

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล “ผลกระทบของทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ” นั้น ผู้ศึกษา ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของข้อมูลเป็น 2 ตอน 5 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย ชื่อโรงเรียนกวดวิชา สาขาที่เรียน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียน จำนวนชั่วโมงที่เรียน ค่าใช้จ่ายในการเรียนโดยเฉลี่ยต่อเทอม ค่าใช้จ่ายในการเรียนเฉลี่ยต่อวิชา ช่วงวันในการเลือกเรียน ใช้สถิติความถี่ ร้อยละ

ส่วนที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับของผู้ทำแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ศาสนา โรงเรียนที่กำลังศึกษา ระดับชั้นการศึกษา เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษโดยรวม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยรวม ใช้สถิติความถี่ ร้อยละ

ส่วนที่ 3 แสดงข้อมูลของทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย ด้านวิธีการสอนและหลักสูตรการสอน ด้านราคาค่าเรียน ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 แสดงข้อมูลของการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองการบริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านความเข้าใจและด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ ใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้เรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ประกอบไปด้วยสาขาที่เรียน ระยะเวลาในการเรียน จำนวนหลักสูตรต่อปี จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร ช่วงเวลาในการเลือกเรียน จำแนกตามจำนวนและร้อยละ รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมผู้เรียนในการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชา	จำนวน	ร้อยละ
1. สาขาที่เรียน		
นครสวรรค์	210	50.0
พิษณุโลก	210	50.0
2. ระยะเวลาในการเรียน		
< 14 เดือน	298	71.0
≥ 14 เดือน	122	29.0
3. จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี		
1 หลักสูตรวิชาต่อปี	155	36.9
2 หลักสูตรวิชาต่อปี	185	44.0
3 หลักสูตรวิชาต่อปี	54	12.9
> 3 หลักสูตรวิชาต่อปี	26	6.2
4. จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์		
< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	334	79.5
≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	86	20.5
5. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน		
1, 000 – 1, 499 บาท	3	0.7
1, 500 – 1, 999 บาท	7	1.7
2, 000 – 2, 499 บาท	74	17.6
2, 500 – 2, 999 บาท	190	45.2
> 3,000 บาทขึ้นไป	146	34.8



ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชา	จำนวน	ร้อยละ
6.ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเฉลี่ยต่อหลักสูตร		
1, 000 – 1, 499 บาท	3	0.7
1, 500 – 1, 999 บาท	8	1.9
2, 000 – 2, 499 บาท	107	25.5
2, 500 – 2, 999 บาท	224	53.3
> 3,000 บาทขึ้นไป	78	18.6
7.ช่วงวันในการเลือกเรียน		
วันธรรมดา ที่เรียนในช่วงวันจันทร์ – วันศุกร์ (เปิดเทอม)	185	44.0
วันหยุด ที่เรียนในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ (เปิดเทอม)	101	24.1
วันธรรมดา ที่เรียนในช่วงวันจันทร์ – วันศุกร์ (ปิดเทอม)	91	21.7
วันหยุด ที่เรียนในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ (ปิดเทอม)	43	10.2
รวม	420	100.0

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้เรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
เอ็นคอนเส็ปท์ จำนวน 420 คน

1. สาขาที่เรียน แสดงให้เห็นว่า สาขานครสวรรค์และพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 50.0
2. ระยะเวลาเรียน แสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่เรียนน้อยกว่า 14 เดือน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือ มากกว่า 14 เดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.0
3. จำนวนหลักสูตรต่อปี แสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่เรียน 2 หลักสูตรวิชาต่อปี คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ 1 หลักสูตรวิชาต่อปี คิดเป็นร้อยละ 36.9 3 หลักสูตรวิชาต่อปี คิดเป็นร้อยละ 12.9 และเรียนมากกว่า 3 หลักสูตรวิชาต่อปีมีน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 6.2
4. จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ แสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่เรียน < 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมาคือ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.5
5. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในช่วง 2,500 – 2,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย $\geq 3,000$ บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 34.8 ค่าใช้จ่ายในช่วง 2,000 – 2,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.6 และค่าใช้จ่ายในช่วง 1,000 – 1,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.7

6. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร แสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในช่วง 2,500 – 2,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ 2,000 – 2,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ $\geq$ 3,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.6

7. ช่วงวันในการเรียน แสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่เรียนในช่วงวันจันทร์ – วันศุกร์ ช่วงเปิดเทอมคิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา คือ เรียนในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ ช่วงเปิดเทอม คิดเป็นร้อยละ 24.1 และเรียนในช่วงวันจันทร์ – วันศุกร์ ช่วงปิดเทอม คิดเป็นร้อยละ 21.7 ตามลำดับ และเรียนในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ช่วงปิดเทอมน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.2

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปผู้เรียน ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ศาสนา ชื่อโรงเรียน จังหวัดของโรงเรียน ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพ ผู้ปกครอง ระดับการศึกษาผู้ปกครอง รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนรวมกัน จำแนกตามจำนวน และร้อยละ

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของลักษณะทั่วไปผู้เรียน

ข้อมูลทั่วไปผู้เรียน	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	91	21.7
หญิง	329	78.3
2. อายุ		
15 ปี	51	12.1
16 ปี	158	37.6
17 ปี	149	35.5
18 ปี	54	12.9
19 ปี	8	1.9
3. ศาสนา		
พุทธ	418	99.5
คริสต์	2	0.5

