

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษณา รัตนพฤกษ์. (2545). การตลาดบริการ. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ก้านทิพย์ ชาติวงศ์. (2539). โรงเรียนกวดวิชา. วสารการศึกษาเอกชน, 7(64), 13-16.
- จิรวดี ภูวนารณรักษ์. (2546). ความพึงพอใจของนักเรียนต่อการบริการของโรงเรียน กวดวิชา: กรณีศึกษา โรงเรียนกวดวิชาวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- จิตยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต.
- ดวงเดือน พันธุ์นาวัน. (2518). คำบรรยายวิชาจิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทรงกลด แสงผล. (2552). ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2542). เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการวัดเจตคติ. อุบลราชธานี: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นลินี เสนาป่า. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอน ภาษาต่างประเทศในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิศารัตน์ ศิลปเดช. (2542). เอกสารประกอบการสอนระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.

- บัวหลวง ไชยศรี. (2545) ความสัมพันธ์ของเจตคติต่อการเรียนกวดวิชา กับสถานภาพส่วนบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ปณิศา ลัญจนาพันธ์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ประยูร ศรีประสาธน์. (2530). องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการกวดวิชา. วารสารการศึกษาแห่งชาติ, 21(2), 61 – 62.
- พงศ์ ไทรดาล. (2540). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- พอดู สุวรรณทัต. (2530). โรงเรียนเอกชนประเภทกวดวิชา. วารสารการศึกษาแห่งชาติ, 21(2), 52-53.
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. (2545). การกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย. ใน รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี.
- ไพลิน วงศ์ฉายา. (2547). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนครสวรรค์. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ไพศาล หวังพานิช. (2523). การวัดผลการศึกษา. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ภูษิต วงศ์หล่อสายชล และตุลยา เหลี่ยมสมบัติ. (2551). รูปแบบและการรับรู้คุณภาพการให้บริการสอนพิเศษของผู้ปกครอง ที่ส่งบุตรหลานเรียนพิเศษ. วารสารหาดีใหญ่ วิชาการ. 6(1), 9 – 19.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2540). สถิติวิทยาทางการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 3). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์. (2544). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วิลาห์ จิตวัตร. (2541). การสอนภาษาอังกฤษ. นครปฐม: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2538). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2551). **รายชื่อโรงเรียนเอกชนกวดวิชา**
ในส่วนภูมิภาค. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2554, จาก <http://www.opec.go.th/UserFiles/nameschool/12TutorProv.xls>
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. (26 มกราคม 2554). **รายชื่อโรงเรียนกวดวิชา**. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2554, จาก <http://www.opec.go.th/index.php?option=comcontent&view=article&id=4539%3A2009-12-29-03-38-56&catid=14%3A2009-10-04-12-26-14&Itemid=12&lang=th>
- สุจิตรา ตั้งจิตวิสุทธิ. (2550). **การศึกษากลยุทธ์การตลาดโรงเรียนกวดวิชาต่างๆ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี**. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว. (2549). **การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง**. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.
- สุพัฒน์ สุขมณลสันต์. (2529). **เรียนกวดวิชาแล้วได้อะไร**. วารสารการศึกษาแห่งชาติ, 21(2), 34-51.
- สุพัฒนา ชาติบัญชาชัย. (ม.ป.ป.). **กระบวนการเรียนรู้แนวคิดความหมาย และบทเรียนในสังคม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พิธิษฐ์ไทย ออฟเซต.
- สุมนา อยู่โพธิ์. (2544). **ตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี**. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณ จุติผล. (2551). **การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนคร นครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช**. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สุโขทัย.
- Allport, Gordon. (1935). Attitudes. In A handbook of social psychology (pp. 798-844). Worcester, MA: Clark University Press.
- Booms, B. H. and Bitner, M. J. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms, in Donnelly, J. H. and George, W. R. (eds.), **Marketing of Services**. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Borden, N.H. (1965). The Concept of the Marketing Mix. In Schwartz, G., **Science in marketing**. (pp. 386-397). New York: John Wiley & Sons.

- Co.Inc.Mehrens, William A. and Lehmann, Irvin J. (1978). **Measurement and evaluation in education and psychology**. (2nd ed.) New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Cronbach, L.J. (1990). **Essentials of psychological testing**. (5th ed.) New York: Harper Collins Publisher, Inc.
- Hartung, J., Makambi, K. H., and Argac, D. (2001). An extended ANOVA F-test with applications to the heterogeneity problem in meta-analysis. **Biometrical Journal**, 43(7), 135-146.
- Keppel. G. (1982). **Design and analysis: A researcher's handbook**. (2nd ed.) New Jersey: Entice-Hail, Englewood Cliffs.
- Kotler, P., Ang, S.H., Leong, S.M. and Tan, C.T. (1999). **Marketing Management**. (2nd ed.) Prentice Hall: An Asian Perspective.
- Likert, R. (1967). **The method of constructing and attitude scale reading in attitude theory and measurement**. (pp. 90-95) New York: Wiley and Sons.
- MacDonald, F.J. (1959). **Education psychology**. New York: Wadsworth Publishing.
- Newcomb, theodore M. (1954). **Social psychology**. New York: the Dryden Press, Inc.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory**. (2nd ed.) New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, 64, 12-40.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk Leslie Lazar. (1991). **Consumer behavior**. (4th ed.) New Jersey: Englewood Cliffs.
- Secord, Paul F. and Backman, Carl W. (1964). **Social psychology**. New York: McGraw-Hill Book Co.
- Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, and Leonard L. Berry. (1985). Problems and Strategies in Service Marketing. **Journal of Marketing**, 49, 33-46.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions*. New York: The Free Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 3 ทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม
ทศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน รายย่อย แต่ละสาขา

ทศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สาขานครสวรรค์			สาขาพิษณุโลก		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	4.35	0.453	มากที่สุด	4.33	0.463	มากที่สุด
1. มีเทคโนโลยีและสื่อการสอนทันสมัย	4.44	0.618	มากที่สุด	4.57	0.609	มากที่สุด
และหลากหลาย เช่น VCD, Internet เป็นต้น						
2. วิธีการสอนโดยการสอนสดจากอาจารย์	4.15	0.833	มาก	4.07	0.917	มาก
3. สรุปเนื้อหาและข้อมูลใหม่ๆให้ผู้เรียนเข้าใจง่าย	4.31	0.710	มากที่สุด	4.32	0.751	มากที่สุด
4. ทบทวนเนื้อหาก่อนเปิดเทอม / เรียนล่วงหน้า	4.10	0.773	มากที่สุด	4.13	0.783	มากที่สุด
5. มีการทดสอบความรู้ก่อนเรียน (Pre –test)	4.12	0.838	มาก	4.04	0.935	มาก
6. มีการทดสอบความรู้หลังเรียน (Post – test)	4.35	0.745	มากที่สุด	4.40	0.777	มากที่สุด
7. ตรวจผลการทดสอบให้ทราบคะแนนเร็ว	4.17	0.774	มาก	4.18	0.810	มาก
8. มีแบบฝึกหัดและข้อสอบเก่าแต่ละบทให้ทบทวน	4.23	0.798	มากที่สุด	4.21	0.762	มากที่สุด
9. มีเอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอนครบถ้วน	4.41	0.666	มากที่สุด	4.41	0.741	มากที่สุด
หลากหลายและเพียงพอ						
10. หลักสูตรการสอนทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติจริง	4.44	0.663	มากที่สุด	4.32	0.683	มากที่สุด
11. เนื้อหาเป็นที่โรงเรียนกวดวิชาเรียบเรียงขึ้นเอง	4.52	0.650	มากที่สุด	4.50	0.621	มากที่สุด
12. หลักสูตรได้รับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ	4.49	0.679	มากที่สุด	4.45	0.692	มากที่สุด
13. หลักสูตรหลากหลายกับต้องการของนักเรียน	4.57	0.601	มากที่สุด	4.50	0.693	มากที่สุด
14. หลักสูตรมีความทันสมัยมีเนื้อหาอยู่เสมอ	4.60	0.619	มากที่สุด	4.50	0.686	มากที่สุด
ด้านราคา	3.90	0.625	มาก	3.76	0.675	มาก
1. ราคาค่าเรียนเหมาะสมเทียบกับคุณภาพการสอน	4.15	0.615	มาก	4.07	0.732	มาก
2. เรียนเป็นกลุ่มหรือเพื่อนแนะนำมา ราคาลดลง	3.73	1.006	มาก	3.59	0.732	มาก
3. เกรดลดลงหรือสอบเข้าไม่ได้ ค่าเรียนลดลง	3.55	1.264	มาก	3.28	1.312	ปานกลาง
4. ราคาค่าเล่าเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม	4.16	0.772	มาก	3.99	0.758	มาก
5. ราคาค่าเล่าเรียนต่อเทอมหรือภาคเรียนการศึกษา	4.00	0.715	มาก	4.04	0.727	มาก
6. วิธีการชำระค่าเรียนที่สามารถผ่อนเป็นงวดๆได้	3.51	1.250	มาก	3.28	1.346	ปานกลาง
7. สะสมเป็นคูปอง เพื่อนำมาใช้อีกครั้งในส่วนลด	4.20	0.992	มาก	4.04	0.994	มาก

ตาราง 15 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สาขานครสวรรค์			สาขาพิษณุโลก		
	x	SD.	แปลผล	x	SD.	แปลผล
ด้านสถานที่	4.36	0.498	มากที่สุด	3.76	0.675	มากที่สุด
1. ที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และเดินทางสะดวก	4.45	0.656	มากที่สุด	4.47	0.693	มากที่สุด
2. ห้องเรียนมีการควบคุมเสียงรบกวนจากภายนอก	4.29	0.822	มากที่สุด	4.31	0.768	มากที่สุด
3. สถานที่และสภาพแวดล้อมอำนวยความสะดวกการเรียนรู้	4.33	0.701	มากที่สุด	4.42	0.654	มากที่สุด
4. ระบบเสียงมีความชัดเจนและไม่ดังมากเกินไป	4.40	0.758	มากที่สุด	4.35	0.711	มากที่สุด
5. สะดวกในการมาเรียน เช่น มีรถประจำทางผ่าน	4.33	0.734	มากที่สุด	4.27	0.763	มากที่สุด
6. สามารถติดต่อผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้	4.39	0.705	มากที่สุด	4.41	0.701	มากที่สุด
7. ทางหนีไฟและเครื่องดับเพลิงที่เพียงพอ	4.20	0.771	มากที่สุด	4.22	0.776	มากที่สุด
8. ทางเข้า – ออกในการเดินทางสะดวกสบาย	4.40	0.706	มากที่สุด	4.33	0.766	มากที่สุด
9. ความสะดวกสบายในห้องเรียน เช่น แอร์ เป็นต้น	4.42	0.755	มากที่สุด	4.51	0.693	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.16	0.496	มาก	4.08	0.589	มาก
1. มีส่วนลดราคาในกรณีสมัครในช่วงเวลาที่กำหนด	4.26	0.854	มากที่สุด	4.07	0.993	มาก
2. มีการลดค่าเรียน เช่น นักเรียนเก่า เรียนเป็นกลุ่ม	4.32	0.852	มากที่สุด	4.22	0.853	มากที่สุด
3. มีการแจก แคมของที่ระลึกให้ เช่น กระเป๋า เป็นต้น	4.49	0.658	มากที่สุด	4.32	0.801	มากที่สุด
4. มีส่วนลดราคาค่าเรียนที่ชำระค่าเรียนในครั้งเดียว	4.19	0.983	มาก	3.99	1.132	มาก
5. ให้ทุนด้านผลการเรียนดี สอบมหาวิทยาลัยได้	4.16	0.945	มาก	4.00	1.051	มาก
6. มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุและรถกระจายเสียง	3.81	0.859	มาก	3.83	1.016	มาก
7. มีการลงรายละเอียดโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์	3.90	0.881	มาก	3.80	1.010	มาก
8. มีการลงโฆษณา ใบปลิวแนะนำสถาบัน หลักสูตร	4.36	0.714	มากที่สุด	4.32	0.744	มากที่สุด
9. การจัดกิจกรรมในวันพิเศษ เช่น วันปีใหม่ เป็นต้น	4.25	0.798	มากที่สุด	4.27	0.817	มากที่สุด
10. มีการรับประกัน เช่น เมื่อเรียนจบสามารถพูดเขียน อ่าน ฟังได้ในชีวิตประจำวัน	3.95	0.895	มาก	3.87	0.890	มาก
11. หลักสูตรรับรองผล สอบไม่ติดคืนเงินหรือเรียนซ้ำ	3.55	1.218	มาก	3.58	1.270	มาก
12. ผ่านการแนะนำหรือได้รับการแนะนำจากคนรู้จักหรือรุ่นพี่ เพื่อนที่เคยใช้บริการ	4.26	0.808	มากที่สุด	4.24	0.803	มากที่สุด
13. มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียนและโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต	4.51	0.693	มากที่สุด	4.49	0.658	มากที่สุด

ตาราง 15 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สาขานครสวรรค์			สาขาพิษณุโลก		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
ด้านบุคลากร	4.30	0.457	มากที่สุด	4.34	0.457	มากที่สุด
1. ครูหรือผู้สอนมีชื่อเสียง คุณวุฒิสูงและเชี่ยวชาญการสอนภาษาอังกฤษ	4.57	0.601	มากที่สุด	4.63	0.591	มากที่สุด
2. ครูหรือ ผู้สอนรับฟังข้อเสนอนะ ความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถาม	4.44	0.712	มากที่สุด	4.38	0.805	มากที่สุด
3. ครูหรือผู้สอนมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจ	4.44	0.794	มากที่สุด	4.51	0.643	มากที่สุด
4. ครูหรือผู้สอนเป็นชาวตะวันตกเป็นเจ้าของภาษา	2.84	1.367	ปานกลาง	3.27	1.293	ปานกลาง
5. ครูหรือผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพที่ดี	4.58	0.616	มากที่สุด	4.53	0.686	มากที่สุด
6. เจ้าหน้าที่ให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว และตอบคำถามเข้าใจและแก้ปัญหาชัดเจน	4.38	0.762	มากที่สุด	4.44	0.698	มากที่สุด
7. เจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถสื่อสารกับนักเรียนทุกคนได้อย่างเข้าใจด้วยความเต็มใจ	4.46	0.706	มากที่สุด	4.39	0.663	มากที่สุด
8. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่และมีความเป็นกันเอง	4.45	0.677	มากที่สุด	4.47	0.628	มากที่สุด
9. เจ้าหน้าที่เพียงพอและให้ข้อมูลชัดเจน	4.53	0.604	มากที่สุด	4.40	0.679	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.35	0.445	มากที่สุด	4.25	0.537	มากที่สุด
1. การให้บริการในการจองตามลำดับก่อน – หลัง	4.32	0.671	มากที่สุด	4.25	0.757	มากที่สุด
2. ตรวจตารางเรียน และทำข้อสอบจาก Internet	4.37	0.694	มากที่สุด	4.30	0.704	มากที่สุด
3. แนะนำแนวทางการทำข้อสอบและการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย	4.43	0.676	มากที่สุด	4.34	0.682	มากที่สุด
4. มีบริการให้ยืมสื่อและอินเทอร์เน็ตให้นักเรียน	4.34	0.773	มาก	4.06	0.875	มาก
5. การติดต่อและให้บริการการสมัครเรียนรวดเร็ว ง่ายในการสมัครและการแจ้งผลการลงทะเบียน	4.43	0.640	มากที่สุด	4.25	0.788	มากที่สุด
6. การจัดตารางเวลาเรียนช่วงเวลาในการเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ความหลากหลาย	4.34	0.722	มากที่สุด	4.28	0.758	มากที่สุด
7. มีรูปแบบการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจ ในเนื้อหาและชดเชยกับนักเรียนที่ไม่สามารถมาเรียนได้	4.40	0.706	มากที่สุด	4.38	0.703	มากที่สุด
8. สมัครเรียนได้หลายทาง เช่น Internet เป็นต้น	4.14	0.901	มาก	4.12	0.891	มาก

ตาราง 15 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สาขานครสวรรค์			สาขาพิษณุโลก		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.36	0.463	มากที่สุด	4.34	0.495	มากที่สุด
1. มีบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมและรายชื่อ	4.40	0.672	มากที่สุด	4.34	0.682	มากที่สุด
2. มีการตกแต่งห้องเรียน สะอาดเหมาะสมน่าเรียน	4.36	0.707	มากที่สุด	4.39	0.648	มากที่สุด
3. มีห้องน้ำสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.46	0.678	มากที่สุด	4.49	0.693	มากที่สุด
4. มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอกับความต้องการ	3.99	0.938	มากที่สุด	4.08	0.840	มากที่สุด
5. อาคารกว้างขวาง บรรยากาศเหมาะในการเรียน	4.33	0.694	มากที่สุด	4.30	0.707	มากที่สุด
6. มีการจัดพื้นที่เป็นสัดส่วนและสะดวกต่อการติดต่อ	4.43	0.676	มากที่สุด	4.35	0.712	มากที่สุด
7. มีบอร์ดนักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง	4.25	0.774	มากที่สุด	4.20	0.800	มากที่สุด
8. เอกสาร คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์ของโรงเรียน	4.48	0.650	มากที่สุด	4.45	0.642	มากที่สุด
9. มีป้ายที่มองเห็นชัดเจนและชื่อโรงเรียนที่เห็นชัด	4.44	0.712	มากที่สุด	4.44	0.670	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.25	0.370	มากที่สุด	4.21	0.412	มากที่สุด

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

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมของสาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.25 และ 4.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ ($\bar{x}$ = 4.35 และ 4.33) พบว่า ปัจจัยรายย่อย ทั้ง 10 ข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ปัจจัยรายย่อย ทั้ง 4 ข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านวิธีการสอนโดยการสอนสดจากอาจารย์ ($\bar{x}$ = 4.15 และ 4.07) ด้านสรุปเนื้อหาและเพิ่มเติมข้อมูลใหม่ๆทำให้ผู้เรียนเข้าใจง่ายขึ้น ($\bar{x}$ = 4.10 และ 4.14) ด้านมีการทดสอบความรู้ก่อนเรียน (Pre -test) ($\bar{x}$ = 4.12 และ 4.04) และด้านตรวจผลการทดสอบให้ทราบคะแนนเร็วและอธิบายผล ($\bar{x}$ = 4.17และ 4.18)

เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ด้านราคา($\bar{x}$ = 3.90 และ 3.76) สาขานครสวรรค์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้ง 10 ข้อ ส่วนสาขาพิษณุโลก พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เพียง 8 ข้อ ที่เหลือ 2 ข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านนักเรียนเกรดลดลงหรือสอบเข้าไม่ได้

ค่าเรียนลดลง ($\bar{x} = 3.28$) และด้าน วิธีการชำระค่าเรียนที่สามารถผ่อนเป็นงวด ๆ ได้ เช่น รายเดือน ($\bar{x} = 3.28$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ด้านสถานที่ ($\bar{x} = 4.36$ และ 4.37) สาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 9 ข้อ

เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.16$ และ 4.08) สาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก พบว่า ในสาขานครสวรรค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 7 ข้อ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 7 ข้อ และในสาขาพิษณุโลก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 6 ข้อ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 8 ข้อ

เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ด้านบุคคล ($\bar{x} = 4.30$ และ 4.34) สาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 8 ข้อ มีเพียง 1 ข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านครูหรือผู้สอนเป็นชาวตะวันตกซึ่งเป็นเจ้าของภาษา ($\bar{x} = 2.84$ และ 3.27) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 4.35$ และ 4.25) สาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก พบว่า ในสาขานครสวรรค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 7 ข้อ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ ได้แก่ สมัครเรียนได้หลายทาง เช่น Internet จดหมาย เป็นต้น และในสาขาพิษณุโลก นครสวรรค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 6 ข้อ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ได้แก่ การติดต่อ การให้บริการในการสมัครเรียนรวดเร็วง่ายในการสมัครและการแจ้งผลการลงทะเบียน และสมัครเรียนได้หลายทาง เช่น Internet จดหมาย เป็นต้น

เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.36$ และ 4.34) สาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 8 ข้อ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ ได้แก่ มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอกับความต้องการ

ส่วนที่ 4 การรับรู้คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านของ โรงเรียนกวศรวิชาวชิลาภาษาอังกฤษ

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน
รายย่อย แต่ละสาขา

การรับรู้ต่อคุณภาพบริการ	สาขานครสวรรค์			สาขาพิษณุโลก		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	4.56	0.488	มากที่สุด	4.54	0.487	มากที่สุด
1. ครูและเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี	4.60	0.589	มากที่สุด	4.60	0.556	มากที่สุด
2. อุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน	4.51	0.605	มากที่สุด	4.54	0.596	มากที่สุด
3. บริเวณที่ให้บริการเข้าใช้สะดวกต่อผู้ใช้	4.57	0.609	มากที่สุด	4.53	0.604	มากที่สุด
4. โรงเรียนกวศรวิชาวชิลาเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย	4.62	0.600	มากที่สุด	4.57	0.616	มากที่สุด
5. สถานที่ ห้องเรียนสะอาดและปลอดภัย	4.57	0.601	มากที่สุด	4.54	0.657	มากที่สุด
6. มีอากาศถ่ายเท แสงสว่างและไม่มีเสียงรบกวน	4.48	0.727	มากที่สุด	4.44	0.640	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองการบริการ	4.53	0.510	มากที่สุด	4.49	0.568	มากที่สุด
1. ครูและเจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการ	4.55	0.619	มากที่สุด	4.50	0.658	มากที่สุด
2. ครูและเจ้าหน้าที่สามารถช่วยเหลือนักเรียนได้	4.54	0.619	มากที่สุด	4.47	0.686	มากที่สุด
3. ครูและเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยขั้นตอนรวดเร็ว	4.51	0.651	มากที่สุด	4.50	0.693	มากที่สุด
4. ครูและเจ้าหน้าที่มีการแจ้งให้นักเรียนทราบ ทุกครั้งเกี่ยวกับการให้บริการ	4.45	0.699	มากที่สุด	4.50	0.693	มากที่สุด
5. ครูและเจ้าหน้าที่มีการกระจายการบริการอย่าง ทั่วถึงกับนักเรียนทุกคน	4.52	0.635	มากที่สุด	4.46	0.739	มากที่สุด
6. ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้รวดเร็ว เมื่อมีปัญหา	4.59	0.629	มากที่สุด	4.49	0.693	มากที่สุด
ด้านการรับประกัน	4.51	0.483	มากที่สุด	4.48	0.506	มากที่สุด
1. ครูและเจ้าหน้าที่ มีความรู้ที่จะตอบปัญหาได้	4.40	0.604	มากที่สุด	4.39	0.663	มากที่สุด
2. ครูและเจ้าหน้าที่ อธิบายเข้าใจในข้อสงสัยต่าง ๆ	4.44	0.633	มากที่สุด	4.44	0.626	มากที่สุด
3. ครูและเจ้าหน้าที่ มีกิริยามารยาทสุภาพ เป็นมิตร	4.56	0.618	มากที่สุด	4.52	0.635	มากที่สุด
4. ครูและเจ้าหน้าที่ มีพฤติกรรมที่สร้างความมั่นใจ	4.56	0.618	มากที่สุด	4.51	0.613	มากที่สุด
5. ครูและเจ้าหน้าที่ ใส่ใจ ดูแลในด้าน การเรียน	4.54	0.611	มากที่สุด	4.49	0.651	มากที่สุด
6. ครูและเจ้าหน้าที่ จริงใจกับนักเรียนทุกคน	4.57	0.632	มากที่สุด	4.52	0.636	มากที่สุด

ตาราง 16 (ต่อ)

การรับรู้ต่อคุณภาพบริการ	สาขานครสวรรค์			สาขาพิษณุโลก		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	4.48	0.507	มากที่สุด	4.45	0.510	มากที่สุด
1. ครูและเจ้าหน้าที่ เอาใจใส่นักเรียน	4.50	0.605	มากที่สุด	4.49	0.636	มากที่สุด
2. ครูและเจ้าหน้าที่ เข้าใจความจำเป็นของนักเรียน	4.43	0.639	มากที่สุด	4.47	0.635	มากที่สุด
3. ครูและเจ้าหน้าที่ มีความเต็มใจในการให้บริการ	4.58	0.608	มากที่สุด	4.51	0.628	มากที่สุด
4. ครูและเจ้าหน้าที่ คำนึงถึงผลประโยชน์นักเรียน	4.50	0.700	มากที่สุด	4.48	0.658	มากที่สุด
5. ครูและเจ้าหน้าที่ เอื้ออาทรต่อนักเรียนทุกคน	4.54	0.650	มากที่สุด	4.44	0.744	มากที่สุด
6. ครูและเจ้าหน้าที่ ทำบันทึกของนักเรียนทุกคน	4.37	0.761	มากที่สุด	4.35	0.691	มากที่สุด
7. ครูและเจ้าหน้าที่ เปิดโอกาสตอบคำถามนักเรียน	4.44	0.655	มากที่สุด	4.40	0.678	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	4.46	0.520	มากที่สุด	4.43	0.560	มากที่สุด
1. เมื่อนักเรียนมีปัญหา ครูและเจ้าหน้าที่ จะสนใจ	4.40	0.679	มากที่สุด	4.42	0.668	มากที่สุด
แก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง						
2. ครูและเจ้าหน้าที่ รับรู้ถึงปัญหาของนักเรียนได้	4.40	0.628	มากที่สุด	4.39	0.725	มากที่สุด
3. ครูและเจ้าหน้าที่ สามารถให้บริการได้ตรงตาม	4.48	0.650	มากที่สุด	4.40	0.720	มากที่สุด
ความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก						
4. ครูและเจ้าหน้าที่ สามารถให้บริการได้ตามระยะเวลาและตามสัญญาที่แจ้งไว้	4.47	0.693	มากที่สุด	4.47	0.679	มากที่สุด
5. ครูและเจ้าหน้าที่ รักษาความลับผู้เรียนทุกคนได้	4.43	0.710	มากที่สุด	4.34	0.743	มากที่สุด
6. ครูและเจ้าหน้าที่ ให้บริการด้านการบริการ	4.56	0.618	มากที่สุด	4.56	0.640	มากที่สุด
ด้านการเรียนที่มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ						
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.51	0.441	มากที่สุด	4.48	0.470	มากที่สุด

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

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการโดยรวม ของสาขานครสวรรค์และสาขาพิษณุโลก ($\bar{x}$ = 4.51 และ 4.48) มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า การรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ($\bar{x}$ = 4.56 และ 4.54) มี 6 ข้อ การรับรู้ต่อด้านการตอบสนองการบริการ (

$\bar{x} = 4.53$ และ 4.49) มี 6 ข้อ การรับรู้ต่อการรับประกัน ($\bar{x} = 4.51$ และ 4.48) มี 6 ข้อ การรับรู้ต่อด้านความเห็นอกเห็นใจ ($\bar{x} = 4.48$ และ 4.45) มี 7 ข้อ และ การรับรู้ต่อด้านมีการรับรู้ต่อด้านน่าเชื่อถือไว้วางใจ ($\bar{x} = 4.46$ และ 4.43) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

5.1 ความแตกต่างของทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มลักษณะทั่วไปผู้เรียนและพฤติกรรมผู้เรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

ตาราง 17 สรุปผลทดสอบความแตกต่างของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ระหว่างกลุ่มลักษณะทั่วไปผู้เรียนที่มี เพศ โปรแกรมเรียน รายได้ ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม ระยะเวลาเรียน และจำนวนชั่วโมงเรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ		t-test for Equality of Means					
สาขานครสวรรค์	เพศ	n	x	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ชาย	48	4.38	0.392	0.526	208	0.599
	หญิง	162	4.34	0.470			
ด้านราคา	ชาย	48	3.88	0.632	- 0.248	208	0.804
	หญิง	162	3.91	0.624			
ด้านสถานที่	ชาย	48	4.36	0.461	0.108	208	0.914
	หญิง	162	4.34	0.510			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ชาย	48	4.18	0.465	0.384	208	0.702
	หญิง	162	4.15	0.506			
ด้านบุคคล	ชาย	48	4.33	0.373	0.597	208	0.550
	หญิง	162	4.29	0.480			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ชาย	48	4.32	0.427	- 0.452	208	0.652
	หญิง	162	4.35	0.451			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	48	4.36	0.444	0.019	208	0.985
	หญิง	162	4.36	0.470			

ตาราง 17 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ				t-test for Equality of Means			
สาขานครสวรรค์	โปรแกรมการเรียนรู้	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	วิทยาศาสตร์	187	4.35	0.435	- 0.142	208	0.887
	ศิลปศาสตร์	23	4.36	0.594			
ด้านราคา	วิทยาศาสตร์	187	3.93	0.605	1.933	208	0.055
	ศิลปศาสตร์	23	3.66	0.742			
ด้านสถานที่	วิทยาศาสตร์	187	4.35	0.493	- 0.600	208	0.549
	ศิลปศาสตร์	23	4.43	0.544			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	วิทยาศาสตร์	187	4.19	0.479	2.585	208	0.010*
	ศิลปศาสตร์	23	3.91	0.572			
ด้านบุคคล	วิทยาศาสตร์	187	4.31	0.434	1.223	208	0.223
	ศิลปศาสตร์	23	4.19	0.620			
ด้านกระบวนการให้บริการ	วิทยาศาสตร์	187	4.35	0.453	0.722	208	0.471
	ศิลปศาสตร์	23	4.28	0.372			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	วิทยาศาสตร์	187	4.36	0.453	0.267	208	0.790
	ศิลปศาสตร์	23	4.33	0.547			
สาขานครสวรรค์	รายได้ผู้ปกครองต่อเดือน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	< 44,500 บาท	110	4.33	0.473	-0.806	208	0.421
	≥ 44,500 บาท	100	4.38	0.431			
ด้านราคา	< 44,500 บาท	110	3.85	0.656	-1.314	208	0.190
	≥ 44,500 บาท	100	3.96	0.586			
ด้านสถานที่	< 44,500 บาท	110	4.31	0.508	-1.455	208	0.147
	≥ 44,500 บาท	100	4.41	0.484			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	< 44,500 บาท	110	4.11	0.510	-1.441	208	0.151
	≥ 44,500 บาท	100	4.21	0.478			
ด้านบุคคล	< 44,500 บาท	110	4.28	0.456	-0.785	208	0.433
	≥ 44,500 บาท	100	4.32	0.460			
ด้านกระบวนการให้บริการ	< 44,500 บาท	110	4.31	0.442	-1.257	208	0.210
	≥ 44,500 บาท	100	4.39	0.446			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	< 44,500 บาท	110	4.33	0.452	-0.965	208	0.336
	≥ 44,500 บาท	100	4.39	0.474			



ตาราง 17 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขานครสวรรค์	เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	เกรดต่ำ	91	4.30	0.471	-1.381	208	0.169
	เกรดสูง	119	4.39	0.437			
ด้านราคา	เกรดต่ำ	91	3.96	0.629	1.220	208	0.224
	เกรดสูง	119	3.85	0.620			
ด้านสถานที่	เกรดต่ำ	91	4.33	0.474	-0.716	208	0.475
	เกรดสูง	119	4.38	0.516			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	เกรดต่ำ	91	4.14	0.531	-0.274	208	0.784
	เกรดสูง	119	4.16	0.470			
ด้านบุคคล	เกรดต่ำ	91	4.29	0.458	-0.351	208	0.726
	เกรดสูง	119	4.31	0.458			
ด้านกระบวนการให้บริการ	เกรดต่ำ	91	4.33	0.427	-0.577	208	0.565
	เกรดสูง	119	4.36	0.459			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	เกรดต่ำ	91	4.34	0.470	-0.532	208	0.595
	เกรดสูง	119	4.37	0.459			
สาขานครสวรรค์	ระยะเวลาที่เรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	< 14 เดือน	144	4.33	0.448	-0.913	208	0.362
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.39	0.465			
ด้านราคา	< 14 เดือน	144	4.00	0.593	3.382	208	0.001*
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	3.69	0.645			
ด้านสถานที่	< 14 เดือน	144	4.33	0.477	-1.101	208	0.272
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.41	0.541			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	< 14 เดือน	144	4.18	0.482	1.066	208	0.287
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.10	0.526			
ด้านบุคคล	< 14 เดือน	144	4.30	0.444	-0.063	115.62	0.952
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.30	0.490			
ด้านกระบวนการให้บริการ	< 14 เดือน	144	4.34	0.403	-0.267	101.14	0.809
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.36	0.528			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	< 14 เดือน	144	4.35	0.438	-0.126	208	0.900
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.36	0.517			

ตาราง 17 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขานครสวรรค์	จำนวนชั่วโมงเรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.32	0.440	-1.808	208	0.072
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.45	0.482			
ด้านราคา	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	3.96	0.594	2.318	208	0.021*
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	3.73	0.686			
ด้านสถานที่	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.33	0.465	-1.526	75.887	0.175
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.45	0.580			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.17	0.458	0.812	73.666	0.478
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.11	0.598			
ด้านบุคคล	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.27	0.415	-1.535	208	0.126
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.38	0.562			
ด้านกระบวนการให้บริการ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.34	0.422	-0.150	77.288	0.892
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.35	0.511			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างใน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ รายได้ผู้ปกครองโดยเฉลี่ยต่อเดือน เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มี โปรแกรมการเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มี โปรแกรมการเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยนักเรียนสายวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักเรียนสายศิลปศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาที่เรียน และจำนวนชั่วโมงเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาที่เรียน และ จำนวนชั่วโมงเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยนักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน < 14 เดือนมีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อด้านราคา มากกว่านักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน ≥ 14 เดือนขึ้นไป

โดยนักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน < 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์มีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อด้านราคา มากกว่านักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน ≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ขึ้นไป

ตาราง 18 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	2.705*	4	205	0.032
ด้านราคา	1.187	4	205	0.317
ด้านสถานที่	1.256	4	205	0.288
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1.103	4	205	0.356
ด้านบุคคล	3.261*	4	205	0.013
ด้านกระบวนการให้บริการ	1.777	4	205	0.135

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 18 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามอายุ พบว่า

สำหรับทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ และ ด้านบุคคล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.032 และ 0.013 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ และ ด้านบุคคลการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขา

นครสวรรค์ (จำแนกตามอายุ) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 19)

ทัศนคติต่อด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.317, 0.288, 0.356, 0.135 และ 0.162 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของทัศนคติต่อด้านราคา ด้านสถานที่ ด้าน

การส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามอายุ) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 20)

ตาราง 19 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านด้านผลิตภัณฑ์ / บริการและบุคคล
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามอายุ
ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	Brown – Forsyth	2.432*	4	72.641	0.055
ด้านบุคคล	Brown – Forsyth	0.565	4	22.445	0.690

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 19 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุกับด้านผลิตภัณฑ์ / บริการและด้านบุคคล เมื่อพิจารณา ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการและด้านบุคคล พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.055 และ 0.690 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการและด้านบุคคล ไม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 20 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด
กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเซ็ปต์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามอายุ ใช้สถิติ F-test
(n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.418	4	0.354	0.906	0.461
	ภายในกลุ่ม	80.184	205	0.391		
	รวม	81.602	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	0.696	4	0.174	0.698	0.594
	ภายในกลุ่ม	51.116	205	0.249		
	รวม	51.812	209			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.218*	4	0.304	1.243	0.294
	ภายในกลุ่ม	50.225	205	0.245		
	รวม	51.443	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.957	4	0.239	1.214	0.306
	ภายในกลุ่ม	40.380	205	0.197		
	รวม	41.337	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 20 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อพิจารณา พบว่า ทัศนคติต่อด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.461, 0.594, 0.294, 0.306 และ 0.139 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 21 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านระดับชั้น

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	2.016	2	207	0.136
ด้านราคา	1.165	2	207	0.314
ด้านสถานที่	0.816	2	207	0.444
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1.004	2	207	0.368
ด้านบุคคล	0.355	2	207	0.701
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.049	2	207	0.952

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 21 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามระดับชั้น พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.136, 0.314, 0.444, 0.368, 0.701, 0.952 และ 0.0.073 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามระดับชั้น)มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 22)

ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างด้านระดับชั้น กับทัศนคติของส่วนประสมทาง
การตลาดบริการ 7 ด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต
สาขานครสวรรค์ ใช้สถิติ F -test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.732	2	0.366	1.797	0.168
	ภายในกลุ่ม	42.162	207	0.204		
	รวม	42.894	209			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.463	2	0.232	0.591	0.555
	ภายในกลุ่ม	81.139	207	0.392		
	รวม	81.602	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	0.066	2	0.033	0.131	0.877
	ภายในกลุ่ม	51.746	207	0.250		
	รวม	51.812	209			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.541	2	0.271	1.100	0.335
	ภายในกลุ่ม	50.902	207	0.246		
	รวม	51.443	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.134	2	0.067	0.319	0.727
	ภายในกลุ่ม	43.610	207	0.211		
	รวม	43.744	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.367	2	0.184	0.927	0.397
	ภายในกลุ่ม	40.970	207	0.198		
	รวม	41.337	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.112	2	0.556	2.636	0.074
	ภายในกลุ่ม	43.653	207	0.211		
	รวม	44.764	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 22 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อพิจารณา พบว่า ทั้ง 7 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.168, 0.555, 0.877, 0.335, 0.727, 0.397 และ 0.074 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 23 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์
ด้านอาชีพผู้ปกครอง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	4.175*	5	204	0.001
ด้านราคา	1.028	5	204	0.401
ด้านสถานที่	4.042*	5	204	0.002
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1.564	5	204	0.163
ด้านบุคคล	3.872*	5	204	0.002
ด้านกระบวนการให้บริการ	1.730	5	204	0.129

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 23 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง พบว่า สำหรับทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ และด้านบุคคล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001, 0.002 และ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ และด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 24)

ทัศนคติต่อด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.317, 0.288, 0.356, 0.135 และ 0.162 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของทัศนคติต่อด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 25

ตาราง 24 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์บริการ สถานที่ และบุคคล
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตาม
อาชีพผู้ปกครอง ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	Brown – Forsyth	0.750	5	15.048	0.599
ด้านสถานที่	Brown – Forsyth	1.143	5	12.624	0.388
ด้านบุคคล	Brown – Forsyth	1.980	5	15.699	0.138

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 24 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอาชีพผู้ปกครองกับด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ และด้านบุคคล เมื่อพิจารณา ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ และด้านบุคคล พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.599, 0.388 และ 0.138 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ และด้านบุคคล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 25 การทดสอบความแตกต่างอาชีพผู้ปกครอง กับทัศนคติส่วนประสมทาง
การตลาดบริการ ราคา การส่งเสริมทางการตลาด กระบวนการให้บริการและ
ลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์
สาขานครสวรรค์ โดยใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.343	5	0.669	1.743	0.126
	ภายในกลุ่ม	78.259	204	0.392		
	รวม	81.602	209			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.151	5	0.430	1.781	0.118
	ภายในกลุ่ม	49.292	204	0.242		
	รวม	51.443	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.927	5	0.185	0.936	0.459
	ภายในกลุ่ม	40.410	204	0.198		
	รวม	41.337	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.254	5	0.251	1.176	0.322
	ภายในกลุ่ม	43.511	204	0.213		
	รวม	44.764	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 25 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อด้าน
ราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทาง
กายภาพ เมื่อพิจารณา พบว่า ทัศนคติต่อด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน
กระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.126, 0.118, 0.459
และ 0.322 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁)
หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อ ด้านราคา ด้านการ
ส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 26 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านระดับ
การศึกษาผู้ปกครอง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	2.157	5	204	0.060
ด้านราคา	0.985	5	204	0.428
ด้านสถานที่	3.223*	5	204	0.008
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.720	5	204	0.609
ด้านบุคคล	1.965	5	204	0.085
ด้านกระบวนการให้บริการ	1.428	5	204	0.215
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.490*	5	204	0.005

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 26 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง พบว่า สำหรับทัศนคติต่อด้านสถานที่ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 และ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านสถานที่ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 27)

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.060, 0.428, 0.609 0.085 และ 0.215 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 28)

ตาราง 27 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพ
โรงเรียนกวตวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษา
ผู้ปกครอง ใช้สถิติ Brown – Forsythe (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านสถานที่	Brown – Forsyth	1.058	5	47.857	0.395
ด้านลักษณะทางกายภาพ	Brown – Forsyth	0.574	5	47.590	0.720

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 27 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาผู้ปกครองกับด้านสถานที่ และด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อพิจารณา ด้านสถานที่ และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.395 และ 0.720 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาผู้ปกครองแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านสถานที่ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 28 การทดสอบความแตกต่างระดับการศึกษาผู้ปกครอง กับทัศนคติส่วนประสม
ทางการตลาดบริการ ผลลัพธ์ / บริการ ราคา การส่งเสริมทางการตลาด
บุคคล และกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็น
คอนเสิร์ต สาขานครสวรรค์ ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลลัพธ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.183	5	0.237	1.157	0.331
	ภายในกลุ่ม	41.711	204	0.204		
	รวม	42.894	209			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.489	5	0.298	0.758	0.581
	ภายในกลุ่ม	80.113	204	0.393		
	รวม	81.602	209			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.878	5	0.176	0.708	0.618
	ภายในกลุ่ม	50.566	204	0.248		
	รวม	51.443	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.046	5	0.209	1.000	0.419
	ภายในกลุ่ม	42.698	204	0.209		
	รวม	43.744	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.314	5	0.063	0.313	0.905
	ภายในกลุ่ม	41.023	204	0.201		
	รวม	41.337	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 28 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาผู้ปกครอง กับด้านผลลัพธ์ / บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อพิจารณา พบว่า ด้านผลลัพธ์ / บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.331, 0.581, 0.618, 0.419 และ 0.905 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านผลลัพธ์ / บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 29 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านจำนวน
หลักสูตรต่อปี

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	0.849	3	206	0.469
ด้านราคา	0.478	3	206	0.698
ด้านสถานที่	0.346	3	206	0.792
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.478	3	206	0.698
ด้านบุคคล	1.330	3	206	0.266
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.024	3	206	0.995
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.590	3	206	0.622

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 29 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามจำนวนหลักสูตรต่อปี
พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้าน
สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทาง
กายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.469, 0.698, 0.792, 0.698, 0.266, 0.995 และ 0.622 ซึ่งมีค่า
มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ
ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้าน
ลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตาม
จำนวนหลักสูตรต่อปี) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 30)



ตาราง 30 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตาม
จำนวนหลักสูตรต่อปี ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.380	3	0.793	4.034	0.008*
	ภายในกลุ่ม	40.514	206	0.197		
	รวม	42.894	209			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.810	3	0.270	0.689	0.560
	ภายในกลุ่ม	80.791	206	0.392		
	รวม	81.602	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2.024	3	0.675	2.792	0.041*
	ภายในกลุ่ม	49.788	206	0.242		
	รวม	51.812	209			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.028	3	0.009	0.038	0.990
	ภายในกลุ่ม	51.415	206	0.250		
	รวม	51.443	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.710	3	0.570	2.794	0.041*
	ภายในกลุ่ม	42.033	206	0.204		
	รวม	43.744	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.024	3	0.675	3.534	0.016*
	ภายในกลุ่ม	39.313	206	0.191		
	รวม	41.337	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.517	3	0.172	0.803	0.494
	ภายในกลุ่ม	44.247	206	0.215		
	รวม	44.764	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 30 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาผู้ปกครอง กับด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อพิจารณา พบว่า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.560, 0.990 และ 0.494 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกันมีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการ จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรต่อปี ดังนี้ (ตาราง 31 - 34)

ตาราง 31 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปี รายคู่ ใช้สถิติ LSD ($n = 210$)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2 หลักสูตร	3 หลักสูตร	> 3 หลักสูตรขึ้นไป
		4.28	4.32	4.61	4.42
1หลักสูตร	4.28	-	-	- 0.32* (0.001)	-
2 หลักสูตร	4.32	-	-	- 0.28* (0.003)	-
3 หลักสูตร	4.61	0.32	0.28	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.42	-	-	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนที่เรียน 1 หลักสูตรต่อปีและ 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์

สาขานครสวรรค์ น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรวิชาต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32 และ 0.31

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 32 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านสถานที่ โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปี
รายคู่ โดยใช้สถิติ LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2 หลักสูตร	3 หลักสูตร	> 3 หลักสูตรขึ้นไป
		4.41	4.26	4.54	4.37
1หลักสูตร	4.41	-	-	-	-
2 หลักสูตร	4.26	-	-	- 0.28* (0.008)	-
3 หลักสูตร	4.54	-	0.28	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.37	-	-	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อด้านสถานที่ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 33 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
เอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปีรายคู่
ใช้สถิติ LSD ($n = 210$)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1 หลักสูตร	2 หลักสูตร	3 หลักสูตร	> 3 หลักสูตรขึ้นไป
		4.28	4.32	4.61	4.42
1 หลักสูตร	4.28	-	-	- 0.24* (0.014)	-
2 หลักสูตร	4.32	-	-	- 0.26* (0.006)	-
3 หลักสูตร	4.61	0.24	0.26	-	-
> 3 หลักสูตรขึ้นไป	4.42	-	-	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนที่เรียน 1 หลักสูตรต่อปีและ 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 และ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 – 6 ที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อด้านบุคคล ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ น้อยกว่านักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24 และ 0.26

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการโรงเรียนกวด
วิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อ
ปีรายคู่ ใช้สถิติ LSD ($n = 210$)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2 หลักสูตร	3 หลักสูตร	> 3 หลักสูตรขึ้นไป
		4.38	4.27	4.56	4.22
1 หลักสูตร	4.38	-	-	-	-
2 หลักสูตร	4.27	-	-	- 0.29* (0.002)	-
3 หลักสูตร	4.56	-	0.29	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.22	-	-	0.33	- 0.33* (0.047)

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

1. นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรวิชาต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อด้านกระบวนการให้บริการ ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ น้อยกว่านักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

2. นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียนมากกว่า 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 3 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อด้านกระบวนการให้บริการ ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ น้อยกว่านักเรียน ที่เรียนมากกว่า 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

ตาราง 35 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านระดับการศึกษาผู้ปกครอง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	3.221	3	206	0.024*
ด้านราคา	2.491	3	206	0.061
ด้านสถานที่	3.467	3	206	0.017*
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	2.732	3	206	0.045*
ด้านบุคคล	1.412	3	206	0.240
ด้านกระบวนการให้บริการ	5.762	3	206	0.001*
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.059	3	206	0.107

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 35 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง พบว่า

สำหรับทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.024, 0.017, 0.045 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 36)

ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.061, 0.240 และ 0.107 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านราคา ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 37)

ตาราง 36 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อต้านผลิตภัณฑ์ / บริการ สถานที่ การ
ส่งเสริมทางการตลาด และกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเซ็ปต์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย
ต่อภาคเรียน ใช้สถิติ Brown – Forsythe (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	Brown – Forsyth	0.234	3	3.694	0.868
ด้านสถานที่	Brown – Forsyth	0.446	3	4.833	0.731
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	Brown – Forsyth	0.188	3	4.525	0.900
ด้านกระบวนการให้บริการ	Brown – Forsyth	0.152	3	5.675	0.924

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 36 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาผู้ปกครอง
กับด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ
เมื่อพิจารณา ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้าน
กระบวนการให้บริการ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.868,0.731, 0.900 และ 0.924 ซึ่งมากกว่า 0.05
นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 4
ด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 37 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อต้านราคา บุคคล และลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียนเป็นรายคู่ ใช้สถิติ F-test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.851	3	0.284	0.723	0.539
	ภายในกลุ่ม	80.751	206	0.392		
	รวม	81.602	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.710	3	0.467	2.271	0.081
	ภายในกลุ่ม	42.344	206	0.206		
	รวม	43.744	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.120	3	0.040	0.184	0.907
	ภายในกลุ่ม	44.645	206	0.217		
	รวม	44.764	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 37 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน กับด้านราคา ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อพิจารณา พบว่า ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.539, 0.081 และ 0.907 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อต้านด้านราคา ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 38 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านระดับ
การศึกษาผู้ปกครอง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	2.096	3	206	0.102
ด้านราคา	0.463	3	206	0.708
ด้านสถานที่	1.270	3	206	0.286
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1.091	3	206	0.354
ด้านบุคคล	0.852	3	206	0.467
ด้านกระบวนการให้บริการ	1.516	3	206	0.211
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.567	3	206	0.638

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 38 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของทัศนคติส่วนประสมทาง
การตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขานครสวรรค์ จำแนกตามระดับ
การศึกษาผู้ปกครอง พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้าน
กระบวนการให้บริการ มีและด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.102, 0.708, 0.286,
0.354, 0.467, 0.211 และ 0.638 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่า
ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขา
นครสวรรค์ (จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบ
แบบ F-test (ตาราง 39)

ตาราง 39 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติส่วนบุคคลส่วนประสมทางบริการ 7 ด้าน โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามค่าใช้จ่าย
โดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.290	3	0.097	0.468	0.705
	ภายในกลุ่ม	42.604	206	0.197		
	รวม	42.894	209			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.932	3	0.311	0.793	0.499
	ภายในกลุ่ม	80.670	206	0.392		
	รวม	81.602	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	0.646	3	0.215	0.867	0.459
	ภายในกลุ่ม	51.166	206	0.248		
	รวม	51.812	209			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.663	3	0.221	0.897	0.444
	ภายในกลุ่ม	50.780	206	0.247		
	รวม	51.443	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.869	3	0.623	3.065	0.029*
	ภายในกลุ่ม	41.875	206	0.203		
	รวม	43.744	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.568	3	0.189	0.957	0.414
	ภายในกลุ่ม	40.769	206	0.198		
	รวม	41.337	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.471	3	0.157	0.732	0.535
	ภายในกลุ่ม	44.292	206	0.215		
	รวม	44.764	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 39 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร กับด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.560, 0.990 และ

0.494 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ มีและด้าน ลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกันมีทัศนคติต่อ ด้านบุคคล จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรต่อปี ดังนี้ (ตาราง 40)

ตาราง 40 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ เอ็นคอนเสิร์ต สาขานครสวรรค์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร รายคู่ ใช้สถิติ LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1,500	2,000	2,500	> 3,000 บาทขึ้นไป
		-	-	-	-
		1,999 บาท	2,499 บาท	2,999 บาท	
		4.61	4.46	4.24	4.27
1,500 - 1,999 บาท	4.61	-	-	-	-
2,000 - 2,499 บาท	4.46	-	-	0.22* (0.008)	-
2,500 - 2,999 บาท	4.24	-	- 0.22	-	-
> 3,000 บาทขึ้นไป	4.27	-	-	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร กับ นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขานครสวรรค์ มากกว่านักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อภาคเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ส่วนอื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ความแตกต่างของทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มลักษณะทั่วไปผู้เรียนและพฤติกรรมผู้เรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน

ตาราง 41 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ระหว่างกลุ่มลักษณะทั่วไปผู้เรียนที่มี เพศ โปรแกรมเรียน รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม ระยะเวลาเรียน และจำนวนชั่วโมงเรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขาพิษณุโลก	เพศ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ชาย	43	4.35	0.464	0.310	208	0.757
	หญิง	167	4.32	0.464			
ด้านราคา	ชาย	43	3.79	0.649	0.344	208	0.731
	หญิง	167	3.75	0.683			
ด้านสถานที่	ชาย	43	4.47	0.504	1.349	208	0.179
	หญิง	167	4.34	0.506			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ชาย	43	4.15	0.618	0.973	208	0.350
	หญิง	167	4.06	0.582			
ด้านบุคคล	ชาย	43	4.35	0.477	0.281	208	0.779
	หญิง	167	4.33	0.452			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ชาย	43	4.25	0.618	0.001	208	0.999
	หญิง	167	4.25	0.516			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	43	4.35	0.537	0.219	208	0.827
	หญิง	167	4.34	0.489			

ตาราง 41 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขาพิษณุโลก	โปรแกรมการเรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	วิทยาศาสตร์	168	4.37	0.454	2.467	208	0.014*
	ศิลปศาสตร์	42	4.17	0.472			
ด้านราคา	วิทยาศาสตร์	168	3.74	0.718	- 0.837	208	0.405
	ศิลปศาสตร์	42	3.82	0.463			
ด้านสถานที่	วิทยาศาสตร์	168	4.39	0.501	1.357	208	0.176
	ศิลปศาสตร์	42	4.27	0.525			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	วิทยาศาสตร์	168	4.09	0.608	0.607	208	0.545
	ศิลปศาสตร์	42	4.03	0.510			
ด้านบุคคล	วิทยาศาสตร์	168	4.37	0.455	2.428	208	0.016*
	ศิลปศาสตร์	42	4.19	0.439			
ด้านกระบวนการให้บริการ	วิทยาศาสตร์	168	4.27	0.540	1.044	208	0.298
	ศิลปศาสตร์	42	4.17	0.524			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	วิทยาศาสตร์	168	4.36	0.495	1.047	208	0.296
	ศิลปศาสตร์	42	4.27	0.509			
สาขาพิษณุโลก	รายได้ผู้ปกครองต่อเดือน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	< 44,500 บาท	126	4.31	0.458	-0.712	208	0.477
	≥ 44,500 บาท	84	4.36	0.472			
ด้านราคา	< 44,500 บาท	126	3.77	0.643	0.429	208	0.669
	≥ 44,500 บาท	84	3.73	0.722			
ด้านสถานที่	< 44,500 บาท	126	4.36	0.519	-0.413	208	0.680
	≥ 44,500 บาท	84	4.38	0.490			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	< 44,500 บาท	126	4.06	0.576	-0.569	208	0.570
	≥ 44,500 บาท	84	4.11	0.611			
ด้านบุคคล	< 44,500 บาท	126	4.32	0.439	-0.808	208	0.420
	≥ 44,500 บาท	84	4.37	0.484			
ด้านกระบวนการให้บริการ	< 44,500 บาท	126	4.21	0.527	-1.280	208	0.202
	≥ 44,500 บาท	84	4.31	0.550			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	< 44,500 บาท	126	4.31	0.496	-0.898	208	0.370
	≥ 44,500 บาท	84	4.38	0.501			

ตาราง 41 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขาพิษณุโลก	เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	เกรดต่ำ	86	4.21	0.500	-3.171	208	0.002*
	เกรดสูง	124	4.41	0.418			
ด้านราคา	เกรดต่ำ	86	3.75	0.619	-0.480	208	0.883
	เกรดสูง	124	3.76	0.713			
ด้านสถานที่	เกรดต่ำ	86	4.25	0.527	-2.952	208	0.004*
	เกรดสูง	124	4.45	0.468			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	เกรดต่ำ	86	4.01	0.545	-1.284	208	0.201
	เกรดสูง	124	4.12	0.617			
ด้านบุคคล	เกรดต่ำ	86	4.16	0.504	-4.589	208	0.000*
	เกรดสูง	124	4.46	0.379			
ด้านกระบวนการให้บริการ	เกรดต่ำ	86	4.07	0.546	-4.244	208	0.000*
	เกรดสูง	124	4.37	0.495			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	เกรดต่ำ	86	4.20	0.515	-3.521	208	0.001*
	เกรดสูง	124	4.44	0.463			
สาขาพิษณุโลก	ระยะเวลาที่เรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	< 14 เดือน	154	4.30	0.463	-1.567	208	0.119
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.41	0.457			
ด้านราคา	< 14 เดือน	154	3.78	0.625	0.834	80.77	0.407
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	3.68	0.798			
ด้านสถานที่	< 14 เดือน	154	4.32	0.514	-2.243	208	0.026*
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.50	0.468			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	< 14 เดือน	154	4.10	0.572	1.039	208	0.300
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.01	0.634			
ด้านบุคคล	< 14 เดือน	154	4.31	0.450	-1.308	208	0.192
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.40	0.473			
ด้านกระบวนการให้บริการ	< 14 เดือน	154	4.23	0.513	-0.665	208	0.507
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.29	0.556			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	< 14 เดือน	154	4.33	0.504	-0.489	208	0.625
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.37	0.485			



ตาราง 41 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขาพิษณุโลก	จำนวนชั่วโมงเรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.31	0.479	-1.256	208	0.211
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.42	0.356			
ด้านราคา	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	3.77	0.657	0.585	208	0.559
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	3.69	0.769			
ด้านสถานที่	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.36	0.516	-0.247	208	0.806
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.39	0.458			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.07	0.576	-0.469	208	0.639
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.12	0.664			
ด้านบุคคล	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.32	0.467	-1.064	208	0.289
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.41	0.398			
ด้านกระบวนการให้บริการ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.24	0.546	-0.652	208	0.515
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.30	0.493			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างใน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ รายได้ผู้ปกครองโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนชั่วโมงเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มี โปรแกรมการเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มี โปรแกรมการเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ และด้านบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

0.05 โดยนักเรียนสายวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการและด้านบุคคล มากกว่านักเรียนสายศิลปศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มี เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มี เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับสูงมีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสมระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มี ระยะเวลาที่เรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มี ระยะเวลาที่เรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยนักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน ≥ 14 เดือนขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อด้านราคา มากกว่านักเรียนที่มีระยะเวลาที่เรียน < 14 เดือน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 42 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านอายุ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	2.752*	4	205	0.029
ด้านราคา	0.905	4	205	0.462
ด้านสถานที่	1.534	4	205	0.194
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.685*	4	205	0.006
ด้านบุคคล	1.221	4	205	0.303
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.973*	4	205	0.020
ด้านลักษณะทางกายภาพ	1.938	4	205	0.106

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 42 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามอายุ พบว่า

สำหรับทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.029, 0.006 และ 0.020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามอายุ) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 43)

ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.462, 0.194, 0.303 และ 0.106 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามอายุ) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 44)

ตาราง 43 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ บุคคล และ
กระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต
สาขาพิษณุโลก จำแนกตามอายุ ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	Brown – Forsyth	0.727	4	55.859	0.577
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	Brown – Forsyth	1.103	4	28.172	0.374
ด้านกระบวนการให้บริการ	Brown – Forsyth	0.284	4	16.190	0.884

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 43 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ กับด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อพิจารณา ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.577, 0.374 และ 0.884 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 44 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านด้านราคา สถานที่ บุคคลและ
ลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเซ็ปท์ สาขา
พิษณุโลก จำแนกตามอายุ ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.324	4	0.831	1.856	0.120
	ภายในกลุ่ม	91.804	205	0.448		
	รวม	95.128	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	1.160	4	0.290	1.132	0.342
	ภายในกลุ่ม	52.501	205	0.256		
	รวม	53.660	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.255	4	0.314	1.518	0.198
	ภายในกลุ่ม	42.373	205	0.207		
	รวม	43.628	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.549	4	0.137	0.549	0.700
	ภายในกลุ่ม	51.284	205	0.250		
	รวม	51.832	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 44 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ กับด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.120, 0.342, 0.198 และ 0.700 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 45 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านระดับชั้น

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	2.317	2	207	0.101
ด้านราคา	3.722*	2	207	0.026
ด้านสถานที่	0.423	2	207	0.656
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	8.268*	2	207	0.000
ด้านบุคคล	2.433	2	207	0.090
ด้านกระบวนการให้บริการ	1.026	2	207	0.360
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.208	2	207	0.113

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 45 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามระดับชั้น พบว่า

สำหรับทัศนคติต่อด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.026 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามระดับชั้น) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง ก 46 -47)

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.101, 0.656, 0.090, 0.360 และ 0.113 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามระดับชั้น) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 48)

ตาราง 46 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านราคา และการส่งเสริมทาง
การตลาด โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก
จำแนกตามระดับชั้น ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านราคา	Brown – Forsyth	5.986*	2	196.68	0.003*
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	Brown – Forsyth	2.053	2	186.70	0.131

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 46 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับชั้น กับด้านราคา เมื่อพิจารณา ด้านราคา พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับชั้น กับด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณา ด้านด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.131 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา แตกต่างกันหรือไม่ในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Dunnett's T3 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มอายุ ดังนี้ (ตาราง 47)

ตาราง 47 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อต้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
เอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกระดับชั้นรายคู่ ใช้สถิติ Dunnett's T3
(n = 210)

ระดับชั้น	ค่าเฉลี่ย	ม.4	ม.5	ม.6
		3.98	3.63	3.66
ม.4	3.98	-	0.35* (0.002)	0.32* (0.005)
ม.5	3.63	- 0.35	-	-
ม.6	3.66	- 0.32	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 กับ มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 และ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 มีทัศนคติต่อต้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก มากกว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35 และ 0.32

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 48 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ สถานที่
บุคคล กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเซ็ปต์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามระดับชั้น
ใช้สถิติ F -test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.643	2	0.317	1.486	0.229
	ภายในกลุ่ม	44.182	207	0.213		
	รวม	44.816	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	0.507	2	0.253	0.987	0.375
	ภายในกลุ่ม	53.154	207	0.257		
	รวม	53.660	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.181	2	0.090	0.431	0.650
	ภายในกลุ่ม	43.447	207	0.210		
	รวม	43.628	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.295	2	0.148	0.509	0.602
	ภายในกลุ่ม	60.000	207	0.290		
	รวม	60.295	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.272	2	0.636	2.604	0.076
	ภายในกลุ่ม	50.560	207	0.244		
	รวม	51.832	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 48 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับชั้น กับด้าน
ผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทาง
กายภาพ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.229, 0.375, 0.650, 0.602 และ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ
ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี
ระดับชั้น แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้าน

กระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 49 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านอาชีพ
ผู้ปกครอง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	2.097	5	204	0.067
ด้านราคา	0.240	5	204	0.944
ด้านสถานที่	0.428	5	204	0.829
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.606	5	204	0.696
ด้านบุคคล	1.369	5	204	0.237
ด้านกระบวนการให้บริการ	1.471	5	204	0.201
ด้านลักษณะทางกายภาพ	1.173	5	204	0.323

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 49 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.067, 0.944, 0.829, 0.696, 0.237, 0.201 และ 0.323 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 50)

ตาราง 50 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก จำแนกตาม
ระดับชั้น ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.392	5	0.278	1.308	0.262
	ภายในกลุ่ม	43.424	204	0.213		
	รวม	44.816	209			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.620	5	0.524	1.155	0.333
	ภายในกลุ่ม	92.128	204	0.453		
	รวม	95.128	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	1.086	5	0.217	0.843	0.521
	ภายในกลุ่ม	52.574	204	0.258		
	รวม	53.660	209			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.618	5	0.524	1.526	0.183
	ภายในกลุ่ม	69.985	204	0.343		
	รวม	72.604	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.548	5	0.310	1.501	0.191
	ภายในกลุ่ม	42.080	204	0.206		
	รวม	43.628	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.957	5	0.191	0.658	0.656
	ภายในกลุ่ม	59.338	204	0.291		
	รวม	60.295	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.644	5	0.329	1.337	0.250
	ภายในกลุ่ม	50.188	204	0.246		
	รวม	51.832	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 50 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับชั้น กับด้าน
ผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้าน
กระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.262, 0.333, 0.521,
0.183, 0.191, 0.656 และ 0.250 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ
สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้าน
ผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้าน
กระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 51 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านการศึกษา
ของผู้ปกครอง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	1.201	5	204	0.310
ด้านราคา	1.191	5	204	0.315
ด้านสถานที่	0.701	5	204	0.623
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.995	5	204	0.422
ด้านบุคคล	0.365	5	204	0.872
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.729	5	204	0.603
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.644	5	204	0.666

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 51 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของทัศนคติส่วนประสมทาง
การตลาดบริการ โรงเรียนกวศวิชาวภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามระดับ
การศึกษาของผู้ปกครอง พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล
ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.310, 0.315, 0.623,

0.422, 0.872, 0.603 และ 0.666 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 52)

ตาราง 52 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตาม
ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.349	5	0.070	0.321	0.900
	ภายในกลุ่ม	44.467	204	0.218		
	รวม	44.816	209			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.014	5	0.403	0.882	0.494
	ภายในกลุ่ม	93.114	204	0.456		
	รวม	95.128	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	0.494	5	0.099	0.379	0.863
	ภายในกลุ่ม	53.166	204	0.261		
	รวม	53.660	209			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.206	5	0.441	1.279	0.274
	ภายในกลุ่ม	70.397	204	0.345		
	รวม	72.604	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.326	5	0.065	0.307	0.908
	ภายในกลุ่ม	43.302	204	0.212		
	รวม	43.628	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.584	5	0.117	0.399	0.849
	ภายในกลุ่ม	59.711	204	0.293		
	รวม	60.295	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.957	5	0.191	0.768	0.574
	ภายในกลุ่ม	50.875	204	0.249		
	รวม	51.832	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 52 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครองกับด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.900, 0.494, 0.863, 0.274, 0.908, 0.849 และ 0.574 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 53 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านจำนวนหลักสูตรต่อปี

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	0.536	3	206	0.658
ด้านราคา	4.602*	3	206	0.004
ด้านสถานที่	1.866	3	206	0.136
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.075	3	206	0.974
ด้านบุคคล	2.533	3	206	0.058
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.680	3	206	0.565
ด้านลักษณะทางกายภาพ	1.451	3	206	0.229

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 53 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามจำนวนหลักสูตรต่อปี พบว่า

สำหรับทัศนคติต่อด้านราคา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านด้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเกินคอน

เสีปท์ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามจำนวนหลักสูตรต่อปี) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 54)

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.658, 0.136, 0.974, 0.058, 0.565 และ 0.229 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสีปท์ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามจำนวนหลักสูตรต่อปี) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง ก 55 - 61)

ตาราง 54 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านราคา โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสีปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามจำนวนหลักสูตร
ต่อปี ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านราคา	Brown – Forsyth	1.074	3	69.596	0.366

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 54 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับชั้น กับด้านราคา เมื่อพิจารณา ด้านราคา พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.366 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่าง กัน มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 55 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้าน
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตาม
จำนวนหลักสูตรต่อปี ใช้สถิติ F-test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.604	3	0.868	4.236	0.006*
	ภายในกลุ่ม	42.212	206	0.205		
	รวม	44.816	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3.078	3	1.026	4.178	0.007*
	ภายในกลุ่ม	50.583	206	0.246		
	รวม	53.660	209			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.839	3	0.946	2.795	0.041*
	ภายในกลุ่ม	69.764	206	0.339		
	รวม	72.604	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	2.838	3	0.946	4.778	0.003*
	ภายในกลุ่ม	40.789	206	0.198		
	รวม	43.628	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.729	3	1.576	5.844	0.001*
	ภายในกลุ่ม	55.566	206	0.270		
	รวม	60.295	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.114	3	0.705	2.919	0.035*
	ภายในกลุ่ม	49.719	206	0.241		
	รวม	51.832	209			
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.604	3	0.868	4.236	0.006*
	ภายในกลุ่ม	42.212	206	0.205		
	รวม	44.816	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 55 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างจำนวนหลักสูตรต่อปี กับ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.006, 0.007, 0.041, 0.003, 0.001 และ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านด้าน ผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ มีและด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าการกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกันมีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้าน จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรต่อปี ดังนี้ (ตาราง ก 56 - 61)

ตาราง 56 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ โรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามจำนวนหลักสูตรต่อปี รายคู่ ใช้สถิติ LSD ($n = 210$)

จำนวนหลักสูตรต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2 หลักสูตร	3หลักสูตร	> 3หลักสูตรขึ้นไป
		4.30	4.25	4.54	4.56
1หลักสูตร	4.30	-	-	- 0.24* (0.022)	- 0.26* (0.034)
2 หลักสูตร	4.25	-	-	- 0.29* (0.005)	- 0.31* (0.011)
3 หลักสูตร	4.54	0.24	0.29	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.56	0.26	0.31	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

1. นักเรียนที่เรียน 1หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 และ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 1 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อย

กว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24 และ 0.26

2. นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 และ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อต้านผลิตภัณฑ์บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29 และ 0.31

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 57 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อต้านสถานที่ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปี รายคู่ โดยใช้สถิติ LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2 หลักสูตร	3หลักสูตร	> 3หลักสูตรขึ้นไป
		4.31	4.31	4.51	4.71
1หลักสูตร	4.31	-	-	-	- 0.40* (0.003)
2 หลักสูตร	4.31	-	-	-	- 0.40* (0.003)
3 หลักสูตร	4.51	-	-	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.71	0.40	0.40	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 57 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

1. นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 และ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อต้านสถานที่ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.40

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 58 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อการส่งเสริมทางการตลาด โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตร
ต่อปีรายคู่ ใช้สถิติ LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2 หลักสูตร	3หลักสูตร	> 3หลักสูตรขึ้นไป
		4.41	3.96	4.23	4.32
1หลักสูตร	4.41	-	-	-	-
2 หลักสูตร	3.96	-	-	- 0.27* (0.044)	- 0.36* (0.022)
3 หลักสูตร	4.23	-	0.27	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.32	-	0.36	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.044 และ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อการส่งเสริมทางการตลาด โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27 และ 0.36 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 59 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
เอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปีรายคู่
ใช้สถิติ LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2 หลักสูตร	3หลักสูตร	> 3หลักสูตรขึ้นไป
		4.27	4.29	4.48	4.67
1หลักสูตร	4.27	-	-	-	- 0.39* (0.001)
2 หลักสูตร	4.29	-	-	-	- 0.38* (0.002)
3 หลักสูตร	4.48	-	-	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.67	0.39	0.38	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 59 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า
นักเรียน ที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรวิชาต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า
Sig. เท่ากับ 0.001 และ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่านักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตร
ต่อปี มีทัศนคติต่อด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อย
กว่า นักเรียนที่เรียน> 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างเฉลี่ย
เท่ากับ 0.39 และ 0.38

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 60 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวด
วิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปี
รายคู่ ใช้สถิติ LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2 หลักสูตร	3หลักสูตร	> 3หลักสูตรขึ้นไป
		4.16	4.18	4.52	4.59
1หลักสูตร	4.16	-	-	- 0.36* (0.003)	- 0.43* (0.002)
2 หลักสูตร	4.18	-	-	- 0.33* (0.005)	- 0.40* (0.004)
3 หลักสูตร	4.52	0.36	0.33	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.59	0.43	0.40	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 60 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

1. นักเรียนที่เรียน 1 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 และ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 1 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.36 และ 0.43 ตามลำดับ

2. นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 และ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33 และ 0.40 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านบุคคล โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
เอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปีรายคู่ ใช้สถิติ LSD
(n = 210)

จำนวนหลักสูตรต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2 หลักสูตร	3หลักสูตร	> 3หลักสูตรขึ้นไป
		4.34	4.27	4.39	4.65
1หลักสูตร	4.34	-	-	-	- 0.31* (0.019)
2 หลักสูตร	4.27	-	-	-	- 0.38* (0.004)
3 หลักสูตร	4.39	-	-	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.65	0.31	0.38	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 61 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.019 และ 0.004 หมายความว่า นักเรียนชั้นที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี มีทัศนคติต่อด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อยกว่า นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31 และ 0.38 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 62 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านค่าใช้จ่าย
โดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	1.168	4	205	0.326
ด้านราคา	0.918	4	205	0.454
ด้านสถานที่	0.522	4	205	0.720
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1.862	4	205	0.119
ด้านบุคคล	1.643	4	205	0.165
ด้านกระบวนการให้บริการ	1.301	4	205	0.271
ด้านลักษณะทางกายภาพ	1.718	4	205	0.147

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 62 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.326, 0.454, 0.720, 0.119, 0.165, 0.271 และ 0.147 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 63)

ตาราง 63 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตาม
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.369	4	0.342	1.615	0.172
	ภายในกลุ่ม	43.447	205	0.212		
	รวม	44.816	209			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.445	4	1.111	2.512	0.043*
	ภายในกลุ่ม	90.684	205	0.442		
	รวม	95.128	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	1.180	4	0.295	1.152	0.333
	ภายในกลุ่ม	52.481	205	0.256		
	รวม	53.660	209			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.321	4	0.580	1.692	0.153
	ภายในกลุ่ม	70.283	205	0.348		
	รวม	72.604	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.238	4	0.310	1.497	0.204
	ภายในกลุ่ม	42.389	205	0.207		
	รวม	43.628	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.016	4	0.504	1.773	0.136
	ภายในกลุ่ม	58.279	205	0.284		
	รวม	60.295	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.982	4	0.495	2.038	0.090
	ภายในกลุ่ม	49.850	204	0.243		
	รวม	51.832	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 63 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร กับด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.560, 0.990 และ 0.494 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ มีและด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร แตกต่างกันมีทัศนคติต่อด้านราคา จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรต่อปี ดังนี้ (ตาราง 64)

ตาราง 64 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ เอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน รายคู่ ใช้สถิติ LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1,500	2,000	2,500	> 3,000 บาทขึ้นไป
		-	-	-	
		1,999 บาท	2,499 บาท	2,999 บาท	
		4.09	3.97	3.62	3.75
1,500 - 1,999 บาท	4.09	-	-	-	-
2,000 - 2,499 บาท	3.97	-	-	-	0.35* (0.004)
2,500 - 1,999 บาท	3.62	-	-	- 0.35	-
> 3,000 บาทขึ้นไป	3.75	-	-	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 64 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อภาคเรียน กับ นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อภาคเรียน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อภาคเรียน มีทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก มากกว่านักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อภาคเรียน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 65 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	2.216	4	205	0.079
ด้านราคา	0.272	4	205	0.896
ด้านสถานที่	0.784	4	205	0.536
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1.798	4	205	0.130
ด้านบุคคล	1.541	4	205	0.192
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.007	4	205	0.095
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.341	4	205	0.056

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 65 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.079, 0.896, 0.536, 0.130, 0.192, 0.095 และ 0.056 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่า

ความแปรปรวนของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 66)

ตาราง 66 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน
โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตาม
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.365	4	0.341	1.610	0.173
	ภายในกลุ่ม	43.451	205	0.221		
	รวม	44.816	209			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.404	4	1.101	2.488	0.045*
	ภายในกลุ่ม	90.724	205	0.443		
	รวม	95.128	209			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	1.225	4	0.306	1.197	0.313
	ภายในกลุ่ม	52.436	205	0.256		
	รวม	53.661	209			
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.673	4	0.668	1.959	0.102
	ภายในกลุ่ม	69.930	205	0.341		
	รวม	72.604	209			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.971	4	0.243	1.166	0.327
	ภายในกลุ่ม	42.657	205	0.208		
	รวม	43.628	209			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.672	4	0.418	1.462	0.215
	ภายในกลุ่ม	58.623	205	0.286		
	รวม	60.295	209			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.645	4	0.411	1.680	0.156
	ภายในกลุ่ม	50.187	205	0.245		
	รวม	51.832	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 66 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร กับด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.560, 0.990 และ 0.494 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ มีและด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกันมีทัศนคติต่อด้านราคา จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรต่อปี ดังนี้ (ตาราง 67)

ตาราง 67 แสดงความแตกต่างของทัศนคติต่อด้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
เอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร
รายคู่ ใช้สถิติ LSD ($n = 210$)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1,000	1,500	2,000	2,500	> 3,000 บาท
		-	-	-	-	
		1,499 บาท	1,999 บาท	2,499 บาท	2,999 บาท	ขึ้นไป
		4.07	4.06	3.87	3.61	3.90
1,000 - 1,499 บาท	4.07	-	-	-	-	-
1,500 - 1,999 บาท	4.06	-	-	-	-	-
2,000 - 2,499 บาท	3.87	-	-	-	0.26* (0.014)	-
2,500 - 1,999 บาท	3.61	-	-	- 0.26	-	0.29* (0.028)
> 3,000 บาทขึ้นไป	3.90	-	-	-	0.29	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 67 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

1. นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร กับ นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

หมายความว่า นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,000 - 2,499 บาทต่อหลักสูตร มีทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก มากกว่า นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตร อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26

2. นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตร กับ นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทขึ้นไปต่อหลักสูตร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,500 - 2,999 บาทต่อหลักสูตร มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขาพิษณุโลก น้อยกว่านักเรียนที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไปต่อหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 ความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มที่มีลักษณะทั่วไปผู้เรียนและพฤติกรรมผู้เรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต สาขานครสวรรค์ แตกต่างกัน

ตาราง 68 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน กับด้านเพศ
โปรแกรมเรียน รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม
ระยะเวลาเรียน และจำนวนชั่วโมงเรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขา
นครสวรรค์ แตกต่างกัน (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขานครสวรรค์	เพศ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ชาย	48	4.58	0.422	0.285	208	0.776
	หญิง	162	4.55	0.507			
ด้านการตอบสนองบริการ	ชาย	48	4.58	0.398	0.995	103.121	0.322
	หญิง	162	4.51	0.539			
ด้านการรับประกัน	ชาย	48	4.57	0.335	1.252	119.613	0.213
	หญิง	162	4.49	0.518			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	ชาย	48	4.47	0.403	-0.157	100.882	0.876
	หญิง	162	4.48	0.535			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ชาย	48	4.48	0.463	0.293	208	0.770
	หญิง	162	4.45	0.537			
สาขานครสวรรค์	โปรแกรมการเรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	วิทยาศาสตร์	187	4.55	0.489	- 0.671	208	0.503
	ศิลปศาสตร์	23	4.62	0.482			
ด้านการตอบสนองบริการ	วิทยาศาสตร์	187	4.45	0.517	0.789	208	0.431
	ศิลปศาสตร์	23	4.45	0.459			
ด้านการรับประกัน	วิทยาศาสตร์	187	4.52	0.475	0.354	208	0.724
	ศิลปศาสตร์	23	4.48	0.551			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	วิทยาศาสตร์	187	4.48	0.500	0.255	208	0.799
	ศิลปศาสตร์	23	4.45	0.571			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	วิทยาศาสตร์	187	4.47	0.506	0.706	208	0.481
	ศิลปศาสตร์	23	4.38	0.629			

ตาราง 68 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขานครสวรรค์	รายได้ผู้ปกครองต่อเดือน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	< 44,500 บาท	110	4.53	0.524	-0.980	208	0.328
	□ 44,500 บาท	100	4.59	0.444			
ด้านการตอบสนองบริการ	< 44,500 บาท	110	4.50	0.560	-0.850	208	0.396
	□ 44,500 บาท	100	4.56	0.450			
ด้านการรับประกัน	< 44,500 บาท	110	4.46	0.506	-1.768	208	0.079
	□ 44,500 บาท	100	4.57	0.450			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	< 44,500 บาท	110	4.44	0.530	-1.278	208	0.203
	□ 44,500 บาท	100	4.53	0.478			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	< 44,500 บาท	110	4.44	0.523	-0.362	208	0.718
	□ 44,500 บาท	100	4.47	0.518			
สาขานครสวรรค์	เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	เกรดต่ำ	91	4.54	0.505	-0.573	208	0.567
	เกรดสูง	119	4.58	0.475			
ด้านการตอบสนองบริการ	เกรดต่ำ	91	4.48	0.524	-1.119	208	0.264
	เกรดสูง	119	4.56	0.499			
ด้านการรับประกัน	เกรดต่ำ	91	4.46	0.480	-1.277	208	0.203
	เกรดสูง	119	4.55	0.483			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	เกรดต่ำ	91	4.48	0.529	-0.081	208	0.936
	เกรดสูง	119	4.48	0.491			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	เกรดต่ำ	91	4.42	0.529	-0.900	208	0.369
	เกรดสูง	119	4.48	0.513			

ตาราง 68 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขานครสวรรค์	ระยะเวลาที่เรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	< 14 เดือน	144	4.56	0.482	-0.088	208	0.930
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.56	0.504			
ด้านการตอบสนองบริการ	< 14 เดือน	144	4.54	0.501	0.597	208	0.551
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.50	0.533			
ด้านการรับประกัน	< 14 เดือน	144	4.50	0.455	-0.425	108.82	0.691
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.53	0.541			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	< 14 เดือน	144	4.47	0.487	-0.240	208	0.811
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.49	0.553			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	< 14 เดือน	144	4.47	0.499	0.415	208	0.679
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	66	4.43	0.566			
สาขานครสวรรค์	จำนวนชั่วโมงเรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.57	0.472	0.470	208	0.639
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.53	0.535			
ด้านการตอบสนองบริการ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.57	0.462	1.770	72.46	0.081
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.41	0.621			
ด้านการรับประกัน	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.53	0.431	0.591	70.17	0.556
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.47	0.613			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.50	0.460	0.757	71.82	0.451
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.43	0.627			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	157	4.49	0.483	1.276	74.90	0.206
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	53	4.37	0.614			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 68 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างใน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ โปรแกรมการเรียน รายได้ผู้ปกครองโดยเฉลี่ยต่อเดือน เกรดเฉลี่ย ภาษาอังกฤษสะสม ระยะเวลาที่เรียน และจำนวนชั่วโมงเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพ

บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 69 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านอายุ

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	3.361*	4	205	0.011
ด้านการตอบสนองบริการ	2.051	4	205	0.089
ด้านการรับประกัน	1.103	4	205	0.356
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	0.894	4	205	0.469
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.525	4	205	0.718

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 69 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามอายุ พบว่า

สำหรับการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านลักษณะที่จับต้องได้ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามอายุ) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 70)

ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.089, 0.356, 0.469 และ 0.718 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามอายุ) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 71)

ตาราง 70 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ โรงเรียนกวด
วิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามอายุ ใช้สถิติ
Brown – Forsyth (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	Brown – Forsyth	0.893	4	69.710	0.473

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 70 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับชั้น กับด้านลักษณะที่จับต้องได้ เมื่อพิจารณา ด้านลักษณะที่จับต้องได้ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.473 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านราคา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 71 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ ด้านการ
 รับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียน
 กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามอายุ ใช้สถิติ
 F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.717	4	0.179	0.684	0.604
	ภายในกลุ่ม	53.726	205	0.262		
	รวม	54.440	209			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.980	4	0.245	1.054	0.381
	ภายในกลุ่ม	47.684	205	0.233		
	รวม	48.665	209			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	1.463	4	0.366	1.435	0.223
	ภายในกลุ่ม	52.713	205	0.225		
	รวม	53.713	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.689	4	0.422	1.580	0.181
	ภายในกลุ่ม	54.772	205	0.267		
	รวม	56.461	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 71 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ กับด้านการตอบสนอง
 บริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า
 Sig. เท่ากับ 0.604, 0.381, 0.223 และ 0.181 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกัน
 มีการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้าน
 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ
 สมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 72 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านระดับชั้น

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	5.068*	2	207	0.007
ด้านการตอบสนองบริการ	4.503*	2	207	0.012
ด้านการการรับประกัน	4.566 *	2	207	0.011
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	1.177	2	207	0.310
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	1.610	2	207	0.202

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 72 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์จำแนกตามระดับชั้น พบว่า

สำหรับการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007, 0.011 และ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามระดับชั้น) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 73)

ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.310 และ 0.202 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามระดับชั้น) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 74)

ตาราง 73 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อด้านด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการ
ตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
เอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามระดับชั้น ใช้สถิติ Brown – Forsyth
(n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	Brown – Forsyth	2.270	2	196.06	0.106
ด้านการตอบสนองบริการ	Brown – Forsyth	2.139	2	188.71	0.121
ด้านการรับประกัน	Brown – Forsyth	1.784	2	192.71	0.171

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 73 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับชั้น กับด้านลักษณะ
ที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน เมื่อพิจารณา ด้านลักษณะที่จับ
ต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.106, 0.121
และ 0.171 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)
หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับ
ต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 74 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความ
 น่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก
 จำแนกตามระดับชั้นใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.875	4	0.437	1.714	0.183
	ภายในกลุ่ม	52.838	205	0.255		
	รวม	53.713	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.325	4	0.662	2.487	0.086
	ภายในกลุ่ม	55.136	205	0.266		
	รวม	56.461	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 74 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับชั้น กับด้านการดูแล
 เอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.604, 0.381, 0.223 และ 0.181
 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า
 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นปี แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการดูแลเอาใจใส่ และด้านความ
 น่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
 ที่ตั้งไว้

ตาราง 75 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านอาชีพ
ผู้ปกครอง

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	1.534	5	204	0.181
ด้านการตอบสนองบริการ	1.998	5	204	0.080
ด้านการรับประกัน	1.772	5	204	0.120
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	2.179	5	204	0.058
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	1.233	5	204	0.295

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 75 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง พบว่า ด้านลักษณะที่จับ
ต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความ
น่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.181, 0.080, 0.120, 0.058 และ 0.295 ซึ่งมีค่ามากกว่า
ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับ
ต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความ
น่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง)
มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 76)

ตาราง 76 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง ใช้สถิติ F –test
(n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	2.041	5	0.408	1.747	0.125
	ภายในกลุ่ม	47.679	204	0.234		
	รวม	49.720	209			
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.555	5	0.311	1.200	0.310
	ภายในกลุ่ม	52.884	204	0.259		
	รวม	54.440	209			
ด้านการรับประกัน	ระหว่างกลุ่ม	1.316	5	0.263	1.134	0.344
	ภายในกลุ่ม	47.349	204	0.232		
	รวม	48.665	209			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.264	5	0.453	1.795	0.115
	ภายในกลุ่ม	51.449	204	0.252		
	รวม	53.713	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.579	5	0.516	1.953	0.087
	ภายในกลุ่ม	53.882	204	0.264		
	รวม	56.461	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 76 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอาชีพผู้ปกครอง กับด้าน
ลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และ
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.604, 0.381, 0.223 และ 0.181 ซึ่งมากกว่า
0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่ม
ตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนอง
บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่
แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 77 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านระดับการศึกษาผู้ปกครอง

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	0.632	5	204	0.675
ด้านการตอบสนองบริการ	1.441	5	204	0.211
ด้านการรับประกัน	0.789	5	204	0.559
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	4.544*	5	204	0.001
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.875	5	204	0.499

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 77 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง พบว่า

สำหรับการรับรู้ด้านความเห็นอกเห็นใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านความเห็นอกเห็นใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 78)

ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.310 และ 0.202 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test(ตาราง 79)

ตาราง 78 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อด้านด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการ
ตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
สาขานครสวรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง ใช้สถิติ
Brown – Forsyth (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านการดูแลเอาใจใส่	Brown – Forsyth	1.771	5	35.87	0.144

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 78 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาผู้ปกครอง
กับด้านการดูแลเอาใจใส่ เมื่อพิจารณา ด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.144 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า
กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอา
ใจใส่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 79 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง
ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	1.931	5	0.386	1.649	0.149
	ภายในกลุ่ม	47.789	204	0.234		
	รวม	49.720	209			
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.848	5	0.170	0.646	0.655
	ภายในกลุ่ม	53.591	204	0.263		
	รวม	54.440	209			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.792	5	0.558	2.484	0.033*
	ภายในกลุ่ม	45.872	204	0.225		
	รวม	48.665	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.217	5	0.443	1.668	0.144
	ภายในกลุ่ม	54.244	204	0.264		
	รวม	56.461	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 79 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาผู้ปกครอง กับด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความ น่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.149, 0.655, 0.033 และ 0.144 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ และด้าน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการ การสร้างความมั่นใจ จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรต่อปี ดังนี้ (ตาราง 80)

ตาราง 80 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ต่อการรับประกัน โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครองรายคู่
ใช้สถิติ LSD (n = 210)

ระดับการศึกษาผู้ปกครอง	ค่าเฉลี่ย	ประถม	มัธยม	มัธยม	อนุ	ปริญญา	สูงกว่า
		ศึกษา	ตอนต้น	ตอนปลาย	ปริญญา	ตรี	ปริญญาตรี
		4.08	4.36	4.55	4.40	4.54	4.62
ประถมศึกษา	4.08	-	-	-0.47* (0.006)	-	-0.45* (0.004)	-0.53*
(0.002)							
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.36	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.55	0.47	-	-	-	-	-
อนุปริญญา / ปวส.	4.40	-	-	-	-	-	-
ปริญญาตรี	4.54	0.45	-	-	-	-	-
สูงกว่าปริญญาตรี	4.62	0.53	-	-	-	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 80 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า
นักเรียนที่มีผู้ปกครองมีการศึกษาระดับประถมศึกษา กับผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษา
มัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006, 0.004 และ
0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่มีผู้ปกครองมีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีการ
รับรู้ต่อการสร้างความมั่นใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขานครสวรรค์
น้อยกว่า นักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรีและสูงกว่า
ปริญญาตรี โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.47, 0.45 และ
0.53

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 81 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ หลักสูตร
ที่เรียนต่อปี

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	2.425	3	206	0.067
ด้านการตอบสนองบริการ	0.492	3	206	0.689
ด้านการสร้างความมั่นใจ	0.084	3	206	0.968
ด้านการดูแลเอาใจใส่	0.698	3	206	0.554
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.939	3	206	0.423

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 81 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี พบว่า

ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการ
ดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.310 และ 0.202 ซึ่งมีค่า
มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้าน
ลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่
และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตาม
จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 82)



ตาราง 82 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน โรงเรียนกวทวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี
ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	1.315	3	0.438	1.865	0.137
	ภายในกลุ่ม	48.405	206	0.235		
	รวม	49.720	209			
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.141	3	0.047	0.179	0.911
	ภายในกลุ่ม	54.298	206	0.264		
	รวม	54.440	209			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.050	3	0.350	1.514	0.212
	ภายในกลุ่ม	47.615	206	0.231		
	รวม	48.665	209			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	1.592	3	0.513	2.098	0.102
	ภายในกลุ่ม	52.121	206	0.253		
	รวม	53.713	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.071	3	0.357	1.328	0.266
	ภายในกลุ่ม	55.390	206	0.269		
	รวม	56.461	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 82 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี กับด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.137, 0.911, 0.212, 0.102 และ 0.266 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 83 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านค่าใช้จ่าย
โดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	1.706	3	206	0.167
ด้านการตอบสนองบริการ	2.295	3	206	0.079
ด้านการสร้างความมั่นใจ	1.823	3	206	0.144
ด้านการดูแลเอาใจใส่	2.801*	3	206	0.041
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	1.922	3	206	0.127

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 83 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน พบว่า

สำหรับการรับรู้ต่อการดูแลเอาใจใส่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับ
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของการดูแลเอาใจใส่ โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน) มีค่าความแปรปรวน
ไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 84)

ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้าน
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.167, 0.079, 0.144 และ 0.202 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับ
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้อง
ได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน) มีค่าความ
แปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 85)

ตาราง 84 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ด้านความเห็นอกเห็นใจ โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน
ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านการดูแลเอาใจใส่	Brown – Forsyth	0.414	3	6.27	0.749

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 84 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียนกับการดูแลเอาใจใส่ เมื่อพิจารณา ด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.749 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 85 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ การตอบสนองบริการ การรับประกัน และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน ใช้สถิติ F –test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	0.366	3	0.122	0.509	0.676
	ภายในกลุ่ม	49.354	206	0.240		
	รวม	49.720	209			
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.801	3	0.267	1.025	0.382
	ภายในกลุ่ม	54.298	206	0.264		
	รวม	54.440	209			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.229	3	0.076	0.325	0.807
	ภายในกลุ่ม	48.435	206	0.235		
	รวม	48.665	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.069	3	0.356	1.326	0.267
	ภายในกลุ่ม	55.391	206	0.269		
	รวม	56.460	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 85 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียนกับด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.676, 0.382, 0.807 และ 0.267 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 86 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขานครสวรรค์ ด้านค่าใช้จ่าย
โดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	0.665	3	206	0.575
ด้านการตอบสนองบริการ	0.855	3	206	0.465
ด้านการสร้างความมั่นใจ	1.239	3	206	0.297
การดูแลเอาใจใส่	1.035	3	206	0.378
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.800	3	206	0.495

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 86 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร พบว่า

ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการ
ดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.575, 0.465, 0.297, 0.378
และ 0.495 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของ
คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้าน
การดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์
(จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test
(ตาราง 87)

ตาราง 87 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน โรงเรียนกวทวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร
ใช้สถิติ F –test (n = 210)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	0.838	3	0.279	1.177	0.320
	ภายในกลุ่ม	48.882	206	0.237		
	รวม	49.720	209			
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.920	3	0.307	1.180	0.318
	ภายในกลุ่ม	53.520	206	0.260		
	รวม	54.440	209			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.579	3	0.193	0.828	0.480
	ภายในกลุ่ม	48.085	206	0.233		
	รวม	48.665	209			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	0.577	3	0.193	0.746	0.526
	ภายในกลุ่ม	53.136	206	0.258		
	รวม	53.713	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.621	3	0.540	2.029	0.111
	ภายในกลุ่ม	54.840	206	0.266		
	รวม	56.461	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 87 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร กับด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.320, 0.318, 0.480, 0.526 และ 0.111 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.4 ความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มที่มีลักษณะทั่วไปผู้เรียนและพฤติกรรมผู้เรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก ต่างกัน

ตาราง 88 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน ระหว่างกลุ่มลักษณะทั่วไปผู้เรียนที่มี เพศ โปรแกรมเรียน รายได้ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม ระยะเวลาเรียน และจำนวนชั่วโมงเรียน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก แตกต่างกัน (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขาพิษณุโลก	เพศ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ชาย	43	4.54	0.471	0.046	208	0.963
	หญิง	167	4.53	0.492			
ด้านการตอบสนองบริการ	ชาย	43	4.56	0.492	0.927	208	0.355
	หญิง	167	4.57	0.586			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	ชาย	43	4.51	0.492	0.412	208	0.681
	หญิง	167	4.47	0.511			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	ชาย	43	4.53	0.455	1.105	208	0.271
	หญิง	167	4.43	0.523			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ชาย	43	4.51	0.517	1.040	208	0.300
	หญิง	167	4.41	0.571			
สาขาพิษณุโลก	โปรแกรมการเรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	วิทยาศาสตร์	168	4.57	0.471	1.903	208	0.058
	ศิลปศาสตร์	42	4.41	0.530			
ด้านการตอบสนองบริการ	วิทยาศาสตร์	168	4.53	0.558	2.334	208	0.021*
	ศิลปศาสตร์	42	4.31	0.576			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	วิทยาศาสตร์	168	4.51	0.500	1.875	208	0.062
	ศิลปศาสตร์	42	4.35	0.516			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	วิทยาศาสตร์	168	4.48	0.504	1.590	208	0.113
	ศิลปศาสตร์	42	4.34	0.527			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	วิทยาศาสตร์	168	4.46	0.558	1.389	208	0.166
	ศิลปศาสตร์	42	4.32	0.565			

ตาราง 88 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขาพิษณุโลก	รายได้ผู้ปกครองต่อเดือน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	< 44,500 บาท	126	4.53	0.478	-0.289	208	0.773
	□ 44,500 บาท	84	4.55	0.502			
ด้านการตอบสนองบริการ	< 44,500 บาท	126	4.48	0.528	-0.239	208	0.811
	□ 44,500 บาท	84	4.50	0.625			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	< 44,500 บาท	126	4.47	0.486	-0.389	208	0.698
	□ 44,500 บาท	84	4.50	0.537			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	< 44,500 บาท	126	4.44	0.479	-0.370	208	0.712
	□ 44,500 บาท	84	4.46	0.557			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	< 44,500 บาท	126	4.42	0.550	-0.209	208	0.835
	□ 44,500 บาท	84	4.44	0.578			
สาขาพิษณุโลก	เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	เกรดต่ำ	86	4.38	0.531	-3.792	155.49	0.000*
	เกรดสูง	124	4.64	0.423			
ด้านการตอบสนองบริการ	เกรดต่ำ	86	4.36	0.588	-2.718	172.13	0.007*
	เกรดสูง	124	4.58	0.538			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	เกรดต่ำ	86	4.34	0.549	-3.311	159.33	0.001*
	เกรดสูง	124	4.58	0.452			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	เกรดต่ำ	86	4.31	0.569	-3.108	153.05	0.002*
	เกรดสูง	124	4.54	0.444			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	เกรดต่ำ	86	4.28	0.633	-3.3096	150.06	0.002*
	เกรดสูง	124	4.83	0.481			

ตาราง 88 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			t-test for Equality of Means				
สาขาพิษณุโลก	ระยะเวลาที่เรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	< 14 เดือน	154	4.51	0.493	-1.123	208	0.263
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.60	0.467			
ด้านการตอบสนองบริการ	< 14 เดือน	154	4.45	0.570	-1.448	208	0.149
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.58	0.556			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	< 14 เดือน	154	4.46	0.510	-0.715	208	0.475
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.52	0.498			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	< 14 เดือน	154	4.41	0.530	-1.947	208	0.053
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.56	0.437			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	< 14 เดือน	154	4.40	0.553	-1.208	208	0.228
	≥ 14 เดือนขึ้นไป	56	4.51	0.578			
สาขาพิษณุโลก	จำนวนชั่วโมงเรียน	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.53	0.501	-0.449	208	0.654
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.57	0.404			
ด้านการตอบสนองบริการ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.48	0.578	-0.482	208	0.630
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.53	0.518			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.47	0.509	-0.691	208	0.490
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.54	0.496			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.45	0.519	-0.182	208	0.856
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.46	0.466			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	< 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	177	4.42	0.568	-0.515	208	0.607
	≥ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	4.47	0.522			

จากตาราง 88 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ รายได้ผู้ปกครองโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เรียน และจำนวนชั่วโมงเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการ

ตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มี โปรแกรมการเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มี โปรแกรมการเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยนักเรียนสายวิทยาศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการมากกว่านักเรียนสายศิลปศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่มี เกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้านได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม ระดับสูง มีค่าเฉลี่ยมีการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้านได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มากกว่านักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษสะสม ระดับต่ำ

ตาราง 89 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านอายุ

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	6.106*	4	205	0.000
ด้านการตอบสนองบริการ	3.907*	4	205	0.004
ด้านการสร้างความมั่นใจ	4.526*	4	205	0.002
ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.034*	4	205	0.004
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	2.735*	4	205	0.030

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 89 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ จำแนกตามอายุ พบว่า

สำหรับการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 , 0.004 , 0.002 , 0.004 , 0.030 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของด้านการดูแลเอาใจใส่ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามอายุ) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง 90)

ตาราง 90 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามอายุ ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

คุณภาพบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	Brown – Forsyth	1.101	4	15.53	0.391
ด้านการตอบสนองบริการ	Brown – Forsyth	1.178	4	36.10	0.337
ด้านการสร้างความมั่นใจ	Brown – Forsyth	1.727	4	23.54	0.178
ด้านการดูแลเอาใจใส่	Brown – Forsyth	1.091	4	18.83	0.389
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	Brown – Forsyth	1.444	4	25.20	0.249

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 90 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุกับการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ เมื่อพิจารณา การรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.391, 0.337, 0.178, 0.389 และ 0.249 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้าน

ลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 91 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านระดับชั้น

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	0.916	2	207	0.403
ด้านการตอบสนองบริการ	1.912	2	207	0.150
ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจ	0.991	2	207	0.373
ด้านการดูแลเอาใจใส่	0.525	2	207	0.592
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	2.199	2	207	0.114

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 91 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียน กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามระดับชั้น พบว่า

ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.403, 0.150, 0.373, 0.592 และ 0.114 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของ คุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามระดับชั้น) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 92)

ตาราง 92 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามระดับชั้น ใช้สถิติ F – test (n = 210)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	1.622	2	0.811	3.508	0.032*
	ภายในกลุ่ม	47.860	207	0.231		
	รวม	49.482	209			
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.477	2	0.739	2.320	0.101
	ภายในกลุ่ม	65.901	207	0.318		
	รวม	67.378	209			
ด้านการสร้างความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.569	2	0.785	3.126	0.046*
	ภายในกลุ่ม	51.952	207	0.251		
	รวม	53.522	209			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	1.327	2	0.664	2.587	0.078
	ภายในกลุ่ม	53.101	207	0.257		
	รวม	54.428	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.287	2	0.143	0.454	0.636
	ภายในกลุ่ม	65.309	207	0.316		
	รวม	65.595	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 92 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับชั้น กับ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.149, 0.655, 0.033 และ 0.144 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ และด้านการสร้างความมั่นใจ จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรต่อปี ดังนี้ (ตาราง ก 93 -94)

ตาราง 93 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตาม ระดับชั้นรายคู่ ใช้สถิติ
LSD (n = 210)

ระดับชั้น	ค่าเฉลี่ย	ม.4	ม.5	ม.6
		4.41	4.59	4.61
ม.4	4.41	-	-0.18* (0.031)	-0.20* (0.017)
ม.5	4.59	0.18	-	-
ม.6	4.61	0.20	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 93 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 กับ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 มีค่า Sig.
เท่ากับ 0.031 และ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 มีการ
รับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์
สาขาพิษณุโลก น้อยกว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.18 และ 0.20

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 94 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ต่อการรับประกัน โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษ เอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตาม ระดับชั้นรายคู่
โดยใช้สถิติ LSD (n = 210)

ระดับชั้น	ค่าเฉลี่ย	ม.4	ม.5	ม.6
		4.36	4.54	4.55
ม.4	4.36	-	-0.18* (0.034)	-0.19* (0.029)
ม.5	4.54	0.18	-	-
ม.6	4.55	0.19	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 94 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 กับ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.031 และ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 มีการรับรู้ต่อการสร้างความมั่นใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อยกว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 และ 6 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.18 และ 0.19

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 95 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านอาชีพ
ผู้ปกครอง

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	0.391	5	204	0.854
ด้านการตอบสนองบริการ	1.464	5	204	0.203
ด้านการรับประกัน	0.733	5	204	0.599
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	1.177	5	204	0.322
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	1.216	5	204	0.303

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 95 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง พบว่า

ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.854, 0.203, 0.599, 0.322 และ 0.303 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 96)

ตาราง 96 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน โรงเรียนกวทวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง ใช้สถิติ F – test
(n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	1.196	5	0.239	1.011	0.412
	ภายในกลุ่ม	48.286	204	0.237		
	รวม	49.482	209			
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.463	5	0.293	0.905	0.478
	ภายในกลุ่ม	65.916	204	0.323		
	รวม	67.378	209			
ด้านการรับประกัน	ระหว่างกลุ่ม	2.010	5	0.402	1.592	0.164
	ภายในกลุ่ม	51.512	204	0.253		
	รวม	53.522	209			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.925	5	0.585	2.317	0.045*
	ภายในกลุ่ม	51.503	204	0.252		
	รวม	54.428	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.665	5	0.533	1.728	0.130
	ภายในกลุ่ม	62.930	204	0.308		
	รวม	65.595	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 96 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอาชีพผู้ปกครอง กับด้าน
ลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน และด้านความน่าเชื่อถือ
ไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.412, 0.478, 0.164 และ 0.130 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ
ผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการ
สร้างความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าการรับรู้ที่มีระดับชั้น แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อด้านความเห็นอกเห็นใจ จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรต่อปี ดังนี้ (ตาราง 97)

ตาราง 97 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ต่อความเห็นอกเห็นใจ โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามอาชีพผู้ปกครองรายคู่ ใช้สถิติ LSD
(n = 210)

อาชีพผู้ปกครอง	ค่าเฉลี่ย	ค่าขาย	อาชีพ อิสระ	เกษตร กรรม	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับราชการ
	4.59		4.04	4.43	4.46	4.55	4.36
ค้าขาย	4.59	-	-0.55* (0.006)	-	-	-	-0.23* (0.006)
อาชีพอิสระ	4.04	- 0.55	-	-	-	-	-
เกษตรกรรม	4.43	-	-	-	-	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.46	-	-	-	-	-	-
พนักงานเอกชน	4.55	-	-	-	-	-	-
รับราชการ	4.36	-0.23	-	-	-	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 97 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า
นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว กับ ผู้ปกครองมีอาชีพอิสระและอาชีพรับราชการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.033 และ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว มีการรับรู้ต่อความเห็นอกเห็นใจของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก มากกว่านักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพอาชีพอิสระและอาชีพรับราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.55 และ 0.23

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 98 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านระดับ
การศึกษาผู้ปกครอง

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	0.591	5	204	0.707
ด้านการตอบสนองบริการ	0.760	5	204	0.580
ด้านการรับประกัน	1.174	5	204	0.323
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	1.483	5	204	0.197
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.801	5	204	0.550

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 98 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง พบว่า

ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอก
เห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.707, 0.580, 0.323, 0.197 และ
0.550 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพ
บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้าน
ความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขา
พิษณุโลก (จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ
F-test (ตาราง 99)



ตาราง 99 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน โรงเรียนกวทวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ปกครอง ใช้สถิติ
F – test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	0.069	5	0.014	0.057	0.998
	ภายในกลุ่ม	49.412	204	0.242		
	รวม	49.482	209			
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.204	5	0.041	0.124	0.987
	ภายในกลุ่ม	67.174	204	0.329		
	รวม	67.378	209			
ด้านการรับประกัน	ระหว่างกลุ่ม	0.518	5	0.104	0.399	0.849
	ภายในกลุ่ม	53.003	204	0.260		
	รวม	53.522	209			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.401	5	0.080	0.303	0.911
	ภายในกลุ่ม	54.028	204	0.265		
	รวม	54.428	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.238	5	0.048	0.148	0.980
	ภายในกลุ่ม	65.358	204	0.320		
	รวม	65.595	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 99 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอาชีพผู้ปกครอง กับด้าน
ลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และ
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.998, 0.987, 0.849, 0.911 และ 0.980 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า
กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาผู้ปกครอง แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่
ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ
และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้อง
กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 100 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านหลักสูตร
ที่เรียนต่อปี

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	2.175	3	206	0.092
ด้านการตอบสนองบริการ	3.518*	3	206	0.016
ด้านการรับประกัน	2.858*	3	206	0.038
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	0.606	3	206	0.611
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	2.599	3	206	0.053

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 100 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี พบว่า

สำหรับการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ และด้านการสร้างความมั่นใจ มีค่า Sig.
เท่ากับ 0.016 และ 0.038 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความ
แปรปรวนของด้านการตอบสนองบริการ ด้านการรับประกัน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขา
พิษณุโลก (จำแนกตามจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบ
แบบ Brown-Forsythe (ตาราง ก 101 – 103)

ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า
Sig. เท่ากับ 0.092, 0.611และ 0.053 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่า
ความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านความเห็นอกเห็นใจและด้าน
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามค่าใช้จ่าย
โดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน) มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 104 - 107)

ตาราง 101 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ และด้านการ
รับประกัน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามจำนวน
หลักสูตรที่เรียนต่อปี ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

คุณภาพบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านการตอบสนองบริการ	Brown – Forsyth	3.310*	3	146.86	0.022
ด้านการรับประกัน	Brown – Forsyth	4.025*	3	135.82	0.009

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 101 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี กับด้านการตอบสนองบริการ และด้านการสร้างความมั่นใจ เมื่อพิจารณา ด้านการตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.022 และ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ และด้านการรับประกัน แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Dunnett's T3 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี ดังนี้ (ตาราง ก 102 -103)

ตาราง 102 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปีรายคู่
ใช้สถิติ Dennett's T3 (n = 210)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2หลักสูตร	3หลักสูตร	> 3หลักสูตรขึ้นไป
		4.42	4.45	4.65	4.76
1หลักสูตร	4.42	-	-	-	- 0.35* (0.019)
2 หลักสูตร	4.45	-	-	-	- 0.31* (0.004)
3 หลักสูตร	4.65	-	-	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.76	0.35	0.31	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 102 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า
นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียนมากกว่า 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป
มีค่า Sig. เท่ากับ 0.021 และ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 1 และ 2
หลักสูตรวิชาต่อปี การรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอน
เส็ปท์ สาขาพิษณุโลก น้อยกว่านักเรียนที่เรียนมากกว่า 3 หลักสูตรวิชาต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35 และ 0.31
ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 103 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ต่อการรับประกัน โรงเรียนกวตวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปีรายคู่ ใช้สถิติ
Dennett's T3 (n = 210)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2หลักสูตร	3หลักสูตร>	3หลักสูตรขึ้นไป
		4.44	4.41	4.63	4.76
1หลักสูตร	4.44	-	-	-	- 0.31* (0.019)
2 หลักสูตร	4.41	-	-	-	- 0.38* (0.004)
3 หลักสูตร	4.63	-	-	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.76	0.31	0.38	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 103 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า
นักเรียนที่เรียน 1 และ 2 หลักสูตรวิชาต่อปี กับ นักเรียนที่เรียนมากกว่า 3 หลักสูตรต่อปี
ขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.027 และ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 1 และ
2 หลักสูตรต่อปี มีการรับรู้ต่อการรับประกัน ของโรงเรียนกวตวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์
สาขาพิษณุโลก น้อยกว่านักเรียนที่เรียนมากกว่า 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35 และ 0.32
ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 104 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน โรงเรียนกวทวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามจำนวนหลักสูตรต่อปี
ใช้สถิติ F – test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	2.120	3	0.707	3.073	0.029*
	ภายในกลุ่ม	47.362	206	0.230		
	รวม	49.482	209			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.576	3	0.859	3.411	0.018*
	ภายในกลุ่ม	51.853	206	0.252		
	รวม	54.428	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.472	3	0.824	2.689	0.047*
	ภายในกลุ่ม	63.123	206	0.306		
	รวม	65.595	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 104 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปีกับด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการสร้างเชื่อมั่น และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.029, 0.018 และ 0.047 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในแต่ละกลุ่มจำนวนหลักสูตรต่อปี ดังนี้ (ตาราง ก 105 -107)

ตาราง 105 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ โรงเรียนกวตริษา
ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปี
รายคู่ ใช้สถิติ LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2หลักสูตร	3หลักสูตร	> 3หลักสูตรขึ้นไป
		4.46	4.52	4.67	4.79
1หลักสูตร	4.46	-	-	-	- 0.34* (0.009)
2 หลักสูตร	4.52	-	-	-	- 0.28* (0.030)
3 หลักสูตร	4.67	-	-	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.79	0.34	0.28	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 105 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนที่เรียน 1หลักสูตรต่อปีและ 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปี
ขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 และ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 1 และ
2 หลักสูตรวิชาต่อปี โรงเรียนกวตริษาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก มีการรับรู้ต่อ
คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ น้อยกว่านักเรียนที่เรียน > 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34 และ 0.28

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 106 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ต่อต้านความเห็นอกเห็นใจ โรงเรียนกวตริชา
ภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปีรายคู่ โดยใช้สถิติ
LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2หลักสูตร	3หลักสูตร>	3หลักสูตรขึ้นไป
		4.44	4.36	4.61	4.71
1หลักสูตร	4.44	-	-	-	- 0.27* (0.019)
2 หลักสูตร	4.36	-	-	-0.25 (0.029)	- 0.36* (0.004)
3 หลักสูตร	4.61	-	0.25	-	-
> 3หลักสูตรขึ้นไป	4.71	0.27	0.36	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 106 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

1. นักเรียนที่เรียน 1หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน> 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.046 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 1 หลักสูตรต่อปี โรงเรียนกวตริชา ภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ น้อยกว่า นักเรียนที่เรียนมากกว่า 3 หลักสูตรต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมี ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

2. นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ > 3 หลักสูตรวิชาต่อปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.029 และ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรวิชาต่อปี ของโรงเรียนกวตริชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ น้อยกว่านักเรียนที่เรียนเท่ากับและมากกว่า 3 หลักสูตรวิชาต่อปี อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 และ 0.36

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 107 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกจำนวนหลักสูตรต่อปีรายคู่
โดยใช้สถิติ LSD (n = 210)

จำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี	ค่าเฉลี่ย	1หลักสูตร	2หลักสูตร	3หลักสูตร>	3หลักสูตรขึ้นไป
		4.39	4.36	4.63	4.67
1หลักสูตร	4.39	-	-	-	-
2 หลักสูตร	4.36	-	-	-0.27* (0.034)	- 0.31* (0.037)
3 หลักสูตร	4.63	-	0.27	-	-
> 3 หลักสูตรขึ้นไป	4.67	-	0.31	-	-

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 107 แสดงผลการเปรียบเทียบ พบว่า

นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี กับ นักเรียนที่เรียน 3 และ> 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 และ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่เรียน 2 หลักสูตรต่อปี โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก มีการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ น้อยกว่านักเรียนที่เรียน 3 และ> 3 หลักสูตรต่อปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27 และ 0.31

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 108 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านค่าใช้จ่าย
โดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	1.182	4	205	0.320
ด้านการตอบสนองบริการ	2.714*	4	205	0.031
ด้านการรับประกัน	0.591	4	205	0.670
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	0.361	4	205	0.836
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.144	4	205	0.965

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 108 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน พบว่า

สำหรับการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.031 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า
ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านการ
ตอบสนองบริการ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามจำนวนค่าใช้จ่ายโดย
เฉลี่ยต่อภาคเรียน) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง
109)

ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความ
น่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.320, 0.670, 0.836 และ 0.965 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับ
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้อง
ได้ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชา
ภาษาอังกฤษ สาขานครสวรรค์ (จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน) มีค่าความแปรปรวน
เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 110)

ตาราง 109 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ
ภาคเรียน ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

คุณภาพบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านการตอบสนองบริการ	Brown – Forsyth	1.276	4	8.30	0.353

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 109 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างจำนวนหลักสูตรที่เรียนต่อปี กับด้านการตอบสนองบริการ เมื่อพิจารณา ด้านการตอบสนองบริการ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.022 และ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 110 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการ
 รับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
 โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดย
 เฉลี่ยต่อภาคเรียน ใช้สถิติ F – test (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	0.799	4	0.200	0.841	0.500
	ภายในกลุ่ม	48.683	205	0.237		
	รวม	49.482	209			
ด้านการรับประกัน	ระหว่างกลุ่ม	1.533	4	0.383	1.511	0.200
	ภายในกลุ่ม	51.989	205	0.254		
	รวม	53.522	209			
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.878	4	0.219	0.840	0.501
	ภายในกลุ่ม	53.551	205	0.261		
	รวม	54.428	209			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.355	4	0.089	0.279	0.891
	ภายในกลุ่ม	65.240	205	0.318		
	รวม	65.595	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 110 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน กับด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.500, 0.200 และ 0.891 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อภาคเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 111 แสดงค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test สาขาพิษณุโลก ด้านค่าใช้จ่าย
โดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร

คุณภาพบริการ	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	3.376*	4	205	0.011
ด้านการตอบสนองบริการ	1.780	4	205	0.134
ด้านการรับประกัน	3.064*	4	205	0.018
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	2.724*	4	205	0.031
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.453	4	205	0.770

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 111 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพบริการ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร
พบว่า

สำหรับการรับรู้ต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการรับประกัน และด้านความเห็นอกเห็น
ใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.031 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความ
แปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการรับประกัน และด้านความเห็นอก
เห็นใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามจำนวนค่าใช้จ่าย
โดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร) มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe (ตาราง
112)

ด้านการตอบสนองบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.320,
0.670, 0.836 และ 0.965 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความ
แปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียน
กวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก (จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร)
มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้วิธีทดสอบแบบ F-test (ตาราง 113)

ตาราง 112 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อต้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการ
รับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
เอ็นคอนเส็ปท์ สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร
ใช้สถิติ Brown – Forsyth (n = 210)

คุณภาพบริการ	สถิติทดสอบ	Robust Tests of Equality of Means			
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
ด้านลักษณะที่จับต้องได้	Brown – Forsyth	2.632	4	21.10	0.063
ด้านการสร้างความมั่นใจ	Brown – Forsyth	2.599	4	63.93	0.054
ด้านการดูแลเอาใจใส่	Brown – Forsyth	1.938	4	8.49	0.193

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 112 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร กับด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ เมื่อพิจารณา ด้านการตอบสนองบริการ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.063, 0.054 และ 0.193 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้ ด้านการรับประกัน ด้านความเห็นอกเห็นใจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 113 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ต่อการตอบสนองบริการ และความ
 นำเชื่อถือไว้วางใจ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ต
 สาขาพิษณุโลก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร ใช้สถิติ F – test
 (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตอบสนองบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.914	4	0.229	0.705	0.259
	ภายในกลุ่ม	66.464	205	0.324		
	รวม	67.378	209			
ด้านความนำเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.877	4	0.219	0.694	0.597
	ภายในกลุ่ม	64.718	205	0.316		
	รวม	65.595	209			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 113 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ
 หลักสูตร กับด้านการตอบสนองบริการ และด้านความนำเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ
 0.259, และ 0.597 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ
 สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหลักสูตร แตกต่างกัน ค่า
 ความแปรปรวนของคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ และด้านความนำเชื่อถือไว้วางใจ ไม่
 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 114 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน กับทัศนคติ
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
สาขานครสวรรค์ (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.530(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.277(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.540(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.406(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.506(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.601(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.686(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.432(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.290(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.412(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.445(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.462(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.549(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.577(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน



ตาราง 114 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ		คุณภาพบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ		
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.540(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.262(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.534(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.421(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.582(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.548(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.651(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ		คุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่		
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.534(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.294(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.558(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.450(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.600(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.584(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.646(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ		คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้		
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.500(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.297(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.488(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.475(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.551(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.577(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.639(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

** ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

จากตาราง 114 สาขานครสวรรค์ พบว่า ทักษะคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ในทิศทางเดียวกัน หรือเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 หมายความว่า นักเรียนกลุ่มตัวมีความคิดเห็นว่า ถ้าทักษะคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านดี ก็จะทำให้การรับรู้คุณภาพบริการดีด้วยเช่นกัน และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ตาราง 115 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน กับทัศนคติ
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
สาขาพิษณุโลก (n = 210)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.583(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.246(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.665(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.373(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.645(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.600 (**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.700(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองบริการ			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.575(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.259(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.622(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.328(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.661(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.577(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.677(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

ตาราง 115 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	คุณภาพบริการ ด้านการรับประกัน			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.589(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.253(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.601(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.373(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.701(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.639(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.679(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	คุณภาพบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.553(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.272(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.612(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.343(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.670(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.615(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.687(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	คุณภาพบริการ ด้านลักษณะที่จับต้องได้			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	0.536(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.296(**)	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสถานที่	0.613(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.424(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคคล	0.698(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.598(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.637(**)	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

** ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

จากตาราง 115 สาขาพิษณุโลก พบว่า ทักษะคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ในทิศทางเดียวกัน หรือเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 หมายความว่า นักเรียนกลุ่มตัวมีความคิดเห็นว่า ถ้าทักษะคติส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านดี ก็จะทำให้การรับรู้คุณภาพบริการดีด้วยเช่นกัน และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม

1. ดร.อมรรัตน์ วัฒนากุล อาจารย์ 2 ระดับ 7 ภาควิชาการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
2. ผ.ศ.จรรยา พานิชย์ผลินไชย อาจารย์ 2 ระดับ 7 ภาควิชาการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
3. ดร. สมลักษณ์ พรหมมีเนตร ศิษยานุเทศ์ ระดับ 7 วิทญฐานะเชี่ยวชาญ
เครือข่ายการนิเทศการมัธยมศึกษา เครือข่ายที่ 17
สำนักยุทธศาสตร์และบูรณาการ การศึกษาที่ 1
4. นางอารี แห่งถาวร ศิษยานุเทศ์ ระดับ 7 วิทญฐานะเชี่ยวชาญ
เครือข่ายการนิเทศการมัธยมศึกษา เครือข่ายที่ 17
สำนักยุทธศาสตร์และบูรณาการ การศึกษาที่ 1
5. นางศศิพัฒน์ ไกรว่อง ศิษยานุเทศ์ ระดับ 7 วิทญฐานะเชี่ยวชาญ
เครือข่ายการนิเทศการมัธยมศึกษา เครือข่ายที่ 17
สำนักยุทธศาสตร์และบูรณาการ การศึกษาที่ 1

ภาคผนวก ค แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม.....



วิทยานิพนธ์ เรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการ: กรณีของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ในจังหวัดนครสวรรค์และพิษณุโลก

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือในการจัดหาข้อมูล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เพื่อประกอบวิทยานิพนธ์ของ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งทำการวิจัยใน หัวเรื่อง “ผลกระทบของทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ”

โดยในแบบสอบถามจะมี 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 หัวข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 หัวข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 7 หัวข้อ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้หลังเข้าเรียนที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 5 หัวข้อ

ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะใช้เป็นข้อมูลสำหรับพัฒนาการศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการ: กรณีของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษในจังหวัดนครสวรรค์และพิษณุโลกต่อไป

ผู้จัดทำขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์ นำไปประยุกต์ได้จริง และผลการศึกษาที่ถูกต้องตรงกับความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลที่ท่านตอบจะเป็นความลับและประโยชน์อย่างยิ่งต่อวิทยานิพนธ์นี้ และขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

นายเศกสิทธิ์ ทองใบ

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

แบบสอบถาม

**เรื่อง ผลกระทบของทัศนคติของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ
ในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ**

ชื่อ-สกุล

วัน/เดือน/ปี.....เวลาสัมภาษณ์.....หมายเลขโทรศัพท์.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. ชื่อโรงเรียนกวดวิชา.....

2. ท่านกำลังเรียนในโรงเรียนกวดวิชาในวิชาภาษาอังกฤษมานานเท่าไร (ตั้งแต่เมื่อไร)

..... สัปดาห์ เดือน ปี

3. จำนวนหลักสูตร (Course) ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

☐ 1 หลักสูตรวิชาต่อปี

☐ 2 หลักสูตรวิชาต่อปี

☐ 3 หลักสูตรวิชาต่อปี

☐ มากกว่า 3 หลักสูตรวิชาต่อปี โปรดระบุ.....

4. จำนวนชั่วโมงที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

☐ ชม. / เดือน

☐ ชม. / สัปดาห์

5. ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษโดยเฉลี่ยต่อเทอมต่อท่าน

☐ ต่ำกว่า 1,000 บาท

☐ 1, 000 – 1, 499 บาท

☐ 1, 500 – 1, 999 บาท

☐ 2, 000 – 2, 499 บาท

☐ 2, 500 – 2, 999 บาท

☐ มากกว่า 3,000 บาทโปรดระบุ.....

6. ค่าเล่าเรียนวิชาภาษาอังกฤษโดยเฉลี่ยต่อวิชา (หรือต่อหลักสูตร) เป็นเท่าใด

☐ ต่ำกว่า 1, 000 บาท

☐ 1, 000 – 1, 499 บาท

☐ 1, 500 – 1, 999 บาท

☐ 2, 000 – 2, 499 บาท

☐ 2, 500 – 2, 999 บาท

☐ มากกว่า 3,000 บาทโปรดระบุ.....

7. ช่วงเวลาในการเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

☐ วันธรรมดา วัน..... ช่วงเวลา 17.00 – 19.00 น. ☐ วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ช่วงเวลา 13.00 – 15.00 น.

☐ วันธรรมดา วัน..... ช่วงเวลา 19.00 น. เป็นต้นไป ☐ วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ช่วงเวลา 15.00 – 17.00 น.

☐ วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ช่วงเวลา 08.00 – 10.00 น. ☐ วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ช่วงเวลา 17.00 – 19.00 น.

☐ วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ช่วงเวลา 10.00 – 12.00 น. ☐ วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ช่วงเวลา 19.00 น. เป็นต้นไป

☐ โปรดระบุวัน.....ช่วงเวลา.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับของผู้ทำแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ ชาย ☐ หญิง ☐

2. อายุ.....ปี

3. ศาสนา

☐ พุทธ

☐ คริสต์

☐ อิสลาม

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. โรงเรียนที่ท่านกำลังศึกษาอยู่

ชื่อโรงเรียน.....

5. โปรดเลือกระดับชั้นที่ท่านกำลังเรียนและเกรดเฉลี่ยวิชาภาษาอังกฤษทุกรายวิชารวมกันที่ผ่านมา

☐ มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4

มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 เกรดเฉลี่ยสะสม..... (คำนวณโดยประมาณ) (กรุณาใส่เกรดเฉลี่ยด้วยครับ)

☐ มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5

มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 เกรดเฉลี่ยสะสม..... (คำนวณโดยประมาณ) (กรุณาใส่เกรดเฉลี่ยด้วยครับ)

☐ มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6

มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 เกรดเฉลี่ยสะสม..... (คำนวณโดยประมาณ) (กรุณาใส่เกรดเฉลี่ยด้วยครับ)

6. โปรแกรมการเรียนของนักเรียน

☐ โปรแกรมการเรียน วิทยาศาสตร์

☐ โปรแกรมการเรียน ศิลปศาสตร์

☐ โปรแกรมการเรียน อาชีวศึกษา

7. อาชีพผู้ปกครอง (ผู้ปกครองในที่นี่ ได้แก่ พ่อแม่หรือผู้อุปการะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการศึกษาให้กับตัวท่าน)

☐ ค้าขาย หรือ ธุรกิจส่วนตัว

☐ อาชีพอิสระโปรดระบุ.....

☐ เกษตรกรรม

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

☐ รับราชการ โปรดระบุ.....

8. ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง

☐ ไม่ได้เรียน

☐ ประถมศึกษา

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐ อนุปริญญา/ปวส.

☐ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี โปรดระบุ.....

☐ อื่นๆโปรดระบุ.....

9. รายได้ของผู้ปกครอง (พ่อแม่รวมกัน/ผู้อุปการะ) ต่อเดือน

โปรดระบุ..... บาทต่อเดือน

.....

ตอนที่ 3 **ทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ**

ทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ คือ การประเมินความคิดเห็นด้วยก่อนเข้าเรียนในส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

เกณฑ์การให้คะแนน

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โปรดพิจารณาให้รอบคอบก่อนทำเครื่องหมาย √ ลงในช่องของความคิดเห็นเพียงคำตอบเดียว

“ท่านพึงมาว่าโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษแห่งนี้เป็นอย่างไรมาก่อนเข้ามาเรียน ในเรื่องของ”	ความคิดเห็นก่อนเข้าเรียน				
	เห็นด้วย				
	มากที่สุด				น้อยที่สุด
1.1 ทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อ วิธีการสอน (Product)					
1.มีเทคโนโลยีและสื่อการสอนทันสมัยและหลากหลาย เช่น CD, Internet เป็นต้น	5	4	3	2	1
2. วิธีการสอนโดยการสอนสดจากอาจารย์	5	4	3	2	1
3.สรุปเนื้อหาและเพิ่มเติมข้อมูลใหม่ๆทำให้ผู้เรียนเข้าใจง่ายขึ้น	5	4	3	2	1
4. ทบทวนเนื้อหาก่อนเปิดเทอม/ เรียนรู้บทเรียนล่วงหน้าอย่างละเอียด	5	4	3	2	1
5. มีการทดสอบความรู้ก่อนเรียน (Pre –test)	5	4	3	2	1
6.มีการทดสอบความรู้หลังเรียน (Post – test)	5	4	3	2	1
7.ตรวจผลการทดสอบให้ทราบคะแนนเร็วและอธิบายผลของคะแนน	5	4	3	2	1
8.มีแบบฝึกหัดและข้อสอบเก่าของแต่ละบทให้ทบทวน	5	4	3	2	1
9.มีเอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอน ครบถ้วน ถูกต้องหลากหลาย และเพียงพอ	5	4	3	2	1
1.2 ทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อ หลักสูตรการสอน (Product)					
1.หลักสูตรการสอนมีทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติจริงที่สนุก เข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
2. เนื้อหา หลักสูตรเป็นหนังสือที่โรงเรียนกวดวิชาเรียบเรียงขึ้นเอง	5	4	3	2	1
3.หลักสูตรได้รับการอนุมัติหรือรับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ	5	4	3	2	1
4. มีหลักสูตรเปิดให้เลือกหลากหลายเพื่อความต้องการของนักเรียน	5	4	3	2	1
5. หลักสูตรมีความทันสมัย มีเนื้อหา / ข้อสอบใหม่อยู่เสมอ	5	4	3	2	1

โปรดพิจารณาให้รอบคอบก่อนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นเพียงคำตอบเดียว

“ท่านพึงมาว่าโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษแห่งนี้เป็นอย่างไร ก่อนเข้ามาเรียน ในเรื่องของ”	ความคิดเห็นก่อนเข้าเรียน				
	เห็นด้วย				
	มากที่สุด		น้อยที่สุด		
2.ทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อด้านราคา (Price)					
1. ราคาค่าเรียนเหมาะสมเมื่อเทียบคุณภาพการสอน	5	4	3	2	1
2. นักเรียนเรียนเป็นกลุ่ม หรือเพื่อนแนะนำมา ราคาลดลง	5	4	3	2	1
3.นักเรียนเกรดลดลงหรือสอบเข้าไม่ได้ ค่าเรียนลดลง	5	4	3	2	1
4. ราคาค่าเล่าเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม	5	4	3	2	1
5.ราคาค่าเล่าเรียนต่อเทอมหรือภาคเรียนการศึกษา	5	4	3	2	1
6.วิธีการชำระค่าเรียนที่สามารถผ่อนเป็นงวด ๆ ได้ เช่น ชำระเป็นรายเดือน	5	4	3	2	1
7.มีการสะสมเป็นคูปอง เพื่อนำกลับมาใช้ในการศึกษาอีกครั้งในส่วนลดในฐานะนักเรียนเก่าได้	5	4	3	2	1
3.ทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อด้านสถานที่ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1.ที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ศูนย์การค้าและเดินทางสะดวก	5	4	3	2	1
2. ห้องเรียนมีการควบคุมเสียงรบกวนจากภายนอก	5	4	3	2	1
3.สถานที่และสภาพแวดล้อมรอบๆ โรงเรียนเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้	5	4	3	2	1
4. ระบบเสียงในห้องเรียนมีความชัดเจนและไม่ดังมากเกินไป	5	4	3	2	1
5. ความสะดวกในการมาเรียน เช่น มีรถประจำทางผ่านหลายสาย	5	4	3	2	1
6.สามารถติดต่อผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวก	5	4	3	2	1
7.ทางחיไฟฟ้าและเครื่องดับเพลิงที่เพียงพอ	5	4	3	2	1
8.ทางเข้า – ออกในการเดินทางสะดวกสบาย	5	4	3	2	1
9.ความสะดวกสบายในห้องเรียน เช่น แอร์ ความสะดวก แสงสว่างเพียงพอ	5	4	3	2	1
4.1ทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. มีส่วนลดราคาค่าเรียนในกรณีที่สมัครเรียนภายในช่วงเวลาที่กำหนด	5	4	3	2	1
2.มีการลดค่าเรียน เช่น การเป็นนักเรียนเก่า การมาสมัครเรียนเป็นกลุ่มหรือแนะนำเพื่อนมาเรียน	5	4	3	2	1
3.มีการแจก แคมเปญที่ระลึกให้ เช่น เสื้อยืด พวงกุญแจ กระเป๋า เป็นต้น	5	4	3	2	1
4.มีส่วนลดราคาค่าเรียนในกรณีที่ชำระค่าเรียนหมดในครั้งเดียว	5	4	3	2	1
5. ให้ทุนแก่นักเรียนที่มีผลการเรียนดีและสอบเข้ามหาวิทยาลัยชั้นนำได้	5	4	3	2	1

โปรดพิจารณาให้รอบคอบก่อนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นเพียงคำตอบเดียว

“ท่านพึงมาว่าโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษแห่งนี้เป็นอย่างไรมาก่อน เข้ามาเรียน ในเรื่องของ”	ความคิดเห็นก่อนเข้าเรียน				
	เห็นด้วย				
	มากที่สุด				น้อยที่สุด
4.2 ทศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อการโฆษณา (Advertisement)					
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุและรถกระจายเสียง	5	4	3	2	1
2. มีการลงรายละเอียดโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์	5	4	3	2	1
3. มีการลงโฆษณาโดยแจกใบปลิวหรือแผ่นพับแนะนำสถาบัน หลักสูตร	5	4	3	2	1
4. การจัดกิจกรรมในวันพิเศษ เช่น วันปีใหม่ วันคริสมาสต์ เป็นต้น	5	4	3	2	1
5. มีการรับประกัน เช่น เมื่อเรียนจบสามารถพูด เขียน อ่าน ฟังภาษาอังกฤษ ได้ในชีวิตประจำวัน	5	4	3	2	1
6. มีหลักสูตรรับรองผล สอบไม่ติดยินดีคืนเงินหรือให้เรียนซ้ำได้	5	4	3	2	1
7. ผ่านการแนะนำหรือได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก บุคคลหรือรุ่นพี่ เพื่อนที่ เคยใช้บริการ	5	4	3	2	1
8. มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียนและโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
5.1 ทศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อด้านครู ผู้สอน (People)					
1. ครูหรือผู้สอนมีชื่อเสียง คุณวุฒิสูงและความเชี่ยวชาญการสอน ภาษาอังกฤษ	5	4	3	2	1
2. ครูหรือ ผู้สอนรับฟังข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้นักเรียน ซักถาม	5	4	3	2	1
3. ครูหรือผู้สอนมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจและจดจำได้ง่ายอย่าง ตามขั้นตอน	5	4	3	2	1
4. ครูหรือผู้สอนเป็นชาวตะวันตกซึ่งเป็นเจ้าของภาษา	5	4	3	2	1
5. ครูหรือผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพที่ดีสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส	5	4	3	2	1
5.2 ทศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อด้านพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ (People)					
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว และตอบคำถามเข้าใจและแก้ปัญหา ชัดเจน	5	4	3	2	1
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถสื่อสารกับนักเรียนได้อย่างเข้าใจกับนักเรียน ทุกคนด้วยความเต็มใจ	5	4	3	2	1
3. เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่และมีความเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน	5	4	3	2	1
4. เจ้าหน้าที่เพียงพอต่อความต้องการและให้ข้อมูลชัดเจนในการบริการ	5	4	3	2	1

โปรดพิจารณาให้รอบคอบก่อนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นเพียงคำตอบเดียว

ท่านพึงมาว่าโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษแห่งนี้เป็นอย่างไรมาก่อน เข้ามาเรียน ในเรื่องของ	ความคิดเห็นก่อนเข้าเรียน				
	เห็นด้วย				
	มากที่สุด				น้อยที่สุด
6.ทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อด้านกระบวนการบริการ (Process)					
1.การให้บริการในการจองที่เรียนตามลำดับก่อน – หลัง	5	4	3	2	1
2.ตรวจตารางเรียนและการทดสอบและทำแนวข้อสอบได้จาก Internet	5	4	3	2	1
3.แนะแนวทางการทำข้อสอบและการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย	5	4	3	2	1
4. มีบริการให้ยืมสื่อการสอน และบริการอินเทอร์เน็ตให้นักเรียน	5	4	3	2	1
5. การติดต่อและการให้บริการในการสมัครเรียน รวดเร็วง่ายในการสมัคร และการแจ้งผลการลงทะเบียน	5	4	3	2	1
6. การจัดตารางเวลาเรียนช่วงเวลาในการเปิดให้บริการมีความเหมาะสมและมีความหลากหลาย	5	4	3	2	1
7. มีรูปแบบการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจในเนื้อหาหลักสูตรและชัดเจนให้กับนักเรียนที่ไม่สามารถมาเรียนได้ตามตาราง	5	4	3	2	1
8.สามารถสมัครเรียนได้หลายทาง เช่น Internet หรือ จดหมาย เป็นต้น	5	4	3	2	1
7.ทัศนคติก่อนเข้าเรียนที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
1.มีบอร์ดข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพกิจกรรม รายชื่อเจ้าหน้าที่ครู ผู้สอน	5	4	3	2	1
2.มีการตกแต่งห้องเรียน โต๊ะ เก้าอี้ สะอาด สวย เหมาะสมน่าเรียน	5	4	3	2	1
3.มีห้องน้ำสะอาดและมีพื้นที่นั่งพักและสิ่งอำนวยความสะดวก	5	4	3	2	1
4.มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอกับความต้องการ	5	4	3	2	1
5. อาคาร สถานที่กว้างขวาง และมีจัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน	5	4	3	2	1
6.มีการจัดพื้นที่แยกออกเป็นสัดส่วนและสะดวกต่อการติดต่อ	5	4	3	2	1
7.มีบอร์ดจำนวนนักเรียนที่สามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง	5	4	3	2	1
8.เอกสารแบบเรียน คู่มือการเรียนมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองโรงเรียนเอง	5	4	3	2	1
9.มีป้ายที่มองเห็นชัดเจนและชื่อโรงเรียนที่เห็นชัด	5	4	3	2	1

ตอนที่ 4 การรับรู้หลังจากเข้าเรียนแล้วที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ
การรับรู้หลังจากเข้าเรียนแล้วที่มีต่อคุณภาพบริการ คือ การรับรู้และวิเคราะห์หลังจากเข้าเรียนแล้วที่มีต่อคุณภาพทางด้านบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

เกณฑ์การให้คะแนน

- 5 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด

โปรดพิจารณาให้รอบคอบก่อนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการรับรู้ เพียงคำตอบเดียว

“หลังจากที่ท่านเข้าเรียนแล้ว ท่านมีการรับรู้คุณภาพบริการของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเป็นอย่างไร ในเรื่องของ”	การรับรู้คุณภาพบริการหลังเข้าเรียน				
	การรับรู้				
	มากที่สุด				น้อยที่สุด
1.การรับรู้หลังเข้าเรียนที่มีต่อด้านลักษณะที่จับต้องได้ (Tangibles)					
1.ครูและเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี	5	4	3	2	1
2.อุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน	5	4	3	2	1
3.บริเวณที่ให้บริการเข้าใช้สะดวกต่อผู้ใช้	5	4	3	2	1
4.โรงเรียนกวดวิชามีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย	5	4	3	2	1
5. สถานที่ ห้องเรียนสะอาดและปลอดภัย	5	4	3	2	1
6.มีอากาศถ่ายเท แสงสว่างเพียงพอและไม่มีเสียงรบกวน	5	4	3	2	1
2.การรับรู้หลังเข้าเรียนที่มีต่อด้านการตอบสนองการบริการ (Responsiveness)					
1.ครูและเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	5	4	3	2	1
2.ครูและเจ้าหน้าที่สามารถให้ความช่วยเหลือนักเรียนได้ตรงตามที่ต้องการ	5	4	3	2	1
3.ครูและเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว	5	4	3	2	1
4.ครูและเจ้าหน้าที่มีการแจ้งให้นักเรียนทราบทุกครั้งเกี่ยวกับการให้บริการ	5	4	3	2	1
5. ครูและเจ้าหน้าที่มีการกระจายการบริการอย่างทั่วถึงกับนักเรียนทุกคน	5	4	3	2	1
6.สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้สะดวก รวดเร็ว เมื่อมีปัญหาในการเรียนและการขอข้อมูล	5	4	3	2	1

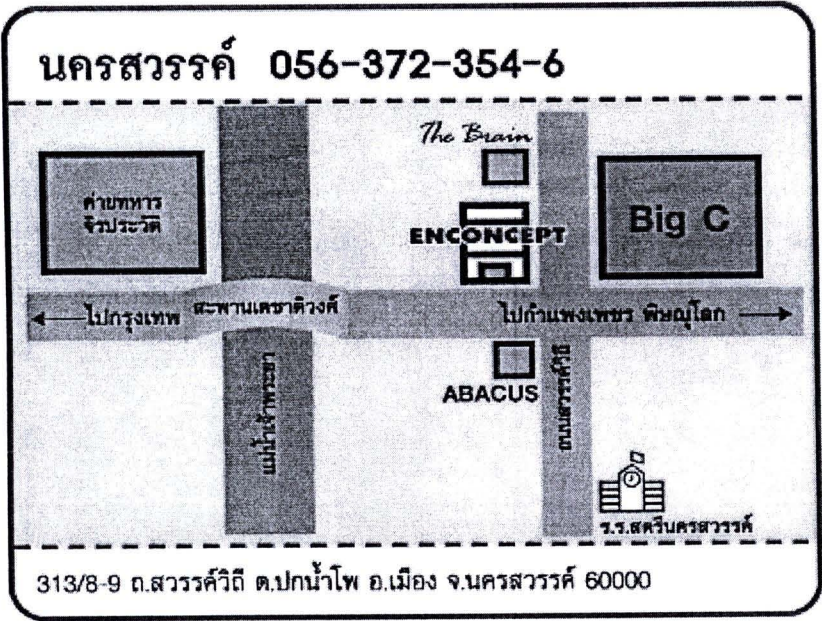
โปรดพิจารณาให้รอบคอบก่อนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการรับรู้ เพียงคำตอบเดียว

“หลังจากที่ท่านเข้าเรียนแล้ว ท่านมีการรับรู้คุณภาพบริการของ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเป็นอย่างไร ในเรื่องของ”	การรับรู้คุณภาพบริการหลังเข้าเรียน				
	การรับรู้				
	มากที่สุด				น้อยที่สุด
3.การรับรู้หลังเข้าเรียนที่มีต่อการสร้างความมั่นใจ (Assurance)					
1.ครูและเจ้าหน้าที่ มีความรู้ที่จะตอบปัญหาและแก้สถานการณ์ได้	5	4	3	2	1
2.ครูและเจ้าหน้าที่ สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่าง ๆ	5	4	3	2	1
3.ครูและเจ้าหน้าที่ มีกิริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตร	5	4	3	2	1
4.ครูและเจ้าหน้าที่ มีพฤติกรรมที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการ	5	4	3	2	1
5.ครูและเจ้าหน้าที่ มีความใส่ใจ ดูแล ในการให้บริการด้านการเรียน	5	4	3	2	1
6.ครูและเจ้าหน้าที่ มีความจริงใจและเป็นกันเองกับนักเรียนทุกคน	5	4	3	2	1
4.การรับรู้หลังเข้าเรียนที่มีต่อด้านความเข้าใจ (Empathy)					
1.ครูและเจ้าหน้าที่ โรงเรียนกวดวิชา เอาใจใส่นักเรียน	5	4	3	2	1
2.ครูและเจ้าหน้าที่ เข้าใจถึงความจำเป็นในการมาใช้บริการของนักเรียน	5	4	3	2	1
3.ครูและเจ้าหน้าที่ มีความเต็มใจในการให้บริการ	5	4	3	2	1
4.ครูและเจ้าหน้าที่ มีการคำนึงถึงผลประโยชน์ของนักเรียน	5	4	3	2	1
5.ครูและเจ้าหน้าที่ มีความเอื้ออาทรต่อนักเรียนทุกคน	5	4	3	2	1
6.ครูและเจ้าหน้าที่ มีการจัดทำบันทึกของนักเรียนทุกคน	5	4	3	2	1
7.ครูและเจ้าหน้าที่ เปิดโอกาสในการตอบคำถามกับนักเรียนทุกคนในเรื่องต่าง ๆ	5	4	3	2	1
5.การรับรู้หลังเข้าเรียนที่มีต่อด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)					
1.เมื่อนักเรียนมีปัญหา ครูและเจ้าหน้าที่ จะสนใจแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง	5	4	3	2	1
2.ครูและเจ้าหน้าที่ สามารถรับรู้ถึงปัญหาของนักเรียนได้อย่างถูกต้อง	5	4	3	2	1
3.ครูและเจ้าหน้าที่ สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก	5	4	3	2	1
4.ครูและเจ้าหน้าที่ สามารถให้บริการได้ตามระยะเวลาและตามสัญญาที่แจ้งไว้	5	4	3	2	1
5.ครูและเจ้าหน้าที่ สามารถรักษาความลับของผู้เรียนทุกคนได้	5	4	3	2	1
6.ครูและเจ้าหน้าที่ สามารถให้บริการด้านการบริการด้านการเรียนที่มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ	5	4	3	2	1

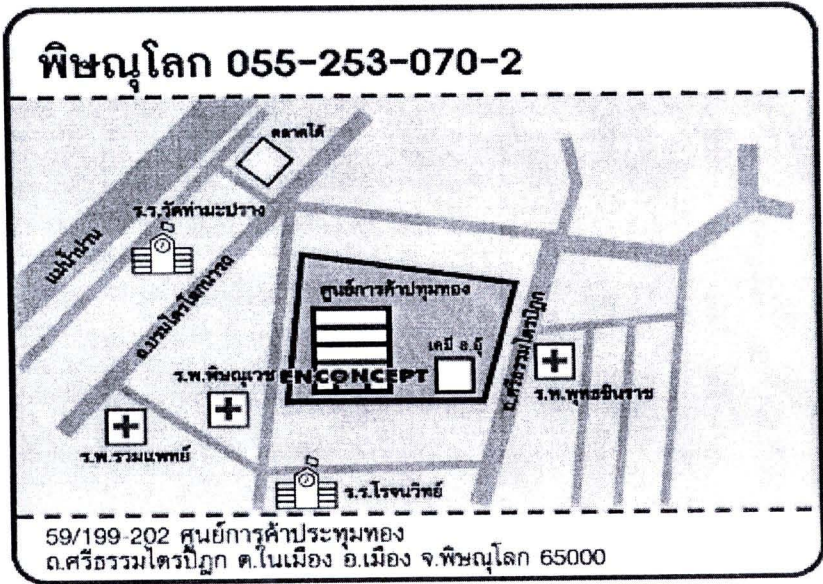
“ขอขอบคุณนักเรียนทุกคน สำหรับการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้”

.....

ภาคผนวก ง แผนที่โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษแต่ละสาขา



ภาพ 4 สาขานครสวรรค์



ภาพ 5 สาขาพิษณุโลก

ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล

เศกสิทธิ์ ทองใบ

วัน เดือน ปี เกิด

28 กันยายน 2526

ที่อยู่ปัจจุบัน

89 หมู่ 3 ถนนพหลโยธิน ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า

จังหวัดนครสวรรค์ 60190

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2548

กศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก

