

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษางานวิจัย เรื่อง ผลกระทบของทัศนคติของส่วนประสมทางการที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย และข้อเสนอแนะของผู้ทำการวิจัย ได้ดังนี้

การศึกษางานวิจัย เรื่อง ผลกระทบของทัศนคติส่วนประสมทางการที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติส่วนประสมทางการและการรับรู้คุณภาพบริการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 - 6 ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ รวมทั้งเพื่อศึกษาความแตกต่างข้อมูลลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมผู้เรียน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้านและคุณภาพบริการ 5 ด้าน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติขององค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดบริการว่าตัวใดบ้างมีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เป็นนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4-6 ระหว่างเดือน กันยายน 2553 ถึง พฤศจิกายน 2553 จำนวน 420 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 สาขา คือ สาขานครสวรรค์ 210 คน เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4, 5 และ 6 อย่างละ 70 คน และสาขาพิษณุโลก 210 คน เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4, 5 และ 6 อย่างละ 70 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการหาค่า ร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ในการหาค่า สถิติค่า T- test, การหาค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson's Product Moment Correlation และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

สรุปผลการวิจัย มี 5 ตอนดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
5. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัย ทำให้ทราบถึงความสำคัญของการรับรู้คุณภาพบริการในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดพิษณุโลก ผลวิจัยสรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ด้านพฤติกรรมผู้เรียนในการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ จำแนกตาม สาขา ระยะเวลาในการเรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร และช่วงวันในการเลือกเรียน

ผลจากการศึกษาวิจัยผู้เรียน จำนวน 420 คน พบว่า

1. สาขาที่เรียน คือ สาขานครสวรรค์ จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และสาขาพิษณุโลก จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 50

2. ระยะเวลาเรียน ส่วนใหญ่มีระยะเวลา < 14 เดือน จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือ มากกว่า 14 เดือนขึ้นไป จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0

3. จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี ส่วนใหญ่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ เรียน 1 หลักสูตรต่อปี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 เรียน 3 หลักสูตรต่อปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 และเรียน > 3 หลักสูตรต่อปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 9

ตามลำดับ

4. จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่เรียน < 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมาคือ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

5. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2, 500 – 2, 999 บาท จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย $\geq 3,000$ บาทขึ้นไป จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ค่าใช้จ่ายในช่วง 2, 000 – 2, 499 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ค่าใช้จ่ายในช่วง 1, 500 – 1, 999 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และค่าใช้จ่ายในช่วง 1, 000 – 1, 499 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

6. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวิชาหรือหลักสูตร ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2, 500 – 2, 999 บาท จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และรองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในช่วง 2, 000 – 2, 499 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ค่าใช้จ่าย $\geq 3,000$ บาทขึ้นไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ค่าใช้จ่ายในช่วง 1,500 – 1, 999 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และค่าใช้จ่ายในช่วง 1,000 – 1, 499 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

7. ช่วงวันในการเลือกเรียน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง วันธรรมดาที่เรียนวันจันทร์ – วันศุกร์ เปิดเทอม จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา คือ เรียนในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ เปิดเทอม

จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 และเรียนในช่วงวันจันทร์ – วันศุกร์ ปิดเทอม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และเรียนในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ ปิดเทอม จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ด้านลักษณะทั่วไปของผู้เรียน จำแนกตาม เพศ อายุ ศาสนา โรงเรียน โปรแกรมเรียนจังหวัด ระดับชั้น เกณฑ์เฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และรายได้ของผู้ปกครองรวมกันโดยเฉลี่ย

ผลจากการศึกษาวิจัยผู้เรียน จำนวน 420 คน พบว่า

1. นักเรียนที่มาเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 78.30 และเพศชาย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70
2. อายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 16 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 37.60 รองลงมา คือ อายุ 17 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 อายุ 18 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 อายุ 15 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 และอายุ 19 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90 ตามลำดับ
3. ศาสนา ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 418 คน คิดเป็นร้อยละ 99.50 รองลงมา คือ ศาสนาคริสต์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5
4. โรงเรียนที่มาเรียน ส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ โรงเรียนเฉลิมขวัญสตรี จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 และโรงเรียนสตรีนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และโรงเรียนมัธยมสาธิต ม. นเรศวร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ
5. จังหวัดที่มาเรียน ส่วนใหญ่เป็นจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมา คือ จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 และจังหวัดพิจิตร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และอื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ
6. เกณฑ์เฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 3.01 – 4.00 จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ ระดับ 2.00 – 3.00 จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1
7. ระดับชั้น นักเรียนส่วนใหญ่ เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4, 5 และ 6 จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3
8. โปรแกรมเรียน ส่วนใหญ่ศึกษาสายวิทยาศาสตร์ จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมาคือ สายศิลปศาสตร์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

9. อาชีพผู้ปกครอง ส่วนใหญ่เป็นอาชีพข้าราชการ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 รองลงมาคือ ค้าขาย หรือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 อาชีพเกษตรกรรมและพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และอาชีพอิสระ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

10. ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ระดับประถมศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

11. รายได้ของผู้ปกครองรวมกันโดยเฉลี่ย ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 44,500 บาทต่อเดือน จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 รองลงมาคือ มีรายได้ $\geq 44,500$ บาทต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8

ตอนที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการเปรียบเทียบทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ของสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก

พบว่า ผู้เรียนมีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้านโดยรวม มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 และ 4.21 ในสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านตามลำดับ

1. ทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์บริการ 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. ทัศนคติต่อด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 และ 4.08
5. ทัศนคติต่อด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.30 และ 4.34
6. ทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.35 และ 4.25
7. ทัศนคติต่อด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 และ 4.34

ตอนที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ของสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก

พบว่า ผู้เรียนมีการรับรู้คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านโดยรวม มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.51 และ 4.48 ในสาขานครสวรรค์และพิษณุโลก และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน ตามลำดับ

1. การรับรู้ต่อด้านด้านลักษณะที่จับต้องได้ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.56 และ 4.54
2. การรับรู้ต่อด้านการตอบสนองการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.53 และ 4.49
3. การรับรู้ต่อด้านการสร้าง ความมั่นใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.51 และ 4.48
4. การรับรู้ต่อด้านความเข้าใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.48 และ 4.45 และ
5. การรับรู้ต่อด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.46 และ 4.43

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานในงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรม การเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่ เรียน จำนวนหลักสูตรเรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และ ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ สาขานครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

1.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 ระดับชั้น

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.4 เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.5 โปรแกรมเรียน

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนสายวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อการส่งเสริมการตลาด มากกว่านักเรียนสายศิลปศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.6 อาชีพผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 44,500 บาท และ $\geq 44,500$ บาท มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.8 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการ

ส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.9 ระยะเวลาที่เรียน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน < 14 เดือนมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อด้านราคา มากกว่านักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน ≥ 14 เดือนขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.10 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่านักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.32 และ 0.28

นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านสถานที่ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่านักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่านักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.24 และ 0.26

นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3

หลักสูตรต่อไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อไป มีคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อไป และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

นอกจากนี้ นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อไป มีทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อไป มีคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่า นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อไป และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.11 จำนวนชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์

กลุ่มตัวอย่างที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนที่เรียน < 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติต่อด้านราคา มากกว่า นักเรียนที่เรียน ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.12 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านบุคคล

นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร มีทัศนคติต่อด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับนักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยนักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร มีทัศนคติต่อด้านบุคคล มากกว่านักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตรและมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ส่วนคุณอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

สมมติฐานที่ 2 นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรเรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และ ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ สาขาพิษณุโลก ที่แตกต่างกัน

2.1 เพศ

เพศหญิงและเพศชาย มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3 ระดับชั้น

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 มีทัศนคติต่อด้านราคา โรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 มากกว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.35 และ 0.32

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.4 เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ยของทัศนคติต่อทั้ง 5 ด้าน มากกว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับต่ำ

กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.5 โปรแกรมเรียน

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ และด้านบุคคล ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนสายวิทยาศาสตร์ มีคะแนนเฉลี่ยของทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านบุคคล มากกว่า นักเรียนสายศิลปศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.6 อาชีพผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย $< 44,500$ บาท และ $\geq 44,500$ บาท มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.8 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.9 ระยะเวลาที่เรียน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านสถานที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติต่อด้านสถานที่ มากกว่า นักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน < 14 เดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.10 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรวิชาต่อปี มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรวิชาต่อปี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 หลักสูตรวิชาต่อปี มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรวิชาต่อปี และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ (0.24, 0.26) และ (0.29, 0.31) ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านสถานที่ โรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านสถานที่ มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.40

นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านการส่งเสริมการตลาด โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.27 และ 0.36

นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านบุคคล มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปี และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.39 และ 0.38

นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ (0.36, 0.43) และ (0.33, 0.40) ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านลักษณะทางกายภาพ มีคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่า นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปี และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.31 และ 0.38

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.11 จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์

กลุ่มตัวอย่างที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.12 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อภาคเรียน มีทัศนคติต่อด้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับนักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อภาคเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อภาคเรียน มีทัศนคติต่อด้านราคา มากกว่านักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อภาคเรียน และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร มีทัศนคติต่อด้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับนักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร มีทัศนคติต่อด้านราคา มากกว่านักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตรและมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.26

นอกจากนี้ นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตร มีทัศนคติต่อต้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับนักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย > 3,000 บาทขึ้นไปต่อหลักสูตร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตร มีทัศนคติต่อต้านราคา น้อยกว่านักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย > 3,000 บาทขึ้นไปต่อหลักสูตรและมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรเรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ สาขา นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

3.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 ระดับชั้น

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4 เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5 โปรแกรมเรียน

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ และด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.6 อาชีพผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 44,500 บาท และ $\geq 44,500$ บาท มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.8 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการรับประกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่ผู้ปกครองมีการศึกษาระดับประถมศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่ มีการรับรู้ต่อการรับประกัน ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ กับผู้ปกครองที่ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่ผู้ปกครองมีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า นักเรียนที่ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรีและสูง

กว่าปริญญาตรี โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.47, 0.45 และ 0.53 ตามลำดับ

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระบับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.9 ระยะเวลาที่เรียน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.10 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.11 จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์

กลุ่มตัวอย่างที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.12 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอม

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 นักเรียนที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน จำนวนหลักสูตรเรียนต่อปี จำนวนชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน และค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ สาขาพิษณุโลก ที่แตกต่างกัน

4.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.3 ระดับชั้น

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ และด้านการรับประกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ โรงเรียนกวตวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 น้อยกว่าว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.18 และ 0.20

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 มีการรับรู้ต่อการรับประกัน โรงเรียนกวตวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 น้อยกว่าว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.18 และ 0.19

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.4 เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ต่อทั้ง 5 ด้าน มากกว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับต่ำ

4.5 โปรแกรมเรียน

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการตอบสนองบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนชั้นสายวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ มากกว่านักเรียนสายศิลปศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.6 อาชีพผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการเห็นอกเห็นใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว มีการรับรู้ต่อการเห็นอกเห็นใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ ผู้ปกครองมีอาชีพอิสระและอาชีพรับราชการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว มีคะแนนเฉลี่ยมากกว่านักเรียน ที่ผู้ปกครองมีอาชีพอาชีพอิสระและอาชีพรับราชการ และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.55 และ 0.23

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย $< 44,500$ บาท และ $\geq 44,500$ บาท มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.8 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.9 ระยะเวลาที่เรียน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.10 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน โรงเรียนกวตวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่า นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ (0.35, 0.31), (0.35, 0.32) และ (0.34, 0.28) ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียน 1 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อด้านการเห็นอกเห็นใจ โรงเรียนกวตวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

นอกจากนี้ นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ด้านความเห็นอกเห็นใจ โรงเรียนกวทวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 และ 0.36

นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ด้านความเห็นอกเห็นใจ โรงเรียนกวทวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างเป็นรายคู่ กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.27 และ 0.31

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.11 จำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์

กลุ่มตัวอย่างที่มีที่เรียน < 6 ชั่วโมง และ ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.12 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอม

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

กลุ่มตัวอย่างที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาด บริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการแต่ละด้าน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 โรงเรียนกวทวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ แต่ละสาขา

สาขานครสวรรค์

พบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากผู้เรียนมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้านมากขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มในการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากผู้เรียนมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา มากขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มในการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สาขาพิษณุโลก

พบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากผู้เรียนมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้านมากขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มในการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากผู้เรียนมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา มากขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มในการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย การรับรู้คุณภาพบริการ กรณีของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษในจังหวัด นครสวรรค์และพิษณุโลก สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมผู้เรียนในการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

ผู้เรียนส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเรียนน้อยกว่า 14 เดือน เรียน 2 หลักสูตรวิชาต่อปี มีจำนวนชั่วโมงที่เรียน น้อยกว่า 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียนและหลักสูตร อยู่ในช่วง 2, 500 – 2, 999 บาท และเลือกเรียน ในช่วงวันจันทร์ – วันศุกร์ช่วงเปิดเทอม

2. ด้านลักษณะทั่วไปผู้เรียน

ผู้เรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 16 – 17 ปี อยู่ในระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 -6 เป็นนักเรียนโรงเรียนนครสวรรค์และเฉลิมขวัญสตรี มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม อยู่ในช่วง ระดับ 3.01 – 4.00 เรียนสายวิทยาศาสตร์ ผู้ปกครองอาชีพรับราชการ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนรวมกัน น้อยกว่า 44,500 บาทต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยบัวหลวง ไชยศรี (2545) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของเจตคติต่อการเรียนกวดวิชา กับสถานภาพส่วนบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ ม.6 รองลงมา คือ ม.4 และ ม.5 ส่วนใหญ่ผู้ปกครอง เป็นข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10, 001 – 20, 000 บาท และมีคะแนนเฉลี่ยสะสมโดยเฉลี่ย 3.01 รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยทรงกลด แสงผล (2552) ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่แผนกวิทยาศาสตร์-คณิต ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ ม.4 รองลงมา คือ ม.5 และ ม.6 เป็นส่วนใหญ่ มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 บิดาและมารดาประกอบอาชีพข้าราชการ และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกันระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยไพลิน วงศ์ฉายา (2547) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ ม.6 หรือเทียบเท่า รองลงมา คือ ม.5 หรือเทียบเท่า และ ม.4หรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ศึกษาในแผนกวิทยาศาสตร์มีผลการเรียนอยู่ในช่วง 3.00 ขึ้นไป และผู้ปกครองมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 30, 000 บาท

3. การศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษสาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก

ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า ทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์บริการ ทัศนคติต่อด้านสถานที่ ที่ทัศนคติต่อด้านบุคลากร ทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการ และทัศนคติต่อด้านลักษณะทางกายภาพ และที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พบว่า ทัศนคติต่อด้านราคา และทัศนคติต่อด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณ จุติผล (2551) ได้ศึกษาการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุจิตรา ตั้งจิตวิสุทธิ (2550) ได้ศึกษาการศึกษาการกลยุทธการตลาดโรงเรียนกวดวิชาต่างๆ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ให้ความสำคัญต่อกยุทธการตลาดของโรงเรียนกวดวิชา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ได้ดังนี้ ด้านบุคลากร ด้านเนื้อหาหลักสูตรและเอกสารประกอบการเรียน ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ส่วนกลยุทธ์การตลาด ด้านราคาเล่าเรียนและด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของไพลิน วงศ์ฉายา (2547) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านสถานที่ มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญปานกลาง

4. การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษสาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก

การรับรู้คุณภาพบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้าน พบว่า การรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ การรับรู้ต่อการตอบสนองการบริการ การรับรู้ต่อการรับประกัน การรับรู้ต่อด้านความเห็นอกเห็นใจ และการรับรู้ต่อด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด



5. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานในงานวิจัย

5.1 สาขานครสวรรค์

ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.1.1 เพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระยะเวลาเรียน จำนวนชั่วโมงเรียน ต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน และต่อหลักสูตร แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

5.1.2 โปรแกรมเรียน

ผู้เรียนที่มีโปรแกรมเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.1.3 ระยะเวลาเรียน

ผู้เรียนที่มีระยะเวลาเรียนที่มีระยะเวลาเรียน < 14 เดือนและ ≥ 14 เดือนขึ้นไป มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.1.4 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

ผู้เรียนที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.2 สาขาพิษณุโลก

ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.2.1 เพศ อายุ อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระยะเวลาเรียน จำนวนชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

5.2.2 ระดับชั้น

ผู้เรียนที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา แตกต่างกันส่วนทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.2.3 เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

ผู้เรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.2.4 โปรแกรมเรียน

ผู้เรียนที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ และด้านบุคคล แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.2.5 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

ผู้เรียนที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.2.6 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอม

ผู้เรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเทอมแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.2.7 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

ผู้เรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตรแตกต่างกัน มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.3 สาขานครสวรรค์

การรับรู้คุณภาพบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.3.1 เพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมเรียน อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระยะเวลาเรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีจำนวนชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน และต่อหลักสูตร แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

5.3.2 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการรับประกันแตกต่างกัน ส่วนการรับรู้คุณภาพบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.4 สาขาวิชาโลก

การรับรู้คุณภาพบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.4.1 เพศ อายุ อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระยะเวลาเรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีจำนวนชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน และต่อหลักสูตร แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

5.4.2 ระดับชั้น

ผู้เรียนที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ และด้านการรับประกัน แตกต่างกัน ส่วนการรับรู้คุณภาพบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.4.3 เกรตเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม

ผู้เรียนที่มีเกรตเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงและระดับต่ำ มีการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

5.4.4 โปรแกรมเรียน

ผู้เรียนที่เป็นสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์ มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ แตกต่างกัน ส่วนการรับรู้คุณภาพบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.4.5 อาชีพผู้ปกครอง

ผู้เรียนที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการเห็นอกเห็นใจ แตกต่างกัน ส่วนการรับรู้คุณภาพบริการด้านอื่น ไม่พบความแตกต่าง

5.4.6 ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูษิต วงศ์หล่อสายชล และตุลยา เหลี่ยมสมบัติ (2542) ได้ศึกษารูปแบบและการรับรู้คุณภาพการ

ให้บริการสอนพิเศษของผู้ปกครอง ที่ส่งบุตรหลานเรียนพิเศษ ซึ่งพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการสอนพิเศษที่ไม่แตกต่างกัน

5.4.7 จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี

ผู้เรียนที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการเห็นอกเห็นใจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

หาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการแต่ละด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ทั้งสาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก

พบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ หากผู้เรียนมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้านมากขึ้น หรือมีความคิดเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้านนั้นดีหรือพึงพอใจ จะทำให้มีแนวโน้มในการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน เพิ่มขึ้น หรือมีความพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยสำหรับผู้ประกอบการในครั้งนี้

1. สาขานครสวรรค์และพิษณุโลก ในด้านทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์

ข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 สามารถเรียงลำดับการให้ความสำคัญทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ

สาขานครสวรรค์

ลำดับที่ 1	ด้านลักษณะทางกายภาพ
ลำดับที่ 2	ด้านสถานที่
ลำดับที่ 3	ด้านกระบวนการให้บริการ
ลำดับที่ 4	ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ
ลำดับที่ 5	ด้านบุคลากร

ลำดับที่ 6 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับที่ 7 ด้านราคา

สาขาพิษณุโลก

ลำดับที่ 1 ด้านสถานที่

ลำดับที่ 2 ด้านบุคลากร

ลำดับที่ 3 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ลำดับที่ 4 ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ

ลำดับที่ 5 ด้านกระบวนการให้บริการ

ลำดับที่ 6 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับที่ 7 ด้านราคา

ดังนั้น ผู้ประกอบการและเจ้าของกิจการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ควรตระหนักถึงองค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยเรียงลำดับความสำคัญในการพิจารณาและปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงในกิจการด้านการเรียงลำดับข้างต้น โดยเพื่อต้องการให้ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของกิจการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ได้เข้าใจถึงความสำคัญและรายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในแต่ละด้าน ที่ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นในแบบสอบถาม โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในแต่ละด้าน เพื่อเป็นข้อเสนอแนะและนำไปใช้ประโยชน์ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สำหรับผู้ประกอบการ ดังนี้

สาขานครสวรรค์

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงเอกสารแบบเรียน คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์ของโรงเรียน มีห้องน้ำสะอาดและมีพื้นที่นั่งพักและสิ่งอำนวยความสะดวก มีป้ายที่มองเห็นชัดเจนและชื่อโรงเรียนที่เห็นชัด มีการจัดพื้นที่แยกออกเป็นสัดส่วนและสะดวกต่อการติดต่อ มีบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ภาพกิจกรรมรายชื่อเจ้าหน้าที่และครู มีการตกแต่งห้องเรียน โต๊ะ เก้าอี้ สะอาด เหมาะสมน่าเรียน รวมทั้งอาคารกว้างขวาง และมีจัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน และมีบอร์ดจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

2. ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ศูนย์การค้า และเดินทางสะดวก ความสะดวกสบายในห้องเรียน เช่น แอร์ แสงสว่างเพียงพอ และมีทางเข้า – ออกในการเดินทางสะดวกสบาย สามารถติดต่อผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวก สถานที่ และสภาพแวดล้อมรอบๆโรงเรียนเอื้ออำนวยต่อการเรียน ระบบเสียงในห้องเรียนมีความชัดเจนและไม่ดังมากเกินไป ความสะดวกในการมาเรียน เช่น มีรถประจำทางผ่านหลายสาย รวมทั้งห้องเรียน มีการควบคุมเสียงรบกวนจาก และทางหนีไฟและเครื่องดับเพลิงที่เพียงพอ ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านด้านสถานที่ ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้ให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

3. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับการติดต่อ การให้บริการในการสมัครเรียนรวดเร็วง่ายในการสมัครและการแจ้งผลการลงทะเบียน แนวทางการทำข้อสอบและการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย และมีรูปแบบการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจในเนื้อหาหลักสูตรและขัดแย้งกับนักเรียนที่ไม่สามารถมาเรียนได้ ตรวจตารางเรียนและทำแนวข้อสอบได้จาก Internet จากนั้นมีการจัดตารางเวลาเรียนช่วงเวลาในการเปิดให้บริการมีความเหมาะสมความหลากหลาย รวมทั้งมีบริการให้ยืมสื่อการสอน และอินเตอร์เน็ต ให้แก่นักเรียน และมีการให้บริการในการจองที่เรียนตามลำดับก่อน – หลัง ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้ให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ (Product / Service) ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับหลักสูตรมีความทันสมัยมีเนื้อหา ข้อสอบใหม่อยู่เสมอ มีหลักสูตรเปิดให้เลือกหลากหลายเพื่อความชอบของนักเรียน โดยที่เนื้อหาเป็นหนังสือที่โรงเรียนกวดวิชาเรียบเรียงขึ้นเอง นอกจากนั้นหลักสูตรได้รับการอนุมัติหรือรับการรับรองกระทรวงศึกษาธิการหลักสูตรการสอนทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติจริงที่เข้าใจง่าย มีเทคโนโลยีและสื่อการสอนทันสมัยและหลากหลาย เช่น VCD, Internet เป็นต้น มีเอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอนครบถ้วนถูกต้อง หลากหลายและเพียงพอ มีการทดสอบความรู้หลังเรียน (Post – test) รวมทั้งมีการสรุปเนื้อหาและเพิ่มเติมข้อมูล

ใหม่ๆทำให้ผู้เรียนเข้าใจง่าย และมีแบบฝึกหัดและข้อสอบเก่าของแต่ละบทให้ทบทวน ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้ นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

5. ปัจจัยด้านบุคคล ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคคล ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงครูหรือผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพที่ดี สุภาพยิ้มแย้ม มีชื่อเสียง คุณวุฒิสูงและความเชี่ยวชาญการสอนภาษาอังกฤษ จากนั้นมีรับฟังข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถาม และมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจและจดจำได้ง่ายตามขั้นตอน ในขณะเดียวกัน เจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการและให้ข้อมูลชัดเจน จากนั้นสามารถสื่อสารกับนักเรียนทุกคนอย่างเข้าใจด้วยความเต็มใจ รวมทั้งมีเอาใจใส่และมีความเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน และให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว ตอบคำถามเข้าใจและแก้ปัญหาชัดเจน ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านบุคคล ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้ นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับการมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียนและโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต จากนั้นมีการแจก แคมของที่ระลึกให้ เช่น เสื้อยืด กระเป๋า เป็นต้น มีการลงโฆษณาใบปลิวหรือแผ่นพับแนะนำสถาบัน หลักสูตร ต่อจากนั้นมีการลดค่าเรียน เช่น นักเรียนเก่ามาสมัครเรียนเป็นกลุ่มหรือแนะนำเพื่อนมาเรียน มีส่วนลดราคาค่าเรียนในกรณีที่สมัครเรียนภายในเวลาที่กำหนด รวมทั้งผ่านการแนะนำหรือได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก หรือรุ่นพี่ เพื่อนที่เคยใช้บริการ และการจัดกิจกรรมในวันพิเศษ เช่น วันปีใหม่ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้ นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

7. ปัจจัยด้านราคา ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับการสะสมเป็นคูปอง เพื่อนำกลับมาใช้อีกครั้งในส่วนลดในฐานะนักเรียนเก่าได้ นอกจากนั้นราคาค่าเล่าเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม ราคาค่าเรียนเหมาะสมเมื่อเทียบคุณภาพการสอน ราคาค่าเล่าเรียนต่อเทอมหรือภาคเรียนการศึกษา นักเรียนเรียนเป็นกลุ่ม หรือเพื่อนแนะนำมา ราคาลดลง รวมทั้งนักเรียนเกรดลดลงหรือสอบเข้า

ไม่ได้ค่าเรียนลดลง และวิธีการชำระค่าเรียนที่สามารถผ่อนเป็นงวด ๆ ได้ เช่น รายเดือน ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

สาขาพิษณุโลก

1. ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ศูนย์การค้า และเดินทางสะดวก ความสะดวกสบายในห้องเรียน เช่น แอร์ แสงสว่างเพียงพอ และมีทางเข้า – ออกในการเดินทางสะดวกสบาย สามารถติดต่อผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวก สถานที่และสภาพแวดล้อมรอบๆโรงเรียนเอื้ออำนวยต่อการเรียน ระบบเสียงในห้องเรียนมีความชัดเจนและไม่ดังมากเกินไป ความสะดวกในการมาเรียน เช่น มีรถประจำทางผ่านหลายสาย รวมทั้งห้องเรียนมีการควบคุมเสียงรบกวนจาก และทางหนีไฟและเครื่องดับเพลิงที่เพียงพอ ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านสถานที่ ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

2. ปัจจัยด้านบุคคล ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคคล ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงครูหรือผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพที่ดี สุภาพยิ้มแย้ม มีชื่อเสียง คุณวุฒิสูงและความเชี่ยวชาญการสอนภาษาอังกฤษ จากนั้นมีรับฟังข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถาม และมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจและจดจำได้ง่ายตามขั้นตอน ในขณะเดียวกัน เจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการและให้ข้อมูลชัดเจน จากนั้นสามารถสื่อสารกับนักเรียนทุกคนอย่างเข้าใจด้วยความเต็มใจ รวมทั้งมีเอาใจใส่และมีความเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน และให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว ตอบคำถามเข้าใจและแก้ปัญหาชัดเจน ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านบุคคล ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

3. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงเอกสารแบบเรียน คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์ของโรงเรียน มีห้องน้ำสะอาดและมีพื้นที่นั่งพักและสิ่งอำนวยความสะดวก มีป้ายที่มองเห็นชัดเจนและชื่อโรงเรียนที่เห็นชัด มีการจัดพื้นที่แยกออกเป็นสัดส่วนและสะดวกต่อการติดต่อ มีบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ภาพกิจกรรมรายชื่อ

เจ้าหน้าที่และครู มีการตกแต่งห้องเรียน โต๊ะ เก้าอี้ สะอาด เหมาะสมน่าเรียน รวมทั้งอาคารกว้างขวาง และมีจัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน และมีบอร์ดจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ (Product / Service) ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับหลักสูตรมีความทันสมัยมีเนื้อหา ข้อสอบใหม่อยู่เสมอ มีหลักสูตรเปิดให้เลือกหลากหลายเพื่อความของนักเรียน โดยที่เนื้อหาเป็นหนังสือที่โรงเรียนกวดวิชาเรียบเรียงขึ้นเอง นอกจากนั้นหลักสูตรได้รับการอนุมัติหรือรับการรับรองกระทรวงศึกษาธิการหลักสูตรการสอนทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติจริงที่เข้าใจง่าย มีเทคโนโลยีและสื่อการสอนทันสมัยและหลากหลาย เช่น VCD, Internet เป็นต้น มีเอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอนครบถ้วนถูกต้อง หลากหลายและเพียงพอ มีการทดสอบความรู้หลังเรียน (Post – test) รวมทั้งมีการสรุปเนื้อหาและเพิ่มเติมข้อมูลใหม่ๆทำให้ผู้เรียนเข้าใจง่าย และมีแบบฝึกหัดและข้อสอบเก่าของแต่ละบทให้บทวน ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับการติดต่อ การให้บริการในการสมัครเรียนรวดเร็วง่ายในการสมัครและการแจ้งผลการลงทะเบียนแนะแนวทางการทำข้อสอบและการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย และมีรูปแบบการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจในเนื้อหาหลักสูตรและขัดแย้งกับนักเรียนที่ไม่สามารถมาเรียนได้ตรวจตารางเรียนและทำแนวข้อสอบได้จาก Internet จากนั้นมีการจัดตารางเวลาเรียนช่วงเวลาในการเปิดให้บริการมีความเหมาะสมความหลากหลาย รวมทั้งมีบริการให้ยืมสื่อการสอน และอินเทอร์เน็ตให้นักเรียน และมีการให้บริการในการจองที่เรียนตามลำดับก่อน – หลัง ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในคะแนนเฉลี่ยระดับมาก นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับการมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียนและโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต จากนั้นมีการแจก แคมของที่ระลึกให้ เช่น เสื้อยืด กระเป๋า เป็นต้น มีการลงโฆษณาใบปลิวหรือแผ่นพับแนะนำสถาบัน หลักสูตร ต่อจากนั้น มีการลดค่าเรียน เช่น นักเรียนเก่ามาสมัครเรียนเป็นกลุ่มหรือแนะนำเพื่อนมาเรียน มีส่วนลดราคา ค่าเรียนในกรณีที่สมัครเรียนภายในช่วงเวลาที่กำหนด รวมทั้งผ่านการแนะนำหรือได้รับการแนะนำ จากคนรู้จัก หรือรุ่นพี่ เพื่อนที่เคยใช้บริการ และการจัดกิจกรรมในวันพิเศษ เช่น วันปีใหม่ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

7. ปัจจัยด้านราคา ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา ในคะแนนเฉลี่ยระดับมาก นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับการสะสมเป็นคูปอง เพื่อนำกลับมาใช้อีกครั้งใน ส่วนลดในฐานะนักเรียนเก่าได้ นอกจากนั้นราคาค่าเล่าเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม ราคา ค่าเรียนเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพการสอน ราคาค่าเล่าเรียนต่อเทอมหรือภาคเรียนการศึกษา นักเรียนเรียนเป็นกลุ่ม หรือเพื่อนแนะนำมา ราคาลดลง รวมทั้งนักเรียนเกรดลดลงหรือสอบเข้า ไม่ได้ค่าเรียนลดลง และวิธีการชำระค่าเรียนที่สามารถผ่อนเป็นงวด ๆ ได้ เช่น รายเดือน ซึ่ง ทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในแต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

2. สาขานครสวรรค์และพิษณุโลก ในด้านการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์

ข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 สามารถเรียงลำดับการให้ความสำคัญของการรับรู้คุณภาพบริการ

สาขานครสวรรค์

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

สาขาพิษณุโลก

- | | |
|------------|-----------------------------|
| ลำดับที่ 1 | ด้านลักษณะที่จับต้องได้ |
| ลำดับที่ 2 | ด้านการตอบสนองบริการ |
| ลำดับที่ 3 | ด้านการรับประกัน |
| ลำดับที่ 4 | ด้านความเห็นอกเห็นใจ |
| ลำดับที่ 5 | ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ |

ดังนั้น ผู้ประกอบการและเจ้าของกิจการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ควรตระหนักถึงองค์ประกอบของปัจจัยคุณภาพบริการ โดยเรียงลำดับความสำคัญในการพิจารณาและปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงในกิจการดังกล่าวเรียงลำดับข้างต้น โดยเพื่อต้องการให้ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของกิจการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ได้เข้าใจถึงความสำคัญและรายละเอียดของปัจจัยคุณภาพบริการ ในแต่ละด้าน ที่ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นในแบบสอบถาม โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในแต่ละด้าน เพื่อเป็นข้อเสนอแนะและนำไปใช้ประโยชน์ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สำหรับผู้ประกอบการ ดังนี้

สาขานครสวรรค์และพิษณุโลก

1. ปัจจัยด้านลักษณะที่จับต้องได้ (Tangible) ผู้เรียนได้แสดงการรับรู้ต่อยังปัจจัยด้านลักษณะที่จับต้องได้ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับด้านครูและเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี ด้านอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน ด้านบริเวณที่ให้บริการเข้าใช้สะดวกต่อผู้ใช้ ด้านโรงเรียนกวดวิชามีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย ด้านสถานที่ห้องเรียนสะอาดและปลอดภัย และด้านมีอากาศถ่ายเท แสงสว่างเพียงพอและไม่มีเสียงรบกวน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านลักษณะที่จับต้องได้ แต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้ นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

2. ปัจจัยด้านการตอบสนองบริการ (Responsiveness) ผู้เรียนได้แสดงการรับรู้ต่อยังปัจจัยด้านการตอบสนองบริการ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับด้านครูและเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านครูและเจ้าหน้าที่สามารถให้ความช่วยเหลือนักเรียนได้ตรงตามที่ต้องการ ด้านครูและเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยขั้นตอนที่สะดวก รวดเร็ว ด้านครูและเจ้าหน้าที่มีการแจ้งให้นักเรียนทราบทุกครั้งเกี่ยวกับการให้บริการ ด้านครูและเจ้าหน้าที่มีการกระจายการบริการอย่างทั่วถึงกับนักเรียนทุกคน ด้านสามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้สะดวก รวดเร็ว เมื่อมีปัญหาการเรียน และการขอข้อมูล ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล

ตรวจสอบปัจจัยด้านการตอบสนองบริการ แต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

3. ปัจจัยด้านการรับประกัน (Assurance) ผู้เรียนได้แสดงการรับรู้ต่อปัจจัยด้านการรับประกัน ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับด้านครูและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ที่จะตอบปัญหาและแก้สถานการณ์ได้ สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่าง ๆ นอกจากนี้ มีริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตร มีพฤติกรรมที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการ รวมทั้ง มีความใส่ใจ ดูแลในการให้บริการด้านการเรียน และมีความจริงใจและเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านการรับประกัน แต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

4. ปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ผู้เรียนได้แสดงการรับรู้ต่อปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับด้านครูและเจ้าหน้าที่ โรงเรียนกวตวิชา เอาใจใส่นักเรียน เข้าใจถึงความจำเป็นในการมาใช้บริการของนักเรียน นอกจากนี้ มีความเต็มใจในการให้บริการ มีการคำนึงถึงผลประโยชน์ของนักเรียน มีความเอื้ออาทรต่อนักเรียนทุกคน รวมทั้งมีการจัดทำบันทึกของนักเรียนทุกคน และเปิดโอกาสในการตอบคำถามกับนักเรียนทุกคนในเรื่องต่างๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจ แต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

5. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ผู้เรียนได้แสดงการรับรู้ต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด นั้น โดยปัจจัยนี้จะเชื่อมโยงกับนักเรียนเมื่อมีปัญหา ครูและเจ้าหน้าที่ จะสนใจแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง สามารถรับรู้ถึงปัญหาของนักเรียนได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก สามารถให้บริการได้ตามระยะเวลาและตามสัญญาที่แจ้งไว้ รวมทั้งสามารถรักษาความลับของผู้เรียนทุกคนได้ และสามารถให้บริการด้านการบริการด้านการเรียนที่มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแล ตรวจสอบปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ แต่ละข้อที่กล่าวมา เพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจ และเกิดความสุขในการมาเรียนที่เกิดจากความต้องการของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

สาขานครสวรรค์ การทดสอบสมมติฐาน ทศนคติส่วนประสมทางการตลาด
บริการ 7 ด้าน

1. ทศนคติต่อต้านผลิตภัณฑ์ / บริการ (Product / Service)

ผู้วิจัย พบว่า จำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกัน มีทศนคติต่อต้านผลิตภัณฑ์ / บริการ แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนที่เรียนหลักสูตรต่อปีหลายหลักสูตร มีความคิดเห็นในเรื่องของเนื้อหา หลักสูตร รูปแบบในการทดสอบ และการบริการในด้านวิธีการสอน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์ / บริการ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

2. ทศนคติต่อต้านราคา (Price)

ผู้วิจัย พบว่า ระยะเวลาเรียน และจำนวนชั่วโมงที่เรียนต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน มีทศนคติต่อต้านราคา แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนที่เรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน < 14 เดือน และนักเรียนที่เรียน < 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีความคิดเห็นในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการกำหนดราคา ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร และค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องราคา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

3. ทศนคติต่อต้านสถานที่ (Place)

ผู้วิจัย พบว่า จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีทศนคติต่อต้านสถานที่ แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนที่เรียนหลักสูตรต่อปีหลายหลักสูตร มีความคิดเห็นในเรื่องของสถานที่และสภาพแวดล้อมรอบๆโรงเรียนเอื้ออำนวยต่อการเรียน และความสะอาดสวยงามในห้องเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

4. ทศนคติต่อต้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผู้วิจัย พบว่า โปรแกรมเรียน มีทศนคติต่อต้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนสายวิทยาศาสตร์ มีความคิดเห็นในเรื่องของการสื่อสาร โฆษณา การลดแลก แจก แถม มีหลักสูตรรับรองผล และการจัดกิจกรรมในวันพิเศษ โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการส่งเสริมการตลาด สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

5. ทศนคติต่อต้านบุคคล (People)

ผู้วิจัย พบว่า จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน มีทศนคติต่อต้านบุคคล แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนที่เรียนหลายหลักสูตรต่อปี และมี

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร มีความคิดเห็นในเรื่องของครูมีชื่อเสียง คุณวุฒิสูงและความเชี่ยวชาญในการสอนและ สอนให้เข้าใจและจดจำได้ง่ายตามขั้นตอน และ พนักงานให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว ตอบคำถามเข้าใจและเอาใจใส่และมีความเป็นกันเองกับ นักเรียนทุกคน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่อง บุคคล สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

6. ทักษะติดต่อด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ผู้วิจัย พบว่า จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี มีทัศนคติต่อด้านกระบวนการ ให้บริการ แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนที่เรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องของ กระบวนการให้บริการ การจองที่เรียนตามลำดับก่อน – หลัง การติดต่อให้บริการในการสมัครเรียน รวดเร็วและจัดตารางเวลาเรียนช่วงเวลาในการเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ความหลากหลาย โดย โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการให้บริการ สิ่ง เหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

สาขาพิษณุโลก การทดสอบสมมติฐาน ทักษะมีส่วนร่วมประสมทางการตลาด
บริการ 7 ด้าน

1. ทักษะติดต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ (Product / Service)

ผู้วิจัย พบว่า เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมเรียน จำนวนหลักสูตรต่อ ปีแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ย ภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง เรียนสายวิทยาศาสตร์ และ เรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็น ในเรื่องเนื้อหา หลักสูตร รูปแบบในการทดสอบ และการบริการในด้านวิธีการสอน โดยโรงเรียน กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์ / บริการ สิ่งเหล่านี้ทำ ให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

2. ทักษะติดต่อด้านราคา (Price)

ผู้วิจัย พบว่า ระดับชั้น ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน และ ค่าใช้จ่ายโดย เฉลี่ยต่อหลักสูตร มีทัศนคติต่อด้านราคา แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 รวมทั้งมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อภาคเรียน และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร มีความคิดเห็นในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาเอ็น คอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการกำหนดราคา ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร และค่าใช้จ่ายต่อ ภาคเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องราคา ซึ่ง สะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

3. ทักษะคิดต่อด้านสถานที่ (Place)

ผู้วิจัย พบว่า เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม ระยะเวลาเรียน และ จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี มีทัศนคติต่อด้านสถานที่ แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง รวมทั้งมีระยะเวลาที่เรียน ≥ 14 เดือนขึ้นไป และเรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องของสถานที่และสภาพแวดล้อมรอบๆโรงเรียนเอื้ออำนวยต่อการเรียนและความสะดวกสบายในห้องเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

4. ทักษะคิดต่อด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผู้วิจัย พบว่า จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี มีทัศนคติต่อด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนที่มีเรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องของการสื่อสาร โฆษณา การลด แลก แจก แถม มีหลักสูตรรับรองผล และการจัดกิจกรรมในวันพิเศษ โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการส่งเสริมการตลาด สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

5. ทักษะคิดต่อด้านบุคคล (People)

ผู้วิจัย พบว่า เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมเรียน จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี มีทัศนคติต่อด้านบุคคล แตกต่างกัน นั่นคือ นั่นคือ การที่นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง เรียนสายวิทยาศาสตร์ และที่เรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องของครูมีชื่อเสียง คุณวุฒิสูงและความเชี่ยวชาญในการสอนและ สอนให้เข้าใจและจดจำได้ง่ายตามขั้นตอน และพนักงานให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว ตอบคำถามเข้าใจและเอาใจใส่และมีความเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องบุคคล สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

6. ทักษะคิดต่อด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ผู้วิจัย พบว่า เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี มีทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน นั่นคือ คือ การที่นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง และเรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องของกระบวนการให้บริการ การจองที่เรียนตามลำดับก่อน – หลัง การติดต่อให้บริการในการสมัครเรียนรวดเร็วและ จัดตารางเวลาเรียนช่วงเวลาในการเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ความหลากหลาย โดยโรงเรียนกวด

วิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการให้บริการ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

7. ทศนคติต่อต้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ผู้วิจัย พบว่า เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม และจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี มีทัศนคติต่อต้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง และเรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องของการตกแต่งห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ สะอาด เหมาะสมน่าเรียน มีห้องน้ำสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งการจัดพื้นที่แยกออกเป็นสัดส่วนและสะดวกต่อการติดต่อ และที่จอดรถสะดวกและเพียงพอกับความต้องการ โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องลักษณะทางกายภาพ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากในการเรียน

สาขานครสวรรค์ การทดสอบสมมติฐาน การรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน

1. การรับรู้ต่อการรับประกัน (Assurance)

ผู้วิจัย พบว่า ระดับการศึกษาผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการรับประกัน แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนมีผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในเรื่องของความรู้ที่จะตอบปัญหาได้ มีพฤติกรรมที่สร้างให้เกิดความมั่นใจ รวมทั้งสามารถอธิบายเข้าใจในข้อสงสัยต่าง ๆ และ มีความใส่ใจ ดูแลในด้านการเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการรับประกัน สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้และพอใจอย่างมากในการเรียน

สาขาพิษณุโลก การทดสอบสมมติฐาน การรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน

1. การรับรู้ต่อต้านลักษณะที่จับต้องได้ (Tangible)

ผู้วิจัย พบว่า ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม และจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อต้านลักษณะที่จับต้องได้ แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 รวมทั้งที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง และที่เรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องของอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน สถานที่ห้องเรียนสะอาดและปลอดภัย และบริเวณที่ให้บริการเข้าใช้สะดวกต่อผู้ใช้ โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องลักษณะที่จับต้องได้ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้และพอใจอย่างมากในการเรียน



2. การรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ (Responsiveness)

ผู้วิจัย พบว่า เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม โปรแกรมเรียน และจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนมีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง รวมทั้งเรียนสายวิทยาศาสตร์ และที่เรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องของความกระตือรือร้นในการให้บริการ สามารถให้ความช่วยเหลือนักเรียนได้ รวมทั้ง มีการกระจายการบริการอย่างทั่วถึงกับนักเรียนทุกคน และให้บริการด้วยขั้นตอนที่สะดวก รวดเร็ว โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการตอบสนองบริการ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้และพอใจอย่างมากในการเรียน

3. การรับรู้ต่อการรับประกัน (Assurance)

ผู้วิจัย พบว่า ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม และจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการรับประกัน แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 รวมทั้งมีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง และที่เรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องของความรู้ที่จะตอบปัญหาได้ มีพฤติกรรมที่สร้างให้เกิดความมั่นใจ รวมทั้งสามารถอธิบายเข้าใจในข้อสงสัยต่าง ๆ และ มีความใส่ใจ ดูแลในด้านการเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการรับประกัน สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้และพอใจอย่างมากในการเรียน

4. การรับรู้ต่อความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

ผู้วิจัย พบว่า เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม อาชีพผู้ปกครอง และจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อความเห็นอกเห็นใจ แตกต่างกัน นั่นคือ การที่นักเรียนมีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูง รวมทั้งมีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และที่เรียนหลายหลักสูตรต่อปี มีความคิดเห็นในเรื่องการเข้าใจความจำเป็นด้านบริการนักเรียน มีความเต็มใจในการให้บริการ รวมทั้งมีความเอื้ออาทรต่อนักเรียนทุกคน และเปิดโอกาสในการตอบคำถามกับนักเรียน โดยโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องความเห็นอกเห็นใจ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้และพอใจอย่างมากในการเรียน

5. การรับรู้ต่อความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)

ผู้วิจัย พบว่า เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม และจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อความน่าเชื่อถือไว้วางใจ แตกต่างกัน โดยนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ต่อความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มากกว่า นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับต่ำ และโดยนักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ต่อความน่าเชื่อถือไว้วางใจ น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรขึ้นไปต่อปี นั่นคือ

สาขานครสวรรค์และพิษณุโลก การทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ด้านส่วน
ประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้านกับการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน

สาขานครสวรรค์

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง ทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7
ด้าน กับการรับรู้คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน โดยเรียง 5 อันดับแรก ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับ การรับรู้คุณภาพบริการ
ด้านลักษณะที่จับต้องได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 1 เนื่องจาก นักเรียนเห็นว่า
ด้านลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนกวตติวชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์
ภาพกิจกรรมต่างๆ และใช้อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายใน
โรงเรียนกวตติวชาภาษาอังกฤษ ที่นักเรียนสามารถมองเห็นจากภายนอก ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้
คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ดี เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรี
รัตน์, 2541 กล่าวว่า คุณค่าการบริการโดยการใช้หลักฐานที่มองเห็น เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่า
ของการบริการที่ส่งมอบ ได้แก่ สภาพของสถานที่ประกอบการ พนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวก
ต่างๆ ภายในสถานประกอบการ ที่ผู้ให้บริการสามารถมองเห็นจากภายนอก และ
สอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยสมพล ขาวประเสริฐ (2546) กล่าวว่า อาคารธุรกิจบริการ เครื่องมือ
อุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์
รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน สิ่งสัมผัสได้เหล่านี้จะเหมือนกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
(Physical evidence) ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดตัวที่ 7

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับ การรับรู้คุณภาพบริการ
ด้านการสร้างความมั่นใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 2 เนื่องจาก นักเรียนเห็น
ว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนกวตติวชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์
ภาพกิจกรรมต่างๆ เช่น มีบอร์ดจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง และใช้อุปกรณ์
การเรียนที่ทันสมัย มีเอกสารแบบเรียน คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์ของโรงเรียน ที่นักเรียนสามารถ
มองเห็นจากภายนอก ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจดีไปด้วย ซึ่ง
สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 กล่าวว่า คุณค่าการบริการโดยการใช้หลักฐานที่
มองเห็น เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบ ได้แก่ สภาพของสถานที่ประกอบการ
พนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสถานประกอบการ ที่ผู้ให้บริการ
สามารถมองเห็นจากภายนอก และสอดคล้องกับแนวคิดของจิตยาพร เสมอใจ, 2547 กล่าวว่า
ผู้บริโภคอาจรู้สึกไม่มั่นใจจากสิ่งต่างๆ ในการบริการ หรือ ความรู้ความสามารถของพนักงานในการ

สร้างให้เกิดความมั่นใจต่องานที่ลูกค้าให้ความสำคัญและแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจเหล่านั้นโดยการสะท้อนในภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและบุคลากร

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 3 เนื่องจาก นักเรียนเห็นว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพกิจกรรมต่างๆ เช่น มีบอร์ดจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง และใช้อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย มีเอกสารแบบเรียน คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์ของโรงเรียน ที่นักเรียนสามารถมองเห็นจากภายนอก ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ดีไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 กล่าวว่า คุณค่าการบริการโดยใช้หลักฐานที่มองเห็น เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบ ได้แก่ สภาพของสถานที่ประกอบการ พนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสถานประกอบการ ที่ผู้ให้บริการสามารถมองเห็นจากภายนอก และสอดคล้องกับแนวคิดของของจิตยาพร เสมอใจ, 2547 กล่าวว่า ลูกค้าแต่ละรายจะมีความเป็นเอกลักษณ์และมีความเฉพาะของตนเอง แต่บุคคลต้องการการเอาใจใส่ ให้การดูแล และให้บริการเฉพาะที่เหมาะสมกับตัวเอง ซึ่งเป็นวิธีที่ธุรกิจสามารถใช้ในการแข่งขันได้ โดยการมุ่งเน้นที่การบริการแบบเฉพาะเจาะจงแก่ลูกค้าแต่ละรายจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากกว่า สำหรับลูกค้าที่เป็นหน่วยงานธุรกิจที่ต้องการใช้บริการจากธุรกิจบริการก็ต้องการความเข้าใจธรรมชาติ และความต้องการของธุรกิจจากผู้ให้บริการในการตอบสนองด้วยเช่นกัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 4 เนื่องจาก นักเรียนเห็นว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ภาพกิจกรรมต่างๆ เช่น มีบอร์ดจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง และใช้อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย มีเอกสารแบบเรียน คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์ของโรงเรียน ที่นักเรียนสามารถมองเห็นจากภายนอก ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ดีไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 กล่าวว่า คุณค่าการบริการโดยใช้หลักฐานที่มองเห็น เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบ ได้แก่ สภาพของสถานที่ประกอบการ พนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสถานประกอบการ ที่ผู้ให้บริการสามารถมองเห็นจากภายนอก นอกจากสอดคล้องกับแนวคิดของของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et.al, 1990) กล่าวว่า ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้

กับลูกค้าอย่างน่าเชื่อถือและถูกต้อง และสอดคล้องกับแนวคิดของชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) กล่าวว่า ความเชื่อถือและไว้วางใจได้เป็นความสามารถในการมอบบริการ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นไปได้อย่างถูกต้องและได้ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้น ภายในเวลาที่เหมาะสม

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ กับ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 5 เนื่องจาก นักเรียนเห็นว่า ด้านกระบวนการให้บริการ ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นการให้บริการในการจองที่เรียนตามลำดับก่อน – หลัง มีการจัดตารางเวลาเรียนที่ความเหมาะสม ความหลากหลาย รวมทั้งมีบริการให้ยืมสื่อการสอนและอินเทอร์เน็ตให้นักเรียน และการติดต่อให้บริการในการสมัครเรียน และการแจ้งผลการลงทะเบียนรวดเร็วและง่าย ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ดี เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกฤษณา รัตนพฤกษ์, 2545 กล่าวว่า การเคลื่อนย้ายของกิจกรรม (มาตรฐาน หรือเป็นไปตามลูกค้าแต่ละราย) จำนวนของขั้นตอน และการเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องของลูกค้าในกระบวนการตามคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังและสอดคล้องกับแนวคิดของ สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2549 กล่าวว่า สิ่งที่สัมผัสได้ในทางธุรกิจ ได้แก่ อาคาร สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ เช่น ตัวอาคารที่มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ และ บรรยากาศรอบๆ อาคาร รวมถึงการตกแต่งประดับประดา ห้องน้ำ ที่จอดรถ การแต่งกายของพนักงาน รวมทั้ง การให้บริการของพนักงานด้วย

สาขาพิษณุโลก

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง ทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน กับ การรับรู้คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน โดยเรียง 5 อันดับแรก ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล กับ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 1 เนื่องจาก นักเรียนเห็นว่า ด้านบุคคล ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นครูหรือผู้สอนมีชื่อเสียง คุณวุฒิสูงและความเชี่ยวชาญ การสอนภาษาอังกฤษ นอกจากนั้น มีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพที่ดีสุภาพยิ้มแย้มและรับฟัง ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นและเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถาม รวมทั้งเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ มีความเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน และให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว ตอบคำถาม และแก้ปัญหาชัดเจน ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจดีไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 กล่าวว่า การเลือกการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงาน เพื่อให้เกิดความแตกต่างในการทำให้อุปกรณ์พอใจได้เป็นอย่างมาก ได้แก่ คุณภาพของพนักงานในส่วนต่างๆ และ สอดคล้องกับแนวคิดของจิตยาพร เสมอใจ, 2547 กล่าวว่า ผู้บริโภคอาจรู้สึกไม่มั่นใจจากสิ่งต่างๆ

ในการบริการ หรือ ความรู้ความสามารถของพนักงานในการสร้างให้เกิดความมั่นใจต้องคำนึงถึงสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญและแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจเหล่านั้นโดยการสะท้อนในภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและบุคลากร

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 2 เนื่องจาก นักเรียนเห็นว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพกิจกรรมต่างๆ และใช้อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ที่นักเรียนสามารถมองเห็นจากภายนอก ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ดี เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 กล่าวว่า คุณค่าการบริการโดยการใช้หลักฐานที่มองเห็น เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบ ได้แก่ สภาพของสถานที่ประกอบการ พนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสถานประกอบการ ที่ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นจากภายนอก และสอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยสมพล ขาวประเสริฐ, 2546 กล่าวว่า อาคารธุรกิจบริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน สิ่งสัมผัสได้เหล่านี้จะเหมือนกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดตัวที่ 7

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล กับ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 3 เนื่องจาก นักเรียนเห็นว่า ด้านบุคคลของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นครูหรือผู้สอนมีชื่อเสียง คุณวุฒิสูงและความเชี่ยวชาญการสอนภาษาอังกฤษ นอกจากนั้น มีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพที่ดีสุภาพยิ้มแย้มและรับฟังข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นและเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถาม รวมทั้งเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ มีความเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน และให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว ตอบคำถา และแก้ปัญหาชัดเจน ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจดีไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 กล่าวว่า การเลือกการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงาน เพื่อให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าพอใจได้เป็นอย่างมาก ได้แก่ คุณภาพของพนักงานในส่วนต่างๆ และสอดคล้องกับแนวคิดของสุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2549 กล่าวว่า ความเชื่อถือได้ในการให้บริการเป็นความสามารถในการส่งมอบบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ได้กำหนดหรือบอกกล่าวแก่ลูกค้าไว้ ลูกค้าจะเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจเมื่อได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการ และถูกต้อง ซึ่งก่อให้เกิดความจงรักภักดี (Loyalty) ในที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 4 เนื่องจาก นักเรียนเห็นว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพกิจกรรมต่างๆ เช่น มีบอร์ดจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง และใช้อุปกรณ์ การเรียนที่ทันสมัย มีเอกสารแบบเรียน คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์ของโรงเรียน ที่นักเรียนสามารถ มองเห็นจากภายนอก ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจดีไปด้วย ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 กล่าวว่า คุณค่าการบริการโดยใช้หลักฐานที่ มองเห็น เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบ ได้แก่ สภาพของสถานที่ประกอบการ พนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสถานประกอบการ ที่ผู้ให้บริการ สามารถมองเห็นจากภายนอก และสอดคล้องกับแนวคิดของของจิตยาพร เสมอใจ, 2547 กล่าวว่า ลูกค้าแต่ละรายจะมีความเป็นเอกลักษณ์และมีความเฉพาะของตนเอง แต่แต่ละบุคคลต้องการการ เอาใจใส่ ให้การดูแล และให้บริการเฉพาะที่เหมาะสมกับตัวเอง ซึ่งเป็นวิธีที่ธุรกิจสามารถใช้ในการ แข่งขันได้ โดยการมุ่งเน้นที่การบริการแบบเฉพาะเจาะจงแก่ลูกค้าแต่ละรายจะช่วยสร้างความพึง พอใจให้แก่ลูกค้าได้มากกว่า สำหรับลูกค้าที่เป็นหน่วยงานธุรกิจที่ต้องการใช้บริการจากธุรกิจ บริการก็ต้องการความเข้าใจธรรมชาติ และความต้องการของธุรกิจจากผู้ให้บริการในการ ตอบสนองด้วยเช่นกัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่น มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดอันดับที่ 5 เนื่องจาก นักเรียนเห็นว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษดี ได้เห็นบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพกิจกรรมต่างๆ เช่น มีบอร์ดจำนวนนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง และใช้อุปกรณ์ การเรียนที่ทันสมัย มีเอกสารแบบเรียน คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์ของโรงเรียน ที่นักเรียนสามารถ มองเห็นจากภายนอก ซึ่งจะส่งผลให้ การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นดีไปด้วย ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 กล่าวว่า คุณค่าการบริการโดยใช้หลักฐานที่ มองเห็น เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบ ได้แก่ สภาพของสถานที่ประกอบการ พนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสถานประกอบการ ที่ผู้ให้บริการ สามารถมองเห็นจากภายนอก และสอดคล้องกับแนวคิดของจิตยาพร เสมอใจ, 2547 กล่าวว่า ผู้บริโภคอาจรู้สึกไม่มั่นใจจากสิ่งต่างๆ ในการบริการ หรือ ความรู้ความสามารถของพนักงานในการ สร้างให้เกิดความมั่นใจ ต้องคำนึงถึงสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญและแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจ เหล่านั้นโดยการสะท้อนในภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและบุคลากร

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร กับเขตต่างจังหวัด เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

2. ควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างในนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นกับมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นกับมัธยมศึกษาตอนปลายว่าทั้งสองกลุ่ม มีความคิดเห็นในส่วนประสมทางการตลาดและการรับรู้คุณภาพบริการเป็นอย่างไร

3. ควรกำหนดระดับ Rating Scale ใหม่ เพื่อให้เกิดความละเอียดในเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณในทางตัวเลข โดยการใส่ค่าตัวเลขเป็นเลขทศนิยมแทน ตั้งแต่ ค่า 0.00 – 5.00 เช่น นักเรียนมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์บริการ ด้านมีเทคโนโลยีและสื่อการสอนทันสมัยและหลากหลาย เช่น VCD, Internet เป็นต้น นักเรียนอาจจะใส่ตัวเลข 3.75 ซึ่งในความคิดของนักเรียนอาจจะไม่ต้องการให้คะแนน 3 และก็ไม่น่าให้คะแนนถึง 4 ซึ่งจะมีความละเอียดมากกว่าในเชิงปริมาณและมีความเป็นจริงโดยไม่เกิดอคติ (Bias) ในการให้คะแนนมากกว่า

4. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างวิชาภาษาอังกฤษกับวิชาอื่นๆ เพื่อทราบถึงทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการและการรับรู้คุณภาพบริการที่แตกต่างกัน

5. ควรมีที่ว่างในการให้เขียนข้อเสนอแนะที่เป็นคำถามปลายเปิด ให้แก่นักเรียนเพื่อที่จะใช้ให้เห็นประเด็นที่นอกเหนือจากคำถามในแบบสอบถามมากขึ้น