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปผู้เรียน	จำนวน	ร้อยละ
4. โปรแกรมการเรียน		
วิทยาศาสตร์	355	84.5
ศิลปศาสตร์	65	15.5
5. ชื่อโรงเรียน		
นครสวรรค์	139	33.1
เฉลิมขวัญสตรี	114	27.1
สตรีนครสวรรค์	47	11.2
อื่นๆ	120	28.0
6. จังหวัดที่มาเรียน		
นครสวรรค์	199	47.4
พิษณุโลก	187	44.5
พิจิตร	18	4.3
อื่นๆ	16	3.8
7. ระดับชั้น		
ม.4	140	33.3
ม.5	140	33.3
ม.6	140	33.3
8. เกณฑ์เฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม		
2.00 – 3.00	177	42.1
3.01 – 4.00	243	57.9
9. อาชีพผู้ปกครอง		
ค้าขาย หรือ ธุรกิจส่วนตัว	155	36.9
อาชีพอิสระ	8	1.9
เกษตรกรรม	20	4.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	6.0
พนักงานบริษัทเอกชน	20	4.8
รับราชการ	192	45.7

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชา	จำนวน	ร้อยละ
10.ระดับการศึกษาผู้ปกครอง		
ประถมศึกษา	23	5.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	22	5.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	65	15.5
อนุปริญญา / ปวส.	27	6.4
ปริญญาตรี	209	49.8
สูงกว่าปริญญาตรี	74	17.6
11.รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนรวมกัน		
< 44,500 บาทต่อเดือน	236	56.2
≥ 44,500 บาทต่อเดือน	184	43.8
รวม	420	100.0

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปผู้เรียน โรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ จำนวน 420 คน

1. เพศ แสดงให้เห็นว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาคือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 21.7
2. ศาสนา แสดงให้เห็นว่า นักเรียนส่วนใหญ่นับถือ ศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 99.5 รองลงมาคือ ศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 0.5
3. โรงเรียนที่มาเรียน แสดงให้เห็นว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนนครสวรรค์ คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ โรงเรียนเฉลิมขวัญสตรี คิดเป็นร้อยละ 27.1 และโรงเรียนสตรีนครสวรรค์ คิดเป็นร้อยละ 11.2
4. จังหวัดที่มาเรียน แสดงให้เห็นว่า นักเรียนส่วนใหญ่ มาเรียนจากจังหวัดนครสวรรค์ คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ จังหวัดพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 44.5 และจังหวัดพิจิตร คิดเป็นร้อยละ 4.3

5. ระดับชั้น แสดงให้เห็นว่า นักเรียนส่วนใหญ่ เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4, 5 และ 6 คิดเป็นร้อยละ 33.3

6. เกรตเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แสดงให้เห็นว่า นักเรียนส่วนใหญ่ เกรตเฉลี่ยภาษาอังกฤษอยู่ในระดับ 3.01 – 4.00 คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ ระดับ 2.00 – 3.00 คิดเป็นร้อยละ 42.1

7. โปรแกรมการเรียนรู้ แสดงให้เห็นว่า นักเรียนส่วนใหญ่ เรียนสายวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมาคือ สายศิลปศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 15.5

8. อาชีพผู้ปกครอง แสดงให้เห็นว่า ผู้ปกครองของนักเรียนส่วนใหญ่ มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ ค้าขาย หรือ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 36.9 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.0

9. ระดับการศึกษาผู้ปกครอง แสดงให้เห็นว่า ผู้ปกครองของนักเรียนส่วนใหญ่ มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.6 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 15.5

10. รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนรวมกัน แสดงให้เห็นว่า ผู้ปกครองของนักเรียนส่วนใหญ่ มีรายได้ < 44,500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาคือ มีรายได้ $\geq$ 44,500 บาทต่อเดือน ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.8

ส่วนที่ 3 ข้อมูลของทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมและรายย่อยของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้เรียน จำแนกตาม ส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ของแต่ละสาขา

ทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สาขานครสวรรค์			สาขาพิษณุโลก		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	4.35	0.453	มากที่สุด	4.33	0.463	มากที่สุด
2. ด้านราคา	3.90	0.625	มาก	3.76	0.675	มาก
3. ด้านสถานที่	4.36	0.498	มากที่สุด	4.37	0.507	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.16	0.496	มาก	4.08	0.589	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.30	0.457	มากที่สุด	4.34	0.457	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.35	0.445	มากที่สุด	4.25	0.537	มากที่สุด
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.36	0.463	มากที่สุด	4.34	0.498	มากที่สุด
รวม	4.25	0.370	มากที่สุด	4.21	0.412	มากที่สุด

หมายเหตุ: 1.00 -1.80 = น้อยที่สุด 1.81 – 2.60 = น้อย
 2.61 – 3.40 = ปานกลาง 3.41 -4.20 = มาก 4.21 -5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ สาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 และ 4.21 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน

1. ทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.35 และ 4.33
2. ทัศนคติต่อด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 และ 3.76
3. ทัศนคติต่อด้านสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 และ 4.37

4. ทักษะคิดต่อการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 และ 4.08

5. ทักษะคิดต่อด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.30 และ 4.34

6. ทักษะคิดต่อด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.35 และ 4.25

7. ทักษะคิดต่อด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 และ 4.34

8. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้เรียน จำแนกตาม ส่วนประสมทางการตลาด บริการ ทั้ง 7 ด้านรายย่อย แต่ละสาขา (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก ตารางที่ ก- 3 ถึง ตารางที่ ก- 6)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เรียน พบว่า

1. ทักษะคิดต่อด้านผลิตภัณฑ์บริการโดยรวม ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.35 และ 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด มี 7 ข้อ ได้แก่ ด้านมีเทคโนโลยีและสื่อการสอนทันสมัยและหลากหลาย เช่น VCD, Internet เป็นต้น ด้านสรุปเนื้อหาและเพิ่มเติมข้อมูลใหม่ๆทำให้ผู้เรียนเข้าใจง่ายขึ้น ด้านมีการทดสอบความรู้หลังเรียน (Post – test) ด้านมีแบบฝึกหัดและข้อสอบเก่าของแต่ละบทให้ทบทวน ด้านมีเอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอนครบถ้วนถูกต้องหลากหลายและเพียงพอ ด้านหลักสูตรการสอนมีทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติจริงที่เข้าใจง่าย ด้านเนื้อหา เป็นหนังสือที่โรงเรียนกวดวิชาเรียบเรียงขึ้นเอง ด้านหลักสูตรได้รับการอนุมัติหรือรับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ ด้านมีหลักสูตรเปิดให้เลือกหลากหลายเพื่อความต้องการของนักเรียน และด้านหลักสูตรมีความทันสมัยมีเนื้อหา ข้อสอบใหม่อยู่เสมอ และที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก มี 3 ข้อ ได้แก่ ด้านวิธีการสอนโดยการสอนสดจากอาจารย์ ด้านสรุปเนื้อหาและเพิ่มเติมข้อมูลใหม่ๆทำให้ผู้เรียนเข้าใจง่ายขึ้น ด้านมีการทดสอบความรู้ก่อนเรียน (Pre –test) และ ด้านตรวจผลการทดสอบให้ทราบคะแนนเร็วและอธิบายผล

2. ทักษะคิดต่อด้านราคาโดยรวม ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 และ 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคาค่าเรียนเหมาะสมเมื่อเทียบคุณภาพการสอน ด้านนักเรียนเรียนเป็นกลุ่ม หรือเพื่อนแนะนำมา ราคาลดลง ด้าน ราคาค่าเล่าเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม ด้านราคาค่าเล่าเรียนต่อเทอม หรือภาคเรียนการศึกษา และด้านการสะสมเป็นคูปอง เพื่อนำกลับมาใช้อีกครั้งในส่วนลดในฐานะ

นักเรียนเก่าได้ ในทางตรงกันข้าม ด้านนักเรียนเกรดลดลงหรือสอบเข้าไม่ได้ ค่าเรียนลดลง สาขานครสวรรค์ อยู่ในระดับมาก และสาขาพิษณุโลกอยู่ในระดับปานกลาง และด้านวิธีการชำระค่าเรียนที่สามารถผ่อนเป็นงวด ๆ ได้ เช่น รายเดือน สาขานครสวรรค์ อยู่ในระดับมาก และสาขาพิษณุโลก อยู่ในระดับปานกลาง

3. ทศนคติต่อด้านสถานที่โดยรวม สาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 และ 4.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ศูนย์การค้าและเดินทางสะดวก ด้านห้องเรียนมีการควบคุมเสียงรบกวนจากภายนอก ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมรอบๆโรงเรียนเอื้ออำนวยต่อการเรียน ด้านระบบเสียงในห้องเรียนมีความชัดเจนและไม่ดังมากเกินไป ด้านความสะดวกในการมาเรียน เช่น มีรถประจำทางผ่านหลายสาย ด้านสามารถติดต่อผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวก ด้านทางหนีไฟและเครื่องดับเพลิงที่เพียงพอ ด้านทางเข้า – ออกในการเดินทางสะดวกสบาย และด้านความสะดวกสบายในห้องเรียน เช่น แอร์ แสงสว่างเพียงพอ

4. ทศนคติต่อด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 และ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านมีการลดค่าเรียน เช่น นักเรียนเก่า มาสมัครเรียนเป็นกลุ่ม หรือแนะนำเพื่อนมาเรียน ด้านมีการแจก แคมของที่ระลึกให้ เช่น เสื้อยืด กระเป๋า เป็นต้น ด้านมีการลงโฆษณาโดยไปปลิวหรือแผ่นพับแนะนำสถาบัน หลักสูตร ด้านการจัดกิจกรรมในวันพิเศษ เช่น วันปีใหม่ เป็นต้น ด้านผ่านการแนะนำหรือได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก หรือรุ่นพี่ เพื่อนที่เคยใช้บริการ และมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียนและโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต และมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ด้านมีส่วนลดราคาค่าเรียนในกรณีที่ชำระค่าเรียนหมดในครั้งเดียว ด้านให้ทุนแก่นักเรียนที่มีผลการเรียนดี สอบเข้ามหาวิทยาลัยชั้นนำได้ ด้านมีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุและรถกระจายเสียง ด้านมีการลงรายละเอียดโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ ด้านมีการรับประกัน เช่น เมื่อเรียนจบสามารถพูดเขียน อ่าน ฟังได้ในชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับมาก และด้านมีหลักสูตรรับรองผล สอบไม่ติดยินดีคืนเงินหรือให้เรียนซ้ำได้ ในทางตรงข้าม ได้แก่ ด้านมีส่วนลดราคาค่าเรียนในกรณีที่สมัครเรียนภายในเวลาที่กำหนด ของสาขานครสวรรค์ อยู่ในระดับมากที่สุด และสาขาพิษณุโลก อยู่ในระดับมาก

5. ทศนคติต่อด้านบุคคลโดยรวม ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.30 และ 4.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านครูหรือผู้สอนมีชื่อเสียง คุณวุฒิสูงและความเชี่ยวชาญการสอนภาษาอังกฤษ ด้านครู

หรือ ผู้สอนรับฟังข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถาม ด้านครูหรือผู้สอนมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจและจดจำได้ง่ายตามขั้นตอน ด้านครูหรือผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพที่ดีสุภาพยิ้มแย้ม ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว และตอบคำถามเข้าใจและแก้ปัญหาชัดเจน ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถสื่อสารกับนักเรียนทุกคนได้อย่างเข้าใจด้วยความเต็มใจ ด้านเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่และมีความเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน และด้านเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการและให้ข้อมูลชัดเจนในการบริการ และที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านครูหรือผู้สอนเป็นชาวตะวันตกซึ่งเป็นเจ้าของภาษา

6. ทศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม สาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.35 และ 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการให้บริการในการจองที่เรียนตามลำดับก่อน – หลัง ด้านตรวจตารางเรียนและการทดสอบและทำแนวข้อสอบได้จาก Internet ด้านแนะแนวทางการทำข้อสอบและการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย ด้านการติดต่อการให้บริการในการสมัครเรียนรวดเร็วง่ายในการสมัครและการแจ้งผลการลงทะเบียน ด้านการจัดตารางเวลาเรียนช่วงเวลาในการเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ความหลากหลาย ด้านมีรูปแบบการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจในเนื้อหาหลักสูตรและชดเชย ให้กับนักเรียนที่ไม่สามารถมาเรียน และที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านสามารถสมัครเรียนได้หลายทาง เช่น Internet จดหมาย เป็นต้น ในทางตรงกันข้ามด้านมีบริการให้ยืมสื่อการสอน และบริการอินเทอร์เน็ตให้นักเรียน สาขานครสวรรค์ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และสาขาพิษณุโลก ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

7. ทศนคติต่อด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม ของสาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 และ 4.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านมีบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพกิจกรรม รายชื่อเจ้าหน้าที่ครูผู้สอน ด้านมีการตกแต่งห้องเรียน โต๊ะ เก้าอี้ สะอาด สวย เหมาะสมน่าเรียน ด้านมีห้องน้ำสะอาดและมีพื้นที่นั่งพักและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอาคาร สถานที่กว้างขวาง และมีจัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน ด้านมีการจัดพื้นที่แยกออกเป็นสัดส่วนและสะดวกต่อการติดต่อ ด้านมีบอร์ดจำนวนนักเรียนที่สามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ด้านเอกสารแบบเรียน คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองโรงเรียนเอง และด้านมีป้ายที่มองเห็นชัดเจนและชื่อโรงเรียนที่เห็นชัด และที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอต่อความต้องการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลของการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพบริการโดยรวมและรายย่อยของโรงเรียนกวศ
วิชาภาษาอังกฤษ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน แต่ละสาขา

การรับรู้ที่มีต่อคุณภาพบริการ	สาขานครสวรรค์			สาขาพิษณุโลก		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
1. ด้านลักษณะที่จับต้องได้	4.56	0.488	มากที่สุด	4.54	0.487	มากที่สุด
2. ด้านการตอบสนองการบริการ	4.53	0.510	มากที่สุด	4.49	0.568	มากที่สุด
3. ด้านการสร้างความมั่นใจ	4.51	0.483	มากที่สุด	4.48	0.506	มากที่สุด
4. ด้านความเข้าใจ	4.48	0.507	มากที่สุด	4.45	0.510	มากที่สุด
5. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.46	0.520	มากที่สุด	4.43	0.560	มากที่สุด
รวม	4.51	0.441	มากที่สุด	4.48	0.470	มากที่สุด

หมายเหตุ: 1.00 -1.80 = น้อยที่สุด 1.81 – 2.60 = น้อย
2.61 – 3.40 = ปานกลาง 3.41 -4.20 = มาก 4.21 -5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 9 พบว่า ผู้เรียนมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านความเข้าใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยการรับรู้ต่อคุณภาพบริการโดยรวม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.51 และ 4.48 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน ตามลำดับสาขา

- 1. การรับรู้ต่อด้านด้านลักษณะที่จับต้องได้ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.56 และ4.54
- 2. การรับรู้ต่อด้านการตอบสนองการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.53 และ 4.49
- 3. การรับรู้ต่อด้านการสร้างความมั่นใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.51 และ 4.48
- 4. การรับรู้ต่อด้านความเข้าใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.48และ4.45 และ
- 5. การรับรู้ต่อด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.46 และ 4.43

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การรับรู้ คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน รายด้าน แต่ละสาขา (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก ตารางที่ ก- 7 ถึง ตารางที่ ก- 10)

1. มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้โดยรวม ทั้งสาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.56 และ 4.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านครูและเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี ด้านอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน ด้านบริเวณที่ให้บริการเข้าใช้สะดวกต่อผู้ใช้ ด้านโรงเรียนกวดวิชามีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย ด้านสถานที่ห้องเรียนสะอาดและปลอดภัย และด้านมีอากาศถ่ายเท แสงสว่างเพียงพอและไม่มีเสียงรบกวน

2. มีการรับรู้ต่อการตอบสนองการบริการโดยรวม ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.53 และ 4.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านครูและเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านครูและเจ้าหน้าที่สามารถให้ความช่วยเหลือนักเรียนได้ตรงตามที่ต้องการ ด้านครูและเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว ด้านครูและเจ้าหน้าที่มีการแจ้งให้นักเรียนทราบทุกครั้งเกี่ยวกับการให้บริการ ด้านครูและเจ้าหน้าที่มีการกระจายการบริการอย่างทั่วถึงกับนักเรียนทุกคน ด้านสามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้สะดวก รวดเร็ว เมื่อมีปัญหาการเรียน และการขอข้อมูล

3. มีการรับรู้ต่อการรับประกันโดยรวม ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.51 และ 4.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ด้านครูและเจ้าหน้าที่ มีความรู้ที่จะตอบปัญหาและแก้สถานการณ์ได้ ด้านครูและเจ้าหน้าที่ สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่าง ๆ ด้านครูและเจ้าหน้าที่ มีกิริยามารยาทสุภาพ และเป็นมิตร ด้านครูและเจ้าหน้าที่ มีพฤติกรรมที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการ ด้านครูและเจ้าหน้าที่ มีความใส่ใจ ดูแลในการให้บริการด้านการเรียน และด้านครูและเจ้าหน้าที่ มีความจริงใจ และเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน

4. มีการรับรู้ต่อด้านความเข้าใจโดยรวม ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.48 และ 4.45 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านครูและเจ้าหน้าที่ โรงเรียนกวดวิชา เอาใจใส่นักเรียน ด้านครูและเจ้าหน้าที่ เข้าใจถึงความจำเป็นในการมาใช้บริการของนักเรียน ด้านครูและเจ้าหน้าที่ มีความเต็มใจในการให้บริการ ด้านครูและเจ้าหน้าที่ มีการคำนึงถึงผลประโยชน์ของนักเรียน ด้านครูและ

5. มีการรับรู้ต่อด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจโดยรวม ทั้งสาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.46 และ 4.43 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านเมื่อนักเรียนมีปัญหา ครูและเจ้าหน้าที่ จะสนใจแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง ด้านครูและเจ้าหน้าที่ สามารถรับรู้ถึงปัญหาของนักเรียนได้อย่างถูกต้อง ด้านครูและเจ้าหน้าที่ สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก ด้านครูและเจ้าหน้าที่ สามารถให้บริการได้ตามระยะเวลาและตามสัญญาที่แจ้งไว้ ด้านครูและเจ้าหน้าที่ สามารถรักษาความลับของผู้เรียนทุกคนได้ และด้านครูและเจ้าหน้าที่ สามารถให้บริการด้านการบริการด้านการเรียนที่มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

ตาราง 10 สรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่างข้อมูลลักษณะทั่วไป และพฤติกรรมผู้เรียนที่มีต่อทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน สาขานครสวรรค์

ตัวแปร	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
เพศ	t = 0.526	t = - 0.248	t = 0.108	t = 0.384	t = 0.597	t = -0.452	t = 0.019
อายุ	B = 2.432	F = 0.906	F = 0.698	F = 1.243	B = 0.565	F = 1.214	F = 1.756
ระดับชั้น	F =1.797	F = 0.591	F = 0.131	F = 1.100	F = 0.319	F = 0.927	F = 2.636
เกรดเฉลี่ยสะสม	t = -1.381	t = 1.220	t = -0.716	t = -0.274	t = -0.351	t = -0.577	t = -0.532
โปรแกรมเรียน	t = -0.142	t = 1.933	t = - 0.600	t = 2.585	t = 1.223	t = 0.722	t = 0.267
Sig. = 0.010*							
อาชีพผู้ปกครอง	B = 0.750	F = 1.743	B = 1.143	F = 1.781	B = 1.980	F = 0.936	F = 1.176
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	t = - 0.806	t = -1.314	t = - 1.455	t = - 1.441	t = - 0.785	t = - 1.257	t = - 0.965
ระดับการศึกษา	F = 1.157	F = 0.758	B = 1.058	F = 0.708	F = 1.000	F = 0.313	B = 0.574

ตาราง 10 (ต่อ)

ตัวแปร	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
ระยะเวลาที่เรียน	t = -0.913	t = 3.382	t = -1.101	t = 1.066	t = -0.063	t = -0.267	t = -0.126
	Sig. = 0.001*						
จำนวนหลักสูตรต่อปี	F = 4.034	F = 0.689	F = 2.792	F = 0.038	F = 2.794	F = 3.534	F = 0.803
	Sig.=0.008*		Sig. = 0.041*		Sig. = 0.041*		Sig. = 0.016*
จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์	t = -1.808	t = 2.318	t = -1.526	t = 0.812	t = -1.535	t = -0.150	t = 0.099
	Sig. = 0.021*						
ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน	B = 0.234	F = 0.723	B = 0.446	B = 0.188	F = 2.271	B = 0.152	F = 0.184
ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร	F = 0.468	F = 0.793	F = 0.867	F = 0.897	F = 3.065	F = 0.957	F = 0.732
	Sig. = 0.029*						

หมายเหตุ: * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้เรียนและพฤติกรรมผู้เรียน ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์สาขานครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ จะวิเคราะห์ใน 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์บริการ (P1)

2. ด้านราคา (P2)

3. ด้านสถานที่ (P3)

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (P4)

5. ด้านบุคคล (P5)

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (P6)

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (P7)

สมมติฐานที่ 1.1 นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ สาขานครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

H₀: นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แต่ละด้าน แตกต่างกัน

ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ

(รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก ตารางที่ 15) จากการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ดังนี้

1. สาขานครสวรรค์

1.1 เพศ

H_0 : นักเรียนที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.1.1 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.2 อายุ

H_0 : นักเรียนที่มีอายุ แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีอายุ แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.2.1 นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.3 ระดับชั้น

H_0 : นักเรียนที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ของสาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.3.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.4 เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

H_0 : นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

1.4.1 นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.5 โปรแกรมเรียน

H_0 : นักเรียนที่มีโปรแกรมการเรียนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ของสาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีโปรแกรมการเรียนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.5.1 นักเรียนที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

1.5.2 นักเรียนที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.6 อาชีพผู้ปกครอง

H_0 : นักเรียนที่อาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่อาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกันจะมีทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.6.1 นักเรียนที่อาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

H_0 : นักเรียนที่ผู้ปกครองมีรายได้รวมกันต่อเดือน แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่ต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่ผู้ปกครองมีรายได้รวมกันต่อเดือน แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ต่างกัน

1.7.1 นักเรียนที่ผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ย $< 44,500$ บาท และ $\geq 44,500$ บาท มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.8 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

H_0 : นักเรียนที่ระดับการศึกษาผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่ระดับการศึกษาผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.8.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.9 ระยะเวลาที่เรียน

H_0 : นักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.9.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาเรียน < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ

1.9.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาเรียน < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.10 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

H_0 : นักเรียนที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.10.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการ

1.10.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.11 จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์

H_0 : นักเรียนที่มีจำนวนชั่วโมงเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีจำนวนชั่วโมงเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.11.1 นักเรียนที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกันได้แก่ ด้านราคา

1.11.2 นักเรียนที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.12 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน

H_0 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.12.1 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่

1.12.1 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

H_0 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

1.13.1 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านบุคคล

1.13.2 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตาราง 11 สรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง ข้อมูลลักษณะทั่วไปผู้เรียน และพฤติกรรมผู้เรียนที่มีต่อทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน สาขาพิษณุโลก

ตัวแปร	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
เพศ	t = 0.310	t = 0.344	t = 1.349	t = 0.937	t = 0.281	t = 0.001	t = 0.219
อายุ	B = 0.727	F = 1.856	F = 1.132	B = 1.103	F = 1.518	B = 0.284	F = 0.549
ระดับชั้น	F = 1.486	B = 5.986	F = 0.987	B = 2.053	F = 0.431	F = 0.509	F = 2.604
	Sig. = 0.003*						
เกรดเฉลี่ยสะสม	t = -3.171	t = -0.148	t = -2.952	t = -1.284	t = -4.589	t = -4.244	t = -3.521
	Sig. = 0.002*		Sig. = 0.004*		Sig. = 0.000*	Sig. = 0.000*	Sig. = 0.001*
โปรแกรมเรียน	t = 2.467	t = -0.837	t = 1.357	t = 0.607	t = 2.428	t = 1.044	t = 1.047
	Sig. = 0.014*				Sig. = 0.016*		
อาชีพผู้ปกครอง	F = 1.308	F = 1.155	F = 0.843	F = 1.526	F = 1.501	F = 0.658	F = 1.337

ตาราง 11 (ต่อ)

ตัวแปร	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	t = -0.712	t = 0.429	t = -0.413	t = -0.569	t = -0.808	t = -1.280	t = -0.898
ระดับการศึกษา	F = 0.321	F = 0.882	F = 0.379	F = 1.279	F = 0.307	F = 0.399	F = 0.768
ระยะเวลาที่เรียน	t = -1.567	t = 0.834	t = -2.243	t = 1.039	t = -1.308	t = -0.665	t = -0.489
	Sig.= 0.026*						
จำนวนหลักสูตรต่อปี	F = 4.236	B = 1.074	F = 4.178	F = 2.796	F = 4.778	F = 5.844	F = 2.919
	Sig.= 0.006*		Sig.= 0.007*	Sig.= 0.041*	Sig.= 0.003*	Sig.= 0.001*	Sig.= 0.035*
จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์	t = -1.256	t = 0.585	t = -0.247	t = -0.469	t = -1.064	t = -0.652	t = -0.434
ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน	F = 1.615	F = 2.512	F = 1.152	F = 1.692	F = 1.497	F = 1.773	F = 2.038
	Sig.= 0.043*						
ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร	F = 1.610	F = 2.488	F = 1.197	F = 1.959	F = 1.166	F = 1.462	F = 1.680
	Sig.= 0.045*						

หมายเหตุ: * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปผู้เรียนและพฤติกรรมผู้เรียน ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ จะวิเคราะห์ใน 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์บริการ (P1)

2. ด้านราคา (P2)

3. ด้านสถานที่ (P3)

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (P4)

5. ด้านบุคคล (P5)

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (P6)

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (P7)

สมมติฐานที่ 2.1 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 ที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ย ภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติส่วนประสม

การส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ สาขา สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

H_0 : นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพ ผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวน หลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อ หลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แต่ละด้าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่าย ต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แต่ละด้าน แตกต่างกัน

ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ

(รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก ตารางที่ 20) จากการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุป ได้ดังนี้

2. สาขาพิษณุโลก

2.1 เพศ

2.1.1 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด บริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทาง การตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.2 อายุ

2.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด บริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทาง การตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.3 ระดับชั้น

2.3.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด บริการ แตกต่างกันได้แก่ ด้านราคา

2.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด บริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.4 เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

2.4.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.4.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกันได้แก่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

2.5 โปรแกรมเรียน

2.5.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ และด้านบุคคล

2.5.2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกันได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.6 อาชีพผู้ปกครอง

2.6.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.7.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย $< 44,500$ บาท และ $\geq 44,500$ บาท มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.8 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

2.8.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.9 ระยะเวลาที่เรียน

2.9.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกันได้แก่ ด้านสถานที่

2.9.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.10 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

2.10.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.10.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา

2.11 จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์

2.11.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.12 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอม

2.12.1 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา

2.12.2 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

2.13.1 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา

2.13.2 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตาราง 12 สรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง ข้อมูลลักษณะทั่วไป และพฤติกรรม
ผู้เรียน ที่มีต่อการรับรู้คุณภาพการทั้ง 5 ด้าน สาขานครสวรรค์

ตัวแปร	T1	R1	A1	E1	R2
เพศ	t = 0.285	t = 0.995	t = 1.252	t = -0.157	t = 0.293
อายุ	B = 0.893	F = 0.684	F = 1.054	F = 1.434	F = 1.580
ระดับชั้น	B = 2.270	B = 2.139	F = 1.784	F = 1.714	F = 2.487
เกรดเฉลี่ยสะสม	t = -0.573	t = -1.119	t = -1.768	t = -0.081	t = -0.900
โปรแกรมเรียน	t = -0.671	t = 0.798	t = 0.354	t = 0.255	t = 0.706
อาชีพผู้ปกครอง	F = 1.747	F = 1.200	F = 1.134	F = 1.795	F = 1.953
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	t = -0.980	t = -0.850	t = -1.768	t = -1.278	t = -0.362
ระดับการศึกษา	F = 1.649	F = 0.646	F = 2.484	B = 1.771	F = 1.688
	Sig. = 0.033*				
ระยะเวลาที่เรียน	t = -0.088	t = 0.597	t = -0.425	t = -0.240	t = 0.415
จำนวนหลักสูตรต่อปี	F = 1.865	F = 0.179	F = 1.514	F = 2.098	F = 1.328
จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์	t = 0.470	t = 1.770	t = 0.591	t = 0.757	t = 1.276
ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน	F = 0.509	F = 1.025	F = 0.325	F = 0.414	F = 1.326
ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร	F = 1.177	F = 1.180	F = 0.828	F = 0.746	F = 2.029

หมายเหตุ: * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลทั่วไปผู้เรียนและพฤติกรรมผู้เรียน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการแต่ละด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก ตารางที่ ก- 11 ถึง ตารางที่ ก- 12

การรับรู้คุณภาพบริการ จะวิเคราะห์ใน 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านลักษณะที่จับต้องได้
2. ด้านการตอบสนองบริการ
3. ด้านการรับประกัน
4. ด้านความเห็นอกเห็นใจ
5. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

สมมติฐานที่ 3.1 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 ที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ย ภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจสาขาสาขานครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

H_0 : นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แต่ละด้าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แต่ละด้าน สาขาพิษณุโลก ที่แตกต่างกัน

การรับรู้คุณภาพบริการ

(รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก ตารางที่ 30) จากการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ดังนี้

3. สาขานครสวรรค์

3.1 เพศ

H_0 : นักเรียนที่มีเพศ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเพศ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.1.1 นักเรียนเพศหญิงและเพศชาย มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.2 อายุ

H_0 : นักเรียนที่มีอายุ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีอายุ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.2.1 นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.3 ระดับชั้น

H_0 : นักเรียนที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.3.1 นักเรียนที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.4 เกรตเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

H_0 : นักเรียนที่มีเกรตเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเกรตเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แตกต่างกัน มีการรับรู้ของคุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.4.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรตเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.5 โปรแกรมเรียน

H_0 : นักเรียนที่มีโปรแกรมการเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีโปรแกรมการเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.5.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ และด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.6 อาชีพผู้ปกครอง

H_0 : นักเรียนที่มีอาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีอาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.6.1 นักเรียนที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

H_0 : นักเรียนที่ผู้ปกครองมีรวมกันต่อเดือน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่ผู้ปกครองมีรวมกันต่อเดือน แตกต่างกัน มีการรับรู้ของคุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.7.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย $< 44,500$ บาท และ $\geq 44,500$ บาท มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.8 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

H_0 : นักเรียนที่ระดับการศึกษาผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่ระดับการศึกษาผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.8.1 นักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการรับประกัน

3.8.2 นักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.9 ระยะเวลาที่เรียน

H_0 : นักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียนแตกต่างกัน มีการรับรู้ของคุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.9.1 นักเรียนที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.10 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

H_0 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.10.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.11 จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์

H_0 : นักเรียนที่มีจำนวนชั่วโมงเรียนที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีจำนวนชั่วโมงเรียนที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.11.1 นักเรียนที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.12 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอม

H_0 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

3.12.1 นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

3.13.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

ตาราง 13 สรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมผู้เรียน ที่มีต่อการรับรู้คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน สาขาพิษณุโลก

ตัวแปร	T1	R1	A1	E1	R2
เพศ	t = 0.046	t = 0.927	t = 0.412	t = 1.105	t = 1.040
อายุ	B = 1.101	B = 1.178	B = 1.727	B = 1.091	B = 1.444
ระดับชั้น	F = 3.508	F = 2.320	F = 3.126	F = 2.587	F = 0.454
	Sig.= 0.032*		Sig.= 0.046*		
เกรดเฉลี่ยสะสม	t = -3.792	t = -2.718	t = -3.311	t = -3.108	t = -3.096
	Sig. = 0.000*	Sig. = 0.007*	Sig. = 0.001*	Sig. = 0.002*	Sig. = 0.002*
โปรแกรมเรียน	t = 1.903	t = 2.334	t = 1.875	t = 1.590	t = 1.389
		Sig. = 0.021*			
อาชีพผู้ปกครอง	F = 1.011	F = 0.905	F = 1.592	F = 2.317	F = 1.728
				Sig.= 0.045*	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	t = -0.289	t = -0.239	t = -0.389	t = -0.370	t = -0.209

ตาราง 13 (ต่อ)

ตัวแปร	T1	R1	A1	E1	R2
ระดับการศึกษา	F = 0.057	F = 0.124	F = 0.399	F = 0.303	F = 0.148
ระยะเวลาที่เรียน	t = -1.123	t = -1.448	t = -0.715	t = -1.947	t = -1.208
จำนวนหลักสูตรต่อปี	F = 3.073 Sig. = 0.029*	B = 3.310 Sig. = 0.022*	B = 4.025 Sig. = 0.009*	F = 3.073 Sig. = 0.029*	F = 2.689 Sig. = 0.047*
จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์	t = -0.449	t = -0.482	t = -0.691	t = -0.182	t = -0.515
ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน	F = 0.841	B = 1.276	B = 1.276	F = 0.840	F = 0.279
ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร	B = 2.623	F = 0.705	B = 2.599	B = 1.938	F = 0.694

หมายเหตุ: * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ข้อมูลทั่วไปผู้เรียนและพฤติกรรมผู้เรียน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการแต่ละด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่าง

กัน

การรับรู้คุณภาพบริการ จะวิเคราะห์ใน 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านลักษณะที่จับต้องได้ (T1)
2. ด้านการตอบสนองบริการ (R1)
3. ด้านการรับประกัน (A1)
4. ด้านความเห็นอกเห็นใจ(T1)
5. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ(R2)

สมมติฐานที่ 4.1 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 ที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ย ภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจสาขาสาขานครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

H_0 : นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพ ผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แต่ละด้าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แต่ละด้าน สาขา พิชณโลก ที่แตกต่างกัน

การรับรู้คุณภาพบริการ

(รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก ตารางที่ 40) จากการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ดังนี้

4. สาขาพิชณโลก

4.1 เพศ

H_0 : นักเรียนที่มีเพศ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิชณโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเพศ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิชณโลก แตกต่างกัน

4.1.1 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.2 อายุ

H_0 : นักเรียนที่มีอายุ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิชณโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีอายุ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิชณโลก แตกต่างกัน

4.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.3 ระดับชั้น

H_0 : นักเรียนที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวตวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวตวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

4.3.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่าง กัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ และด้านการรับประกัน

4.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่ต่างกัน ได้แก่ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.4 เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

H_0 : นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพ บริการโรงเรียนกวตวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพ บริการโรงเรียนกวตวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

4.4.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีการ รับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้าน การรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.5 โปรแกรมเรียน

H_0 : นักเรียนที่มีโปรแกรมเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวต วิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีโปรแกรมเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวต วิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

4.5.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีการรับรู้ คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการตอบสนองบริการ

4.5.2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีการรับรู้ คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอก เห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.6 อาชีพผู้ปกครอง

H_0 : นักเรียนที่มีอาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียน กวตวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีอาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียน กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

4.6.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการเห็นอกเห็นใจ

4.6.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน และ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

H_0 : นักเรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

4.7.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย $< 44,500$ บาท และ $\geq 44,500$ บาท มีการรับรู้ คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการ รับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.8 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

H_0 : นักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพ บริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพ บริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

4.8.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้ คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการ รับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.9 ระยะเวลาที่เรียน

H_0 : นักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียน กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียน กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

4.9.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.10 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

H_0 : นักเรียนที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

4.10.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.11 จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์

4.11.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.12 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน

H_0 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

4.12.1 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียนแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

4.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

4.13.1 กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

ตาราง 14 สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติส่วนบุคคลส่วนประสมทางการตลาดบริการ มี
ความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์แต่ละสาขา

ตัวแปร	ลักษณะที่		การตอบสนอง		การรับประกัน		ความเห็นอก		ความน่าเชื่อถือ	
	จับต้องได้		บริการ				เห็นใจ		ไว้วางใจ	
	N	P	N	P	N	P	N	P	N	P
ผลิตภัณฑ์ /บริการ	0.530 (**)	0.583 (**)	0.432 (**)	0.575 (**)	0.540 (**)	0.589 (**)	0.534 (**)	0.553 (**)	0.500 (**)	0.536 (**)
ราคา	0.277 (**)	0.246 (**)	0.290 (**)	0.259 (**)	0.262 (**)	0.253 (**)	0.294 (**)	0.272 (**)	0.297 (**)	0.296 (**)
สถานที่	0.540 (**)	0.665 (**)	0.412 (**)	0.622 (**)	0.534 (**)	0.601 (**)	0.558 (**)	0.612 (**)	0.488 (**)	0.613 (**)
ส่งเสริมทางการตลาด	0.406 (**)	0.373 (**)	0.445 (**)	0.328 (**)	0.421 (**)	0.373 (**)	0.450 (**)	0.343 (**)	0.475 (**)	0.424 (**)
บุคคล	0.506 (**)	0.645 (**)	0.462 (**)	0.661 (**)	0.582 (**)	0.701 (**)	0.600 (**)	0.670 (**)	0.551 (**)	0.698 (**)
กระบวนการให้บริการ	0.601 (**)	0.600 (**)	0.549 (**)	0.577 (**)	0.548 (**)	0.639 (**)	0.584 (**)	0.615 (**)	0.577 (**)	0.598 (**)
ลักษณะทางกายภาพ	0.686 (**)	0.700 (**)	0.577 (**)	0.677 (**)	0.651 (**)	0.679 (**)	0.646 (**)	0.687 (**)	0.639 (**)	0.637 (**)

หมายเหตุ: ** ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

N แทนสัญลักษณ์ จังหวัดนครสวรรค์

P แทนสัญลักษณ์ จังหวัดนครสวรรค์

สาขานครสวรรค์

(รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก ตารางที่ 100) จากการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านด้านการตอบสนองบริการ

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านด้านการตอบสนองบริการ

สมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่น

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่น

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่

สมมติฐานข้อที่ 5 ทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวทวิชาวภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขานครสวรรค์

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

สมมติฐานทางสถิติ

$$H_0 = p = 0$$

$$H_1 = p > 0$$

ตาราง 14 สรุปผลได้ว่าทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ในทิศทางเดียวกัน หรือเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก หมายความว่า นักเรียนกลุ่มตัวมีความคิดเห็นว่ ถ้าทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านดี ก็จะทำให้การรับรู้คุณภาพบริการดีขึ้นเช่นกัน และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

สาขาพิษณุโลก

(รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก ตารางที่ 102) จากการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 6 ทศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวทวิชาวภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก

H_0 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้



สมมติฐานข้อที่ 7 ทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
ชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก

H₀: ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับ
การรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ

H₁: ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ

สมมติฐานข้อที่ 8 ทักษะคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
ชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก

H₀: ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่น

H₁ : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่น

สมมติฐานข้อที่ 9 ทศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก

H₀: ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่

H₁ : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่

สมมติฐานข้อที่ 10 ทักษะคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก

H₀: ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

H_1 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

สมมติฐานทางสถิติ

$$H_0 = \rho = 0$$

$$H_1 = \rho > 0$$

ตาราง 14 สรุปผลได้ว่าทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ในทิศทางเดียวกัน หรือเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ทั้งสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก หมายความว่า นักเรียนกลุ่มตัวมีความคิดเห็นว่า ถ้าทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านดี ก็จะทำให้การรับรู้คุณภาพบริการดีด้วยเช่นกัน และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน