.1827	612,331.86
16	4,276,843.48	0.2176	930,641.14	0.1631	697,553.17
17	5,407,142.81	0.1978	1,069,532.85	0.1456	787,279.99
18	4,953,195.56	0.1799	891,079.88	0.1300	643,915.42
19	4,477,491.80	0.1635	732,069.91	0.1161	519,836.80
20	4,295,971.92	0.1486	638,381.43	0.1037	445,492.29
<b>รวม</b>	<b>43,244,218.18</b>		<b>2,206,216.94</b>		<b>-1,172,281.34</b>



ภาคผนวก ค

พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ.2550

พระราชบัญญัติ

โรงเรียนเอกชน

พ.ศ. ๒๕๕๐

.....  
 ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ ๓๐ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๐

เป็นปีที่ ๖๒ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๘ ประกอบกับมาตรา ๓๓ มาตรา ๔๑ และมาตรา ๔๓ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. ๒๕๕๐”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

มาตรา ๓ ให้ยกเลิกพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. ๒๕๒๕

มาตรา ๔ ในพระราชบัญญัตินี้

“โรงเรียน” หมายความว่า สถานศึกษาของเอกชนที่จัดการศึกษาไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนในระบบหรือโรงเรียนนอกระบบ ที่มีชื่อเป็นสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

“โรงเรียนในระบบ” หมายความว่า โรงเรียนที่จัดการศึกษาโดยกำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผลซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน

“โรงเรียนนอกระบบ” หมายความว่า โรงเรียนที่จัดการศึกษาโดยมีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา

“นักเรียน” หมายความว่า ผู้รับการศึกษาในโรงเรียน

“ผู้รับใบอนุญาต” หมายความว่า ผู้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน

“ผู้จัดการ” หมายความว่า ผู้จัดการของโรงเรียนในระบบ

“ผู้อำนวยการ” หมายความว่า ผู้อำนวยการของโรงเรียนในระบบ

“ผู้บริหาร” หมายความว่า ผู้บริหารของโรงเรียนนอกระบบ

“ครู” หมายความว่า บุคลากรวิชาชีพซึ่งทำหน้าที่หลักทางด้านการเรียนการสอนและส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ในโรงเรียน

“ผู้สอน” หมายความว่า ผู้ทำหน้าที่ด้านการเรียนการสอนและส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ในโรงเรียนนอกระบบ

“บุคลากรทางการศึกษา” หมายความว่า ผู้สนับสนุนการศึกษาซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ให้บริการหรือปฏิบัติงานเกี่ยวเนื่องกับการจัดกระบวนการเรียนการสอน การนิเทศ และการบริหารการศึกษาในโรงเรียน

“ผู้อนุญาต” หมายความว่า เลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนหรือผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาซึ่งเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนมอบหมาย

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

“ตราสารจัดตั้ง” หมายความว่า ตราสารจัดตั้งนิติบุคคลของโรงเรียนในระบบ

“กองทุน” หมายความว่า กองทุนส่งเสริมโรงเรียนในระบบ

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ข้าราชการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติราชการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๕ พระราชบัญญัตินี้ไม่ใช้บังคับแก่

(๑) สถานศึกษาที่มีนักเรียนรวมกันไม่เกินเจ็ดคน

(๒) สถานศึกษาที่คณะสงฆ์จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การศึกษาอบรม และส่งเสริมพระธรรมวินัย

(๓) สถานศึกษาอื่นที่กำหนดในกฎกระทรวงตามข้อเสนอของคณะกรรมการ

มาตรา ๖ ในกรณีมีเหตุจำเป็นรัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการจะประกาศให้โรงเรียนใดได้รับยกเว้นไม่ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ในเรื่องใดก็ได้

มาตรา ๗ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่กับออกกฎกระทรวงกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้ายพระราชบัญญัตินี้และกำหนดกิจการอื่นตามพระราชบัญญัตินี้กฎกระทรวงนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

#### หมวด ๑

#### คณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

-----

มาตรา ๘ ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ประกอบด้วย

(๑) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ เป็นประธานกรรมการ

(๒) ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เลขานุการคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เลขานุการคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เลขานุการสภาการศึกษา ผู้อำนวยการสำนักงานประถมศึกษา กรมบัญชีกลางและอธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นกรรมการ โดยตำแหน่ง

(๓) กรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้แทนสมาคมเกี่ยวกับโรงเรียนเอกชนสองคน

(๔) กรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้ได้รับคัดเลือกจากผู้รับใบอนุญาต ผู้อำนวยการ ผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษา ฝ่ายละหนึ่งคน

(๕) กรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิสี่คน ในจำนวนนั้นจะต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการศึกษาพิเศษสำหรับคนพิการหนึ่งคน ให้เลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนเป็นกรรมการและเลขานุการหลักเกณฑ์และวิธีการคัดเลือกบุคคลเพื่อแต่งตั้งเป็นกรรมการตาม (๓) (๔) และ (๕) ให้เป็นไปตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด

มาตรา ๙ ให้กรรมการตามมาตรา ๘ (๓) (๔) และ (๕) มีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละสามปี และอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระมิได้

ในกรณีที่กรรมการตามวรรคหนึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระ แต่ยังมีได้แต่งตั้งกรรมการขึ้นใหม่ ให้กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งปฏิบัติหน้าที่ไปพลางก่อนจนกว่าจะได้แต่งตั้งกรรมการขึ้นใหม่

มาตรา ๑๐ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา ๙ กรรมการตามมาตรา ๘ (๓)(๔) และ (๕) พ้นจากตำแหน่งเมื่อ

(๑) ตาย

(๒) ลาออก

(๓) รัฐมนตรีให้ออก เพราะมีความประพฤติเสื่อมเสีย

(๔) ขาดคุณสมบัติของการเป็นกรรมการในประเภทนั้น

(๕) เป็นบุคคลล้มละลาย คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(๖) ถูกจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก

ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการว่างลงและยังมิได้ดำเนินการให้ได้มาซึ่งกรรมการแทนตำแหน่งที่ว่างให้คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการเท่าที่เหลืออยู่

มาตรา ๑๑ ในกรณีที่กรรมการตามมาตรา ๘ (๓) (๔) หรือ (๕) พ้นจากตำแหน่งก่อนครบวาระให้ดำเนินการแต่งตั้งกรรมการขึ้นใหม่โดยเร็ว เว้นแต่วาระการดำรงตำแหน่งเหลืออยู่ไม่ถึงเก้าสิบวันจะไม่ดำเนินการแต่งตั้งแทนก็ได้ และให้ผู้ซึ่งได้รับแต่งตั้งใหม่อยู่ในตำแหน่งเพียงเท่าวาระที่เหลืออยู่ของผู้ซึ่งตนแทน

มาตรา ๑๒ ให้นำกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองมาใช้บังคับกับการประชุมและการวินิจฉัยชี้ขาดของคณะกรรมการด้วยโดยอนุโลม

มาตรา ๑๓ ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- (๑) เสนอนโยบายเกี่ยวกับการศึกษาเอกชน การพัฒนาและสนับสนุน โรงเรียน ครู ผู้สอน และบุคลากรทางการศึกษาต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ
- (๒) กำกับดูแลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้
- (๓) กำหนดมาตรฐานและแผนพัฒนาหลักสูตรการศึกษาเอกชน
- (๔) กำหนดมาตรการช่วยเหลือ ส่งเสริมและสนับสนุน โรงเรียน ครู ผู้สอน และบุคลากรทางการศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบายที่คณะรัฐมนตรีเห็นชอบตาม (๑)
- (๕) ออกระเบียบเกี่ยวกับการเก็บรักษาเอกสารหลักฐานของโรงเรียน
- (๖) เสนอความเห็นต่อรัฐมนตรีในการออกกฎกระทรวง ระเบียบ และประกาศเพื่อดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้
- (๗) ออกระเบียบเกี่ยวกับการวินิจฉัยการร้องทุกข์และการคุ้มครองการทำงาน
- (๘) ออกระเบียบเกี่ยวกับการยื่นอุทธรณ์ การรับอุทธรณ์ วิธีพิจารณาอุทธรณ์และกำหนดเวลาพิจารณาอุทธรณ์
- (๙) แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการตามที่คณะกรรมการมอบหมาย
- (๑๐) ปฏิบัติงานอื่นตามที่พระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นกำหนดหรือตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

มาตรา ๑๔ ให้มีสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนในสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ มีเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เป็นผู้บังคับบัญชาข้าราชการ พนักงานและลูกจ้าง และรับผิดชอบการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- (๑) รับผิดชอบงานธุรการ และสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการ
- (๒) เสนอแนะนโยบายยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาการศึกษาเอกชนต่อคณะกรรมการ
- (๓) ส่งเสริม สนับสนุนด้านวิชาการ การประกันคุณภาพ การวิจัยและพัฒนาเพื่อประกัน

คุณภาพการศึกษาเอกชน

(๔) รับผิดชอบการดำเนินการเกี่ยวกับกองทุน

(๕) ดำเนินการจัดสรรเงินอุดหนุนการศึกษาเอกชนตามมาตรการที่คณะกรรมการกำหนด ตามมาตรา ๑๓ (๔)

(๖) เป็นศูนย์ส่งเสริมสนับสนุนข้อมูล และทะเบียนกลางทางการศึกษาเอกชนตลอดจน ติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการจัดการศึกษาเอกชน

(๗) ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

มาตรา ๑๕ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการจัดการศึกษาเอกชน ในจังหวัดหนึ่งนอกจาก กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้มีกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนเป็นส่วนราชการใน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเขตใดเขตหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการจัดการศึกษาเอกชนที่อยู่ใน จังหวัดนั้นสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาใดในจังหวัดสมควรมีกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน และจังหวัดที่ถือว่าเป็นเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานครตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่ คณะกรรมการกำหนดในกรณีที่จังหวัดใดมีความจำเป็นต้องมีกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนใน เขตพื้นที่การศึกษามากกว่าหนึ่งเขตพื้นที่การศึกษาให้กระทำได้โดยความเห็นชอบของ คณะกรรมการ ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงความสะดวก การประหยัด และความเป็นเอกภาพของนโยบาย การศึกษาเอกชน

มาตรา ๑๖ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาใดมีกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนตามมาตรา ๑๕ ให้คณะกรรมการเขตพื้นที่การศึกษานั้นมีกรรมการเพิ่มขึ้นอีกสองคน โดยเป็นผู้แทนผู้รับ ใบอนุญาตหนึ่งคนและผู้แทนครูหนึ่งคนหลักเกณฑ์และวิธีการคัดเลือกผู้แทนผู้รับ ใบอนุญาตและผู้แทนครูตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

หมวด ๒  
โรงเรียนในระบบ

ส่วนที่ ๑  
การจัดตั้งและเปิดดำเนินการ

มาตรา ๑๗ ประเภทและระดับของโรงเรียนในระบบ ให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๑๘ การจัดตั้งโรงเรียนในระบบต้องได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาตการขอรับใบอนุญาตและการออกใบอนุญาตแต่ละประเภทและแต่ละระดับให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยผู้ขอรับใบอนุญาตจะต้องแนบตราสารจัดตั้งและรายละเอียดเกี่ยวกับกิจการของโรงเรียนในระบบมาพร้อมกับคำขอด้วย

มาตรา ๑๙ ตราสารจัดตั้งตามมาตรา ๑๘ วรรคสอง อย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้

- (๑) วัตถุประสงค์
- (๒) ชื่อ ประเภท ระดับ ของโรงเรียนในระบบ
- (๓) รายละเอียดเกี่ยวกับที่ดิน ที่ตั้ง และแผนผังแสดงบริเวณและอาคารของโรงเรียนในระบบ

(๔) เงินทุนและทรัพย์สินที่ใช้ในการจัดตั้ง

(๕) รายการอื่นตามที่กำหนดในพระราชบัญญัตินี้และที่กำหนดในกฎกระทรวง

ผู้อนุญาตจะต้องพิจารณาคำขอรับใบอนุญาตให้แล้วเสร็จภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ยื่นคำขอ ผู้รับใบอนุญาตจะเปลี่ยนแปลงรายการตามวรรคหนึ่งไม่ได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้อนุญาต การขออนุญาตและการอนุญาต ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๒๐ รายละเอียดเกี่ยวกับกิจการของโรงเรียนในระบบตามมาตรา ๑๘ วรรคสอง อย่างน้อยต้องมีรายการ ดังต่อไปนี้

- (๑) โครงการและแผนการดำเนินงาน
- (๒) หลักสูตร วิธีการเรียนการสอน และการวัดและประเมินผลการศึกษา
- (๓) อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่น
- (๔) คุณสมบัติ อัตราเงินเดือน ค่าสอน ค่าชดเชย ค่าตอบแทน หลักเกณฑ์การจ้างและเลิก

จ้างและสวัสดิการของครูและบุคลากรทางการศึกษาการเปลี่ยนแปลงรายการตามวรรคหนึ่ง (๒) ให้กระทำได้เมื่อได้รับอนุญาตจากผู้อนุญาตการเปลี่ยนแปลงรายการตามวรรคหนึ่ง (๑) (๓) และ (๔) ให้ผู้รับใบอนุญาตแจ้งให้ผู้อนุญาตทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่าสิบห้าวัน

มาตรา ๒๑ ผู้ขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบที่เป็นบุคคลธรรมดาต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีสัญชาติไทย
- (๒) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (๓) สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี
- (๔) มีความประพฤติเรียบร้อยไม่บกพร่องในศีลธรรมอันดี
- (๕) เลื่อมใสในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข
- (๖) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๗) ไม่เคยถูกออกจากราชการ โดยมีความผิด เว้นแต่ได้ถูกออกจากราชการมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบ
- (๘) ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน เว้นแต่ได้ถูกเพิกถอนใบอนุญาตดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบ
- (๙) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (๑๐) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกและได้พ้นโทษมาแล้วไม่ถึงห้าปีก่อนวันขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบ เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

มาตรา ๒๒ ผู้ขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบที่เป็นนิติบุคคลต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา เว้นแต่นิติบุคคลที่ขอจัดตั้งนั้นเป็นองค์การของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ
- (๒) นิติบุคคลที่เป็นบริษัทมหาชนจำกัด บริษัทจำกัดหรือห้างหุ้นส่วน ต้องมีจำนวนหุ้นหรือทุนเป็นของผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีสัญชาติไทยไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นหรือทุนทั้งหมดและจะต้องมีจำนวนผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีสัญชาติไทยไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนทั้งหมด
- (๓) นิติบุคคลที่เป็นมูลนิธิ จะต้องมีการมการที่มีสัญชาติไทยไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการบริหารทั้งหมด

(๔) นิติบุคคลที่เป็นสมาคมหรือสหกรณ์ จะต้องมีการที่มีสัญชาติไทยไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด และสมาชิกของสมาคมหรือสหกรณ์ต้องมีสัญชาติไทยไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกทั้งหมด

(๕) ผู้จัดการของนิติบุคคลหรือผู้แทนของนิติบุคคลนั้นต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๒๑

มาตรา ๒๓ ผู้ขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบต้องมีหลักฐานแสดงได้ว่าเมื่อได้รับอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบแล้ว โรงเรียนจะได้รับการโอนกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในที่ดิน หรือสิทธิเหนือพื้นดินหรือสิทธิเก็บกินที่มีกำหนดเวลาไม่น้อยกว่าสิบปีหรือสิทธิการเช่าที่มีสัญญาเช่าไม่น้อยกว่าสิบปีในกรณีที่ที่ดินที่จะใช้เป็นที่ตั้งโรงเรียนในระบบเป็นที่ดินของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ วัดตามกฎหมายว่าด้วยคณะสงฆ์หรือองค์กรทางศาสนาอื่นผู้ขอรับใบอนุญาตจะแสดงหลักฐานการอนุญาตให้ใช้ที่ดินอย่างอื่นที่มีสัญญาเช่า หรือสัญญาเช่าที่มีระยะเวลาไม่น้อยกว่าสิบปีก็ได้ที่ดินตามวรรคหนึ่งต้องมีขนาดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๒๔ เมื่อได้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบแล้ว ให้โรงเรียนในระบบเป็นนิติบุคคลนับแต่วันที่ได้รับใบอนุญาต และให้ผู้รับใบอนุญาตเป็นผู้แทนของนิติบุคคล

มาตรา ๒๕ เมื่อโรงเรียนในระบบเป็นนิติบุคคลตามมาตรา ๒๔ แล้ว ให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(๑) โอนกรรมสิทธิ์ สิทธิครอบครองในที่ดิน สิทธิเหนือพื้นดิน สิทธิเก็บกินหรือสิทธิการเช่าที่ปลอดจากภาระผูกพันอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่ระบุไว้ในคำขอรับใบอนุญาตให้แก่โรงเรียนในระบบภายในหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันที่ได้รับใบอนุญาต

(๒) ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงตามมาตรา ๑๘ วรรคสอง และที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตเฉพาะในส่วนที่ต้องดำเนินการก่อนเปิดดำเนินการโรงเรียนในระบบให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่ผู้อนุญาตกำหนด

(๓) โอนเงินและทรัพย์สินอื่นซึ่งเป็นทุนนอกจากที่ดินให้แก่โรงเรียนในระบบภายในเวลาที่ผู้อนุญาตกำหนด

(๔) ดำเนินการให้มีคณะกรรมการบริหารตามมาตรา ๓๐ ให้ครบถ้วนภายในเวลาที่ผู้อนุญาตกำหนดในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตไม่ปฏิบัติตาม (๑) (๒) (๓) หรือ (๔) ผู้อนุญาตมีอำนาจเพิกถอนใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบได้ในกรณีที่ดินที่จะโอนหรือที่เป็นของโรงเรียนในระบบมีจำนวนเป็นประกันหนี้ที่เกิดจากการดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนในระบบหรือหนี้ของโรงเรียนในระบบ มิให้ถือว่าที่ดินนั้นมีภาระผูกพันตาม (๑)

มาตรา ๒๖ เมื่อผู้รับใบอนุญาตได้ดำเนินการตามมาตรา ๒๕ แล้ว และพร้อมที่จะเปิด

ดำเนินกิจการโรงเรียนในระบบ ให้แจ้งให้ผู้อนุญาตทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่าสามสิบวันก่อนวันเปิดดำเนินกิจการเมื่อผู้อนุญาตตรวจสอบแล้วเห็นว่าผู้รับใบอนุญาตดำเนินการถูกต้องตามมาตรา ๒๕ ให้แจ้งให้ผู้รับใบอนุญาตทราบเพื่อเปิดดำเนินกิจการได้ แต่ในกรณีที่ผู้อนุญาตเห็นว่าผู้รับใบอนุญาตยังดำเนินการไม่ถูกต้องตามมาตรา ๒๕ จะสั่งให้โรงเรียนในระบบชะลอการเปิดดำเนินกิจการไปก่อนจนกว่าจะดำเนินการให้ถูกต้องก็ได้ ทั้งนี้ ผู้อนุญาตต้องแจ้งก่อนวันเปิดดำเนินกิจการโรงเรียนในระบบไม่น้อยกว่าเจ็ดวัน

กรณีที่ผู้รับใบอนุญาตมิได้รับแจ้งผลการตรวจสอบจากผู้อนุญาตตามกำหนดเวลาตามวรรคสองให้โรงเรียนในระบบนั้นเปิดดำเนินกิจการได้ตามกำหนดเวลาที่ได้แจ้งไว้

มาตรา ๒๖ การโอนกรรมสิทธิ์และสิทธิครอบครองในที่ดินให้แก่โรงเรียนในระบบเพื่อประโยชน์ในการจัดการศึกษา ให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งปวงตามประมวลกฎหมายที่ดินและภาษีอากรตามที่จะได้มีพระราชกฤษฎีกาออกตามประมวลรัษฎากรกำหนดไว้ การยกเว้นค่าธรรมเนียมตามวรรคหนึ่งให้รวมถึงการโอนกรรมสิทธิ์กลับคืนให้กับผู้รับใบอนุญาต เมื่อโรงเรียนในระบบเลิกกิจการ

มาตรา ๒๗ ชื่อของโรงเรียนในระบบต้องใช้อักษรไทยขนาดใหญ่พอสมควรติดไว้ที่บริเวณโรงเรียนในระบบ ณ ที่ซึ่งเห็นได้ง่าย โดยต้องมีคำว่า “โรงเรียน” ประกอบชื่อด้วย ในกรณีที่มีอักษรต่างประเทศกำกับ ต้องไม่มีขนาดใหญ่กว่าอักษรไทย

มาตรา ๒๘ โรงเรียนในระบบอาจจัดตั้งสาขาได้ การจัดตั้ง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนดห้ามไม่ให้โรงเรียนในระบบกระทำการใดให้บุคคลอื่นเข้าใจว่าเป็นตัวแทน เครือข่ายหรือสาขาของโรงเรียนในระบบ สถาบันหรือสถานศึกษาอื่นในต่างประเทศ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้อนุญาต

มาตรา ๓๐ ให้โรงเรียนในระบบมีคณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วยผู้รับใบอนุญาต ผู้จัดการ ผู้อำนวยการ ผู้แทนผู้ปกครอง ผู้แทนครู และผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อยหนึ่งคนแต่ไม่เกินสามคนเป็นกรรมการ ในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตเป็นบุคคลเดียวกับผู้จัดการหรือผู้อำนวยการ หรือเป็นบุคคลเดียวกันทั้งสามตำแหน่ง ให้ตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งหรือสองคนแล้วแต่กรณีคุณสมบัติ หลักเกณฑ์ วิธีการสรรหากรรมการ การเลือกประธานกรรมการ วาระการดำรงตำแหน่งและการพ้นจากตำแหน่ง ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในตราสารจัดตั้งในวาระเริ่มแรกที่จัดตั้งโรงเรียนในระบบและยังไม่มีผู้แทนผู้ปกครองให้คณะกรรมการบริหารตามวรรคหนึ่งประกอบด้วยกรรมการอื่นเท่าที่มีอยู่

มาตรา ๓๑ ให้คณะกรรมการบริหารของโรงเรียนในระบบมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) ออกระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ของโรงเรียนในระบบ

(๒) ให้ความเห็นชอบนโยบาย และแผนพัฒนาการศึกษาของโรงเรียนในระบบ

(๓) ให้คำแนะนำการบริหารและการจัดการโรงเรียนในระบบด้านบุคลากร แผนงานงบประมาณวิชาการ กิจกรรมนักเรียน อาคารสถานที่ และความสัมพันธ์กับชุมชน

(๔) กำกับดูแลให้มีระบบการประกันคุณภาพภายในโรงเรียนในระบบ

(๕) ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการ

(๖) ให้ความเห็นชอบการกู้ยืมเงินครั้งเดียวหรือหลายครั้งรวมกันเกินร้อยละยี่สิบห้าของมูลค่าของทรัพย์สินที่โรงเรียนในระบบมีอยู่ขณะนั้นในกรณีที่คณะกรรมการบริหารไม่ให้ความเห็นชอบการกู้ยืมเงิน คณะกรรมการต้องเสนอทางเลือกที่ปฏิบัติได้ให้แก่โรงเรียนในระบบด้วย เว้นแต่คณะกรรมการจะเห็นว่าการกู้ยืมเงินนั้นมิได้เป็นไปได้ไปเพื่อประโยชน์ของการดำเนินกิจการโรงเรียนในระบบ

(๗) ให้ความเห็นชอบการกำหนดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นของโรงเรียนในระบบ

(๘) ให้ความเห็นชอบรายงานประจำปี งบการเงินประจำปี และการแต่งตั้งผู้สอบบัญชี

(๙) พิจารณาคำร้องทุกข์ของครู ผู้ปกครองและนักเรียน

(๑๐) ดำเนินการอื่นตามที่กฎหมายระบุให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

มาตรา ๓๒ การกำหนดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นของโรงเรียนในระบบให้คำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการจัดการการศึกษา ค่าตอบแทนครูที่มีความรู้และความสามารถที่ดี และค่าใช้จ่ายอื่นซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายในการขยายกิจการและผลตอบแทน ผลตอบแทนตามวรรคหนึ่งต้องไม่เกินอัตราที่คณะกรรมการกำหนด ค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นตามวรรคหนึ่งให้ประกาศไว้ในที่เปิดเผยในโรงเรียนในระบบ และโรงเรียนในระบบจะเรียกเก็บเงินอื่นใดจากผู้ปกครองหรือนักเรียนนอกจากที่กำหนดตามวรรคหนึ่งไม่ได้

มาตรา ๓๓ ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่าการกำหนดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นตามมาตรา ๓๒ ของโรงเรียนในระบบมีลักษณะเป็นการแสวงหากำไรเกินควร และโรงเรียนในระบบดังกล่าวไม่สามารถแสดงได้ว่ามิได้เป็นการแสวงหากำไรเกินควร คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ลดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นดังกล่าวลงตามที่เห็นสมควรได้

มาตรา ๓๔ ในกรณีที่กระทรวงศึกษาธิการเห็นว่าค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียม

อื่นที่โรงเรียนในระบบกำหนดตามมาตรา ๓๒ เป็นภาระแก่ประชาชนเกินสมควร จะสั่งให้โรงเรียนในระบบลดค่าธรรมเนียมดังกล่าวลงตามที่เห็นสมควรก็ได้

มาตรา ๓๕ โรงเรียนในระบบใดไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาหรือเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาต่ำกว่าอัตราที่พึงเรียกเก็บตามที่คำนวณได้ตามมาตรา ๓๒ เพราะเหตุเป็น

โรงเรียนการกุศลหรือเพื่อให้ผู้ยากไร้ได้รับการศึกษา ให้กระทรวงศึกษาธิการอุดหนุนทางการเงิน และให้ความช่วยเหลือด้านอื่นเพื่อให้โรงเรียนในระบบดังกล่าวสามารถดำเนินการต่อไปได้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา ๓๖ คณะกรรมการบริหารต้องจัดให้มีการประชุมอย่างน้อยหนึ่งครั้งในแต่ละภาค การศึกษาปกติการประชุมของคณะกรรมการบริหารให้นำความในมาตรา ๑๒ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา ๓๗ ให้ผู้รับใบอนุญาตแต่งตั้งผู้อำนวยการคนหนึ่งเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบการบริหารจัดการโรงเรียนในระบบ และแจ้งให้ผู้อนุญาตทราบพร้อมทั้งส่งหลักฐานการแต่งตั้งผู้อำนวยการภายในหนึ่งเดือนนับแต่วันแต่งตั้งผู้อำนวยการต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทย มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา และสามารถทำงานให้กับโรงเรียนในระบบได้เต็มเวลาผู้รับใบอนุญาตจะทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยการโดยไม่แต่งตั้งผู้อำนวยการตามวรรคหนึ่งก็ได้

มาตรา ๓๘ ภายใต้บังคับมาตรา ๓๗ วรรคสาม ผู้รับใบอนุญาตจะแต่งตั้งรองผู้อำนวยการคนหนึ่งหรือหลายคนเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่ผู้อำนวยการมอบหมายก็ได้รองผู้อำนวยการต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามเช่นเดียวกับผู้อำนวยการ

มาตรา ๓๙ ผู้อำนวยการมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

- (๑) ดูแลรับผิดชอบงานด้านวิชาการของโรงเรียนในระบบ
- (๒) แต่งตั้งและถอดถอน ครู บุคลากรทางการศึกษา และเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนในระบบ ตามระเบียบที่คณะกรรมการบริหารกำหนด
- (๓) ควบคุมปกครองครู บุคลากรทางการศึกษา และนักเรียนของโรงเรียนในระบบ
- (๔) จัดทำทะเบียนครู บุคลากรทางการศึกษา เจ้าหน้าที่ นักเรียน และเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้อง การให้การศึกษาตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด
- (๕) จัดทำหลักฐานเกี่ยวกับการวัดและประเมินผลการศึกษาตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

(๖) ปฏิบัติหน้าที่อื่นอันเกี่ยวกับวิชาการตามระเบียบและข้อบังคับของทางราชการ รวมทั้งตราสารจัดตั้ง นโยบาย ระเบียบและข้อบังคับของโรงเรียน และหน้าที่อื่นตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๔๐ ให้ผู้รับใบอนุญาตแต่งตั้งผู้จัดการคนหนึ่ง มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

- (๑) ดูแลรับผิดชอบงานด้านงบประมาณของโรงเรียนในระบบ
- (๒) ดูแลรับผิดชอบการบริหารงานทั่วไปของโรงเรียนในระบบ

(๓) ปฏิบัติหน้าที่อื่นอันเกี่ยวกับการบริหารงานตามตราสารจัดตั้ง นโยบาย ระเบียบ และ ข้อบังคับของโรงเรียนในระบบ และหน้าที่อื่นตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้ ผู้รับ ใบอนุญาตจะทำหน้าที่ผู้จัดการ โดยไม่แต่งตั้งผู้จัดการตามวรรคหนึ่งก็ได้ คุณสมบัติ หลักเกณฑ์ และวิธีการแต่งตั้งผู้จัดการ ให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา ๔๑ ในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตเป็นบุคคลธรรมดาและไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ไม่ว่า ในกรณีใดให้ผู้รับใบอนุญาตแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๒๑ เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่แทน หากมิได้แต่งตั้งผู้ปฏิบัติหน้าที่แทนไว้ ให้ผู้อำนวยการเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ แทน

มาตรา ๔๒ ให้โรงเรียนในระบบจัดให้มีครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียนใน ระบบให้เพียงพอแก่การจัดการศึกษาและมีจำนวนที่เหมาะสมกับนักเรียน ตามระเบียบที่ คณะกรรมการ

กำหนดครูและบุคลากรทางการศึกษา ต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามสำหรับผู้ ประกอบวิชาชีพครูหรือบุคลากรทางการศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยสภาครูและบุคลากรทางการ ศึกษา แล้วแต่กรณี

มาตรา ๔๓ เอกสารที่โรงเรียนในระบบต้องจัดทำตามพระราชบัญญัตินี้ให้จัดทำเป็น ภาษาไทยการสอนในโรงเรียนในระบบนอกจากการสอนวิชาภาษาต่างประเทศต้องใช้ภาษาไทย เว้นแต่เป็นโรงเรียนประเภทนานาชาติหรือเป็นโรงเรียนที่ได้รับอนุญาตให้สอนเป็น ภาษาต่างประเทศ ให้สอนเป็นภาษาที่ระบุไว้ในใบอนุญาตได้ แต่ต้องสอนให้นักเรียนสามารถ อ่าน เขียน และพูดภาษาไทยได้ด้วยเพื่อประโยชน์ในการขยายโอกาสการเรียนรู้ คณะกรรมการจะ อนุญาตเป็นการทั่วไปให้โรงเรียนในระบบสอนวิชาบางวิชาเป็นภาษาต่างประเทศก็ได้ โดยจะ กำหนดเงื่อนไขไว้ด้วยหรือไม่ก็ได้

### อัตราค่าธรรมเนียม

- (๑) ใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบ ฉบับละ ๕,๐๐๐ บาท
- (๒) ใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ ฉบับละ ๓,๐๐๐ บาท
- (๓) ใบแทนใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบ ฉบับละ ๕๐๐ บาท
- (๔) ใบแทนใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ ฉบับละ ๓๐๐ บาท
- (๕) ค่ายื่นคำขอ ฉบับละ ๕๐๐ บาท

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่กฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติได้กำหนดหลักการบริหารและการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนให้มีฐานะเป็นนิติบุคคลและมีคณะกรรมการบริหาร เพื่อทำหน้าที่บริหารและจัดการศึกษาโรงเรียนเอกชนให้มีความเป็นอิสระ โดยมีการกำกับติดตาม การประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาเช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐ นอกจากนี้ เพื่อให้เอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา โดยรัฐพร้อมให้การสนับสนุนด้านเงินอุดหนุน และสิทธิประโยชน์อื่นรวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนด้านวิชาการ ให้แก่สถานศึกษาของเอกชน สมควรปรับปรุงแก้ไขบทบัญญัติในพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. ๒๕๒๕ ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

## ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นายธีระศักดิ์ สุขนิทร์
วัน เดือน ปี เกิด	30 พฤษภาคม พ.ศ. 2527
ภูมิลำเนา	จังหวัดนครนายก
ประวัติการศึกษา	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	System Support
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	แผนก Billing ฝ่าย <b>Billing&amp;Collections</b> บริษัท ทูวิชั่นส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