ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

สารนิพนธ์

ของ

สุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2551

ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

สารนิพนธ์

ของ

สุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2551

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

บทคัดย่อ

ของ

สุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2551

สุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์. (2551). *ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณักษ์ กุลิสร์.

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดความมุ่งหมายในการวิจัยเพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และศึกษาทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานศึกษาที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำนวน 360 ราย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน จากแบบสอบถามพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสัญชาติไทย คู่สมรสส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี สถานภาพสมรส/ อยู่ด้วยกัน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่มีบุตรหลานเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

2. สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง เรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และมีโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง เรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และมีโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ระดับอายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับ

ความคาดหวัง เรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และมีโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. สถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง และในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

6. ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

7. อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง เรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และมีโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

8. รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

9. ปัจจัยทางการตลาดบริการ 7Ps มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ส่วนปัจจัยด้านราคาโดยรวมและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมและปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

10. ปัจจัยทางการตลาดบริการ 7Ps มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำและต่ำมาก ตามลำดับ ปัจจัยด้านราคาโดยรวมและปัจจัยด้านการส่งเสริม

การตลาดมีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก และปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

11. ปัจจัยทางการตลาดบริการ 7Ps มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม และปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมและและปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ATTITUDE AND BEHAVIOR AFFECTING THE SELECTION TO STUDY AT THE REGENT'S SCHOOL - BANGKOK

AN ABSTRACT

BY

SUDATHIP TAKSAPAIBOON

Present in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Master of Business Administration degree in Management

at Srinakharinwirot University

May 2008

Sudathip Taksapaiboon. (2551) *Attitude and behavior affecting the selection to study at The Regent's School - Bangkok.* Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Asst. Prof. Dr. Nak Gulid

The research was aimed to study the attitude and behavior affecting the selection to study at The Regent's School - Bangkok classified by demographic data and marketing mix (7Ps) such as product, price, place, promotion, people, process and physical environment in order to predict the behavior of affecting the selection to study at The Regent's School - Bangkok. The sample size was randomized by the method of non-probability Sampling accounted for 360 people. Data was gathered through questionnaires. Percentage, frequency distribution, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA, and Pearson product moment correlation coefficient were applied for statistical analysis tools.

The findings showed that most of the samples were male, Thai nationality, spouse also having Thai nationality, 31 to 40 years of age, married status (living as couple), employees, earning average monthly income 100,001 to 150,000 baht, having student who were studying in Secondary classes.

The results of hypotheses testing are as follows:

1. The difference in gender had difference in behavior of the selection to study at The Regent's School - Bangkok about the recommend The Regent's School – Bangkok to the others with statistical significance at 0.01 level.

2. The difference in nationality of parent had difference in behavior of the selection to study at The Regent's School - Bangkok about the expectation of the service of The Regent's School - Bangkok, the satisfaction of the service of The Regent's School – Bangkok and the recommend The Regent's School – Bangkok to the others with statistical significance at 0.01 level.

3. The difference in nationality of spouse had difference in behavior of the selection to study at The Regent's School - Bangkok about the expectation of the service of The Regent's School - Bangkok, the satisfaction of the service of The Regent's School – Bangkok and the recommend The Regent's School – Bangkok to the others with statistical significance at 0.01 level.

4. The difference in age had difference in behavior of the selection to study at The Regent's School - Bangkok about the expectation of the service of The Regent's School - Bangkok, the satisfaction of the service of The Regent's School – Bangkok and the recommend The Regent's School – Bangkok to the others with statistical significance at 0.01 level.

5. The difference in marital status had difference in behavior of the selection to study at The Regent's School - Bangkok about the expectation of the service of The Regent's School - Bangkok and the recommend The Regent's School – Bangkok to the others with statistical significance at 0.01 level.

6. The difference in education level had difference in behavior of the selection to study at The Regent's School - Bangkok about the satisfaction of the service of The Regent's School – Bangkok and the recommend The Regent's School – Bangkok to the others with statistical significance at 0.01 level.

7. The difference in occupation had difference in behavior of the selection to study at The Regent's School - Bangkok about the expectation of the service of The Regent's School - Bangkok, the satisfaction of the service of The Regent's School – Bangkok and the recommend The Regent's School – Bangkok to the others with statistical significance at 0.01 level.

8. The difference in average monthly income had difference in behavior of the selection to study at The Regent's School - Bangkok about the satisfaction of the service of The Regent's School – Bangkok and the recommend The Regent's School – Bangkok to the others with statistical significance at 0.01 level.

9. Marketing Mix (7Ps) had very low positively related to the selection to study at The Regent's School – Bangkok about the expectation of the service of The Regent's School – Bangkok by Product factor had very low positively related with statistical significance at 0.05 level, Price and Promotion factors had low positively related in the same direction with statistical significance at 0.01 level and People and Process factors had very low positively related with statistical significance at 0.01 level.

10. Marketing Mix (7Ps) had very low positively related to the selection to study at The Regent's School – Bangkok about the satisfaction of the service of The Regent's School – Bangkok by Product and People factors had low and very low positively related with statistical significance at 0.05 level respectively, Price and Promotion had low positively related with statistical significance at 0.01 level, Place factor had very low

positively related with statistical significance at 0.01 level and Process factor had very low negatively related with statistical significance at 0.01 level.

11. Marketing Mix (7Ps) had very low positively related to the selection to study at The Regent's School – Bangkok about the recommend The Regent's School – Bangkok to the others by Product factor had very low positively related with statistical significance at 0.01 level, Place, Promotion and People factors had low positively related with statistical significance at 0.01 level Process and Physical evidence factors had medium positively related with statistical significance at 0.01 level.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะ กรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะ รีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ของ สุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณักษ์ กุลิสร์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณักษ์ กุลิสร์)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2551

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณักษ์ กุลิสร์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า นับตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำปรึกษา คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา และ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์และกรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ อีกทั้งยังให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ และให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ความช่วยเหลือตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ที่เคารพ และพี่ ๆ ผู้ซึ่งให้ชีวิต ความรัก ความอบอุ่น ให้การอบรมสั่งสอน ให้กำลังใจและการสนับสนุนมาโดยตลอด จนกระทั่งมีวันนี้ อีกทั้งยังมอบโอกาสในการศึกษาให้เป็นวิชาความรู้ติดตัวมาจนปัจจุบัน

ผู้วิจัยขอขอบคุณหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน เพื่อน ๆ ที่เคยร่วมเรียน ร่วมทุกข์ ร่วมสุขกันมาและบุคคลที่เกี่ยวข้องที่คอยให้กำลังใจ ให้ความร่วมมือ อีกทั้งสนับสนุนอุปกรณ์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ เพื่อนนิสิต คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ รุ่น 8 ทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่ม NNC Club ที่ต่างคอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน และให้คำแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้มาโดยตลอด

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา บรรพบุรุษ ญาติพี่น้อง บูรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

สุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์

สารบัญ

บทที่ หน้า

1 บทนำ

ภูมิหลัง..... 1
ความมุ่งหมายของการวิจัย..... 5
ความสำคัญของการวิจัย..... 5
ขอบเขตของการวิจัย..... 5
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย..... 5
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา..... 6
นิยามศัพท์เฉพาะ..... 8
กรอบแนวความคิดในการวิจัย..... 9
สมมติฐานในการวิจัย..... 10

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 11
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค..... 12
ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค 13
พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค..... 15
ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค..... 16
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ..... 23
ลักษณะของการตัดสินใจ..... 24
พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจ 27
ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวข้องกับทัศนคติ..... 28
การกำหนดทัศนคติ 34
แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 42
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 47
ประวัติความเป็นมาของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ 51
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 55

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ หน้า

3 วิธีการดำเนินการวิจัย..... 59
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง..... 59
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย..... 59
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย..... 59
การวางแผนการเลือกตัวอย่าง..... 60
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 60
การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 65
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล..... 65
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 65

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 72
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 72
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน 85
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน..... 215

5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 220
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีการศึกษาค้นคว้า..... 220
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 228
การอภิปรายผล..... 259
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย..... 265
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป..... 266

บรรณานุกรม..... 268

ภาคผนวก..... 272
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 273
ภาคผนวก ข จดหมายขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ..... 281
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย..... 284

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์..... 286

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงการเปรียบเทียบชั้นเรียนระหว่างหลักสูตรไทยและหลักสูตรนานาชาติ…….	52
2	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance).	69
3	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระดับชั้นของบุตรหลานที่เรียน ……..	73
4	แสดงค่าการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนบุตรหลานที่ผู้ปกครองได้รับเลี้ยงดูและจำนวนบุตรหลานที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ…	76
5	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส และอายุ (จัดกลุ่มใหม่) ……	77
6	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญทางด้านต่างๆ ที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ……	78
7	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ……..……	84
8	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ……..……	86
9	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติทดสอบ Independent t-test …….	87
10	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติ โดยใช้การทดสอบ Levene’s Test ……..…….	88
11	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ……	90
12	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามสัญชาติโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett’s T3 ……..……..	90

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe..... 92

14 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 93

15 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ F-test 94

16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)..... 95

17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรส โดยใช้การทดสอบ Levene's Test 97

18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติของคู่สมรสกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe 98

19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรสโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3..... 99

20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติของคู่สมรสกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe 102

21 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรสโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 103

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติของคู่สมรสกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe..... 105

23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรสโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 106

24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอายุ โดยใช้การทดสอบ Levene's Test 108

25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับอายุของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe..... 109

26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3..... 110

27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับอายุของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ F-test 111

28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครองโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)..... 112

29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับอายุของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe 113

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

30 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3..... 114

31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ 116

32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติทดสอบ Independent t-test 117

33 ผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยใช้การทดสอบ Levene's Test..... 119

34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe..... 120

35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้ F-test 121

36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครองโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) 122

37 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe 123

38 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 124

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
39	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยใช้การทดสอบ Levene's Test ……..	125
40	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ……..	126
41	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3..……	127
42	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe…..……..……...	128
43	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3..….	129
44	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับอาชีพของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ……..	131
45	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3..……..……..	131
46	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองโดยใช้การทดสอบ Levene's Test……..	133

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

47 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe..... 135

48 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe 135

49 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 136

50 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe 138

51 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 138

52 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง 141

53 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ 163

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ..... 189

55 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 215

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ		หน้า
1	กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....…….....……	9
2	ขั้นตอนการรับรู้ …..…….....…… ….....….....….....

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

จากสถานการณ์ในปัจจุบันที่การสื่อสารไร้พรมแดน และเป็นยุคแห่งโลกาภิวัฒน์ที่ทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วโลกไม่ว่าจะอยู่ที่ใด การศึกษาดูเหมือนจะเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งเหล่านี้ เนื่องจากคนเราถ้าไม่รู้จักภาษาพูด ภาษาเขียน หรือทักษะด้านอื่น ๆ ก็คงจะไม่สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ ดังนั้นผู้ปกครองจึงต้องการสรรหาสิ่งที่ดีที่สุดให้กับบุตรหลานของตน เช่น โรงเรียนที่มีชื่อเสียงทั้งด้านการเรียนการสอน วิชาการ กีฬา ดนตรี หรือทักษะด้านอื่น ๆ ซึ่งแต่เดิมนั้นโรงเรียนในประเทศไทยนั้นจะแบ่งเป็นแค่ของภาครัฐบาลและเอกชนเท่านั้น แต่ในปัจจุบันนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไป คือ มีการจัดตั้งโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยมากขึ้น โดยดูได้จากจำนวนของโรงเรียนในกรุงเทพมหานคร ในปี 2546 มีจำนวน 65 โรงเรียน และในปี 2549 เพิ่มเป็น 75 โรงเรียน และในส่วนของโรงเรียนทั่วประเทศ มีจำนวน 89 โรงเรียน และเพิ่มเป็น 103 โรงเรียน (http://www.moe.go.th/inter_school)

ซึ่งการเรียนการสอนในโรงเรียนนานาชาตินั้นจะมุ่งเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ช่วยเหลือสังคม รวมทั้งการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมของต่างประเทศ โรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยนั้นมีการจัดระบบการศึกษาอยู่ 3 ระบบด้วยกัน คือ ระบบการศึกษาตามแบบของประเทศสหรัฐอเมริกา จะมุ่งเน้นการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนเอง ส่งเสริมให้รู้จักคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เน้นการพัฒนา ร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์อย่างสมดุล ระบบการศึกษาตามแบบของประเทศอังกฤษนั้นจะมุ่งเน้นการศึกษาด้วยตนเองมากที่สุดโดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และเนื้อหาในวิชาหลัก ๆ คือ ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ และวิชาพื้นฐานอื่น ๆ ที่ผู้เรียนสนใจ เช่น คอมพิวเตอร์ ดนตรี ภูมิศาสตร์ ศิลปะ พละศึกษาและการออกแบบเทคโนโลยี เป็นต้น และระบบการศึกษาตามแบบนานาชาติ จะเน้นการรู้จักเชื่อมโยงประสบการณ์ในห้องเรียนสู่ชีวิตจริง รู้จักคิดวิเคราะห์และพร้อมที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในสังคมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เข้าใจในความเป็นมนุษยชาติและการอยู่ร่วมกันในสภาพวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีทัศนคติที่ดีต่อชีวิต (สมาคมโรงเรียนนานาชาติแห่งประเทศไทย, 2545)

ความคิดริเริ่มที่จะจัดตั้งโรงเรียนนานาชาติขึ้นในประเทศไทยเริ่มในปี พ.ศ. 2494 ที่ปรึกษาเอกอัครราชทูตอเมริกัน และรองเลขาธิการอีคาเฟ่ได้แสดงความประสงค์จะจัดตั้งโรงเรียนเพื่อให้การศึกษาแก่บุตรหลานชาวต่างชาติที่เข้ามาปฏิบัติหน้าที่ และพำนักอยู่ในประเทศไทย ซึ่งขณะนั้นต้องศึกษาเข้าเรียนในโรงเรียนมิชชั่นนารีที่กระทรวงศึกษาธิการให้การรับรองวิทยฐานะแล้ว หรือศึกษาเล่าเรียนในบริเวณสถานเอกอัครราชทูต ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ พ.ศ. 2497 ต้องมีหลักการบริหารโรงเรียนที่สำคัญ คือ เจ้าของโรงเรียน ซึ่งปัจจุบันคือ ผู้รับใบอนุญาต จะต้องมี

สัญชาติไทย ถ้าเป็นนิติบุคคลจะต้องจดทะเบียนตามกฎหมายไทยถูกต้อง และมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา (หลักการดังกล่าวยังคงใช้ถึงปัจจุบันนี้) ซึ่งในช่วงแรกนั้นบุคคลทั่วไปไม่สามารถส่งบุตรหลานเรียนได้ แต่หลังจากปี พ.ศ. 2540 ก็มีการเปิดกว้างอย่างเสรีมากขึ้น

หลักสูตรการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทย

ระบบการศึกษาและหลักสูตรแบบโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยมีหลักการและข้อกำหนดที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งหลักสูตร ซึ่งมีหลักสูตร 3 ประเภท โดยกรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการได้เสนอแนวทางการพิจารณาหลักสูตรโรงเรียนนานาชาติ ดังนี้ (กรมวิชาการ, ศูนย์พัฒนาหลักสูตร. 2542)

ประเภทที่ 1 หลักสูตรที่นำมาจากต่างประเทศ มีหลักฐานการรับรองจากรัฐหรือสมาคมหรือประเทศนั้น ๆ ให้นำมาใช้ได้ การพิจารณาหลักสูตรประเภทนี้สำนักงานคณะกรรมการศึกษาเอกชนพิจารณาให้ความเห็นชอบ และเสนอต่อกระทรวงศึกษาธิการให้ใช้ได้ ทั้งนี้ต้องให้เรียนภาษาและวัฒนธรรมไทยตามมติที่ประชุมคณะกรรมการอำนวยการพัฒนาหลักสูตร

ประเภทที่ 2 หลักสูตรที่นำมาจากต่างประเทศโดยปรับและพัฒนาเนื้อหารายวิชาใหม่ เป็นหลักสูตรที่มีความสอดคล้องในจุดหมาย หลักการ โครงสร้างของหลักสูตรและมีความเหมาะสมกับวุฒิภาวะของผู้เรียนแต่ละระดับ มีการกำหนดจุดประสงค์ และเนื้อหา โดยที่เนื้อหาไม่ขัดต่อศีลธรรม ความมั่นคงของสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์และระบบการปกครองของไทย มีการกำหนดให้เรียนภาษาและวัฒนธรรมไทยตามมติที่ประชุมของคณะกรรมการอำนวยการพัฒนาหลักสูตร

ประเภทที่ 3 หลักสูตรที่โรงเรียนเขียนขึ้นเอง เป็นหลักสูตรที่โรงเรียนพัฒนาขึ้นเองทั้งหมด การพิจารณาหลักสูตรนั้นกรมวิชาการจะเชิญโรงเรียนนานาชาติที่ผ่านการรับรองวิทยฐานะ และมีนักเรียนได้รับการเทียบความรู้จากกระทรวงศึกษาธิการแล้ว และเชิญผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนมาร่วมยกร่างกรอบหลักสูตรเพื่อเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาหลักสูตรของโรงเรียนนานาชาติประเภทนี้ต่อไป

ปัจจุบันโรงเรียนนานาชาติที่เปิดสอนในประเทศไทยต้องปฏิบัติตาม พ.ร.บ.โรงเรียนเอกชนปีพ.ศ.2525 และเมื่อพิจารณาหลักสูตรการศึกษาปรากฏว่า โรงเรียนนานาชาติใช้หลักสูตรระบบอเมริกันประมาณร้อยละ 46 หลักสูตรระบบอังกฤษร้อยละ 20 และหลักสูตรอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น เยอรมันนี ร้อยละ 34 อย่างไรก็ดี โรงเรียนเหล่านี้และส่วนใหญ่จะได้รับการรับรองจาก The European Council of International Schools (ECIS) และ The Western Association of Schools and Colleges (WASC) ด้วย

สำหรับการเรียนการสอนในโรงเรียนแต่ละแห่งจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับหลักสูตรของแต่ละสถาบันซึ่งแบ่งเป็นระดับ ดังนี้

1. หลักสูตรระดับอนุบาล พัฒนาการความคิดและฝึกเด็กให้รู้จักการตัดสินใจ พัฒนาการอ่าน การเรียน เลข และการเรียนรู้สาระ รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมตามวัยด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในและนอกโรงเรียน

2. หลักสูตรระดับประถม อบรมการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ดี รวมถึงความสมดุลในด้านอื่นๆ โดยมีเด็กเป็นศูนย์กลาง ตลอดจนการติดต่อประสานงานกับครอบครัวของเด็กนักเรียนด้วย พัฒนาทักษะความรู้พื้นฐานของเด็กแต่ละคน ซึ่งทีมงานของโรงเรียนจะพัฒนาศักยภาพเด็กร่วมกับทางครอบครัว

3. หลักสูตรระดับมัธยมต้น พัฒนาเด็กในด้านการอ่าน การเขียน พูด ฟัง และทักษะการคิด วิชาที่เรียนมีตั้งแต่การตัดสินใจ การเติบโตทางสังคม นอกจากนี้ยังมีหลักสูตรเสริมได้แก่ คอมพิวเตอร์ ศิลปะ ห้องสมุด ภาษาไทย วัฒนธรรม ดนตรี และการศึกษาทางกายภาพ เป็นต้น ในหลักสูตรคณิตศาสตร์รวมถึงการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์จะปล่อยให้นักเรียนพัฒนาตามความสามารถของตนเอง ส่วนการเรียนวิชาสังคมและวิทยาศาสตร์ เช่น ไฟฟ้า ร่างกายของมนุษย์ มหาสมุทร อากาศ สิ่งแวดล้อม วิชาสังคมครอบคลุมถึงกลุ่มชน และวัฒนธรรมรอบโลก และการอ่านแผนที่ เป็นต้น จะแยกตามพื้นฐานหรือทักษะหรือความสนใจของเด็กแต่ละคนแต่ละระดับ เนื่องจากเด็กมัธยมต้นเป็นเด็กที่อยู่ในวัยการเปลี่ยนแปลงของอารมณ์ การจัดหลักสูตรจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงสติปัญญา หรือความสามารถของเด็กแต่ละคน

4. หลักสูตรระดับมัธยมปลาย การเรียนในระดับนี้ทั้งหลักสูตรอเมริกัน และอังกฤษจะให้นักเรียนลงทะเบียนเลือกเรียนวิชาต่างๆ เอง โดยมีอาจารย์แนะแนวให้คำปรึกษา ทั้งนี้ในช่วง 2 ปีแรกจะเรียนวิชาบังคับทั่วไป ส่วน 2 ปีสุดท้ายจะเจาะลึกวิชาตามความสนใจของนักเรียน ด้วยวิธีนี้จะรู้ว่าตนเองมีความถนัดสาขาวิชาใด

ระบบการศึกษาแบบของประเทศอังกฤษ

ระบบการศึกษาของอังกฤษจะใช้หลักสูตรของชาติ (National curriculum) ซึ่งกำหนดวิชาหลักให้นักเรียนได้เรียนโดยเน้นการศึกษาด้วยตนเองมากที่สุด คือวิชาภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ โดยมีวิชาพื้นฐานมากมาย เช่น เทคโนโลยี ดนตรี ศิลปะ ประวัติศาสตร์ ภาษาสมัยใหม่ เป็นต้น วิธีการสอนจะยึดกรอบตามหลักสูตรความสมดุล การนำความรู้มาปฏิบัติจริงให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ เน้นการสร้างประสบการณ์ตรงให้กับนักเรียน ทั้งนี้ต้องอยู่บนหลักการของความเคารพ ความมั่นคง ความสม่ำเสมอ ความเป็นอิสระ และการทำงานร่วมกันโดยการมอบหมายงานให้ทำเป็นกลุ่มเล็ก ๆ

โรงเรียนนานาชาติที่ใช้ระบบการศึกษาและหลักสูตรอังกฤษในประเทศไทยจะต้องใช้หลักสูตรตามระบบการศึกษา และหลักสูตรของประเทศอังกฤษ ซึ่งมี 3 ระดับ ได้แก่

1. มีระดับก่อนประถม – ประถมศึกษา คือ ชั้นอนุบาลถึงชั้นปีที่ 6 หรืออายุตั้งแต่ 3 ปีถึง 10 ปี

2. ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คือ ชั้นปีที่ 7 – 9 และชั้นปีที่ 10 – 11 หรืออายุ 12 ปีขึ้นไป จนถึงอายุ 15 ปีขึ้นไป

3. ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คือ ชั้นปีที่ 12 ถึงชั้นปีที่ 13 หรืออายุ 16 – 17 ปีขึ้นไป จากการที่มีหลักสูตร 13 ปี ของระบบการศึกษาแบบอังกฤษ ในขณะที่หลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลายของไทยเพียง 12 ปี นักเรียนที่สอบผ่านการเรียนในหลักสูตร "A Level" สามารถเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรนานาชาติ ได้โดยมิต้องสอบและได้รับการเทียบโอน 8 วิชา อาทิเช่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เป็นต้น

ปัจจุบันจากข้อมูลของสมาคมโรงเรียนนานาชาติประมาณว่ามีนักเรียนในระบบโรงเรียนนานาชาติไม่น้อยกว่า 20,000 คน ในจำนวนนี้มีนักเรียนไทยประมาณ 13,000 คน และมีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นตลอดเวลา (นิตยสารผู้จัดการ กุมภาพันธ์ 2548 และ รายการชีพจรโลก 24 เมษายน 2550) จากตัวเลขที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ ทำให้เกิดข้อสงสัยว่าเพราะเหตุใดโรงเรียนนานาชาติจึงได้รับความนิยมจากผู้ปกครองทั้งคนไทยและต่างประเทศ หรือเป็นเพียงกระแสค่านิยมที่ต้องการให้บุตรหลานเรียนในโรงเรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักและมีชื่อเสียง มีบุตรหลานของคนดังในแวดวงสังคม การเมือง บันเทิงรวมอยู่ด้วยเพื่อผลประโยชน์ในอนาคต จึงทำให้ต้องมีการศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อโรงเรียนนานาชาติและพฤติกรรมการเลือกโรงเรียนนานาชาติว่ามีหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจอย่างไร เช่น หลักสูตรการศึกษา สถานที่ตั้งโรงเรียน บรรยากาศของบริเวณโรงเรียน คุณภาพและประสิทธิภาพของคณะอาจารย์ พนักงานเจ้าหน้าที่ เป็นต้น

โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ก็เป็นสถาบันการศึกษาอีกแห่งหนึ่งที่ได้รับความนิยมในขณะนี้ ซึ่งดูได้จากการที่มีการขยายตัวของขนาดโรงเรียนเอง จากเริ่มต้นที่สาขาพัทยาและต่อมาที่สาขาเหม่งจ๋ายภายในระยะเวลาเพียง 2 ปีเท่านั้น ส่วนที่ใหม่ที่กำลังจะเปิดก็คือ สาขาสถานฑูตลาวซึ่งคาดว่าจะเปิดอย่างเป็นทางการประมาณต้นปีหน้า นอกจากนี้จำนวนนักเรียนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องก็คงจะเป็นตัวบ่งชี้อีกประการหนึ่งของการเจริญเติบโตของสถาบันการศึกษานานาชาติในประเทศไทย ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้นั้นจะทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะ รีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ว่าเนื่องจากสาเหตุใดบ้างที่ทำให้ผู้ปกครองเลือกสถาบันแห่งนี้ ไม่ว่าจะเป็นด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา หรือส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการ เช่น สถานที่ตั้ง ค่าธรรมเนียมการศึกษา คุณภาพของคณะอาจารย์ หลักสูตรการศึกษาที่เคร่งครัด เป็นต้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัว และจำนวนบุตร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

2. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ของผู้ปกครอง

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีความสำคัญต่อการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพในด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ปกครองมากที่สุด
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ปกครอง และผู้ที่สนใจ ในการใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เป็นสถานศึกษาให้กับบุตรหลาน
3. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประขากรที่ทำการศึกษา คือ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานศึกษาที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ที่เปิดสอนตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คือ มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 600 คน (แหล่งที่มา www.regents.ac.th)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของจำนวนนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลถึงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นจำนวนทั้งสิ้น 600 คน โดยจะกำหนดให้จำนวนผู้ปกครองกับจำนวนนักเรียนเป็นสัดส่วน 1 : 1

ส่วนขนาดตัวอย่างนั้น เนื่องมาจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนนั้น ดังนั้นจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อรุณศรี. 2538:104) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คนและสำรองไว้จำนวน 120 คน รวมเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ 360 คน

วิธีการเก็บตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นละประมาณ 25 คน

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้นำไปเก็บข้อมูลจนครบตามที่กำหนด

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งได้ดังนี้

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 สัญชาติ

1.1.2.1 ไทย

1.1.2.2 อังกฤษ

1.1.2.3 เกาหลี

1.1.2.4 ญี่ปุ่น

1.1.2.5 ไต้หวัน

1.1.2.6 อื่น ๆ โปรดระบุ .....

1.1.3 คู่สมรสของท่านมีสัญชาติ

1.1.3.1 ไทย

1.1.3.2 อังกฤษ

1.1.3.3 เกาหลี

1.1.3.4 ญี่ปุ่น

1.1.3.5 ไต้หวัน

1.1.3.6 อื่น ๆ โปรดระบุ .....

1.1.4 อายุ

1.1.4.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี

1.1.4.2 31 – 40 ปี

1.1.4.3 41 – 50 ปี

1.1.4.4 51 ปีขึ้นไป

1.1.5 สถานภาพ

1.1.5.1 โสด

1.1.5.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

1.1.5.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

1.1.6 ระดับการศึกษา

1.1.6.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.6.2 ปริญญาตรี

1.1.6.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.7 อาชีพ

1.1.7.1 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.7.2 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.7.3 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว

1.1.7.4 อื่น ๆ โปรดระบุ .....

1.1.8 รายได้

1.1.8.1 ไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน

1.1.8.2 50,001 – 100,000 บาทต่อเดือน

1.1.8.3 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน

1.1.8.4 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน

1.1.8.5 มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน

1.1.9 จำนวนบุตรจำนวน ..... คน

1.1.10 จำนวนบุตรที่เรียนโรงเรียนนานาชาติจำนวน ..... คน

1.1.11 บุตรหลานของท่านที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์อยู่ในระดับชั้น

1.1.11.1 เด็กอนุบาล

1.1.11.2 ประถมศึกษา

1.1.11.3 มัธยมศึกษา

1.1.11.4 มากกว่า 1 ระดับชั้น

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ปัจจัยด้านราคาของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ปัจจัยด้านสถานที่ของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ปัจจัยด้านบุคลากรของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

2. ตัวแปรตาม

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

เวลาในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียน

ระยะเวลาที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ความคาดหวังกับการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ความพึงพอใจ หลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

โอกาสที่ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

นิยามศัพท์เฉพาะ

โรงเรียนนานาชาติ หมายถึง สถานศึกษาที่จัดการศึกษาในระบบโดยใช้หลักสูตรต่างประเทศหรือหลักสูตรต่างประเทศที่ปรับรายละเอียดเนื้อหาวิชาใหม่หรือหลักสูตรที่จัดทำขึ้นเองที่ไม่ใช่หลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการและใช้ภาษาต่างประเทศเป็นสื่อในการเรียนการสอนให้กับนักเรียน โดยไม่จำกัด เชื้อชาติ ศาสนา และไม่ขัดต่อศีลธรรมความมั่นคงของประเทศ

ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการการให้บริการ (Process) และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical evidence) ที่ผู้ปกครองนักเรียนใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการศึกษา และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการส่งบุตรหลานเข้าเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ผู้ปกครอง หมายถึง บิดา มารดาหรือบุคคลที่ทำหน้าที่อุปการะเลี้ยงดูอบรมสั่งสอนและดูแลรับผิดชอบเด็กอย่างใกล้ชิดที่บ้านและมีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

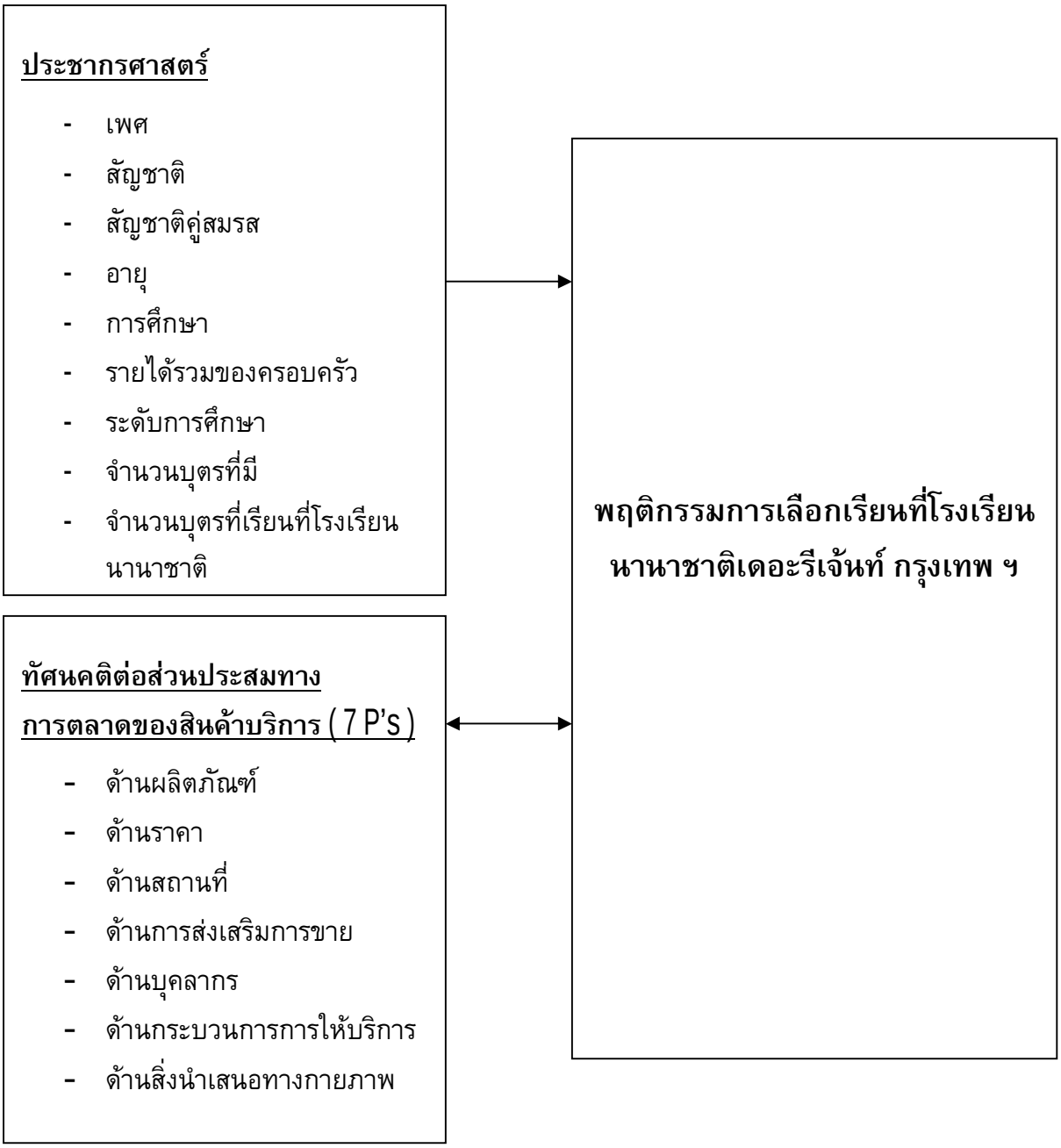
วุฒิการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง ได้แก่ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี, เทียบเท่าปริญญาตรี หรือสูงกว่าระดับปริญญาตรี

รายได้ หมายถึง รายได้ของผู้ปกครองที่ได้รับจากการประกอบอาชีพในแต่ละเดือน ได้แก่ ไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน, 50,001 – 100,000 บาทต่อเดือน, 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน, 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน หรือมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ หมายถึง กระบวนการการตัดสินใจโดยได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติด้านการบริการของโรงเรียนของผู้ปกครอง การสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนเพื่อประกอบการตัดสินใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ของผู้ปกครอง มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังแสดงในภาพประกอบ 1



สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันประกอบด้วย เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัว และจำนวนบุตร มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ที่ต่างกัน

2. ทัศนคติที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อสินค้าบริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการการให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดสมมติฐาน การกำหนดตัวแปร กรอบแนวความคิดตลอดจนแนวทางในการดำเนินการวิจัยโดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และผลงานที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. **ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค**
   - องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย
   - ความหมายของพฤติกรรมการบริโภค
   - ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค
   - พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
   - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
   - กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
2. **ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ**
   - ความหมายของการตัดสินใจ
   - กระบวนการตัดสินใจ
   - ขั้นตอนในการตัดสินใจ
   - พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจ
   - ปัจจัยที่มีอิทธิพลพฤติกรรมผู้บริโภค
3. **ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวข้องกับทัศนคติ**
   - ลักษณะของทัศนคติ
   - โมเดลทัศนคติ
   - ลำดับขั้นตอนการเกิดทัศนคติ
   - การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
   - ค่านิยมของผู้บริโภค
4. **แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์**
   - ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's
   - ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
5. **ประวัติความเป็นมาของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ**
6. **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย

องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย 4 ประการ คือ

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีความต้องการ (Needs)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior)

1. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีความต้องการ (Needs)

ความต้องการที่ว่านี้ต้องเป็นความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary needs) คือ เป็นความต้องการที่มีอยู่ในตัวผู้บริโภคโดยไม่จำเป็นที่จะต้องเห็นตัวผลิตภัณฑ์ก่อน แต่เมื่อไรที่ผู้บริโภคมีความต้องการและแสวงหาสินค้ามาตอบสนอง ความต้องการนี้จัดเป็นความต้องการขั้นทุติยภูมิ (Secondary needs)

2. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)

ความต้องการอย่างเดียวไม่ทำให้เกิดการซื้อ แต่ผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วยนั่นคือ มีเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์มาสนองความต้องการของตน ดังนั้นการวางแผนการตลาดของกิจการจะต้องทำการผลิต ผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดที่ดีสำหรับกิจการด้วย

3. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior)

พฤติกรรมการซื้อถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของผู้บริโภค เพราะนักการตลาดจะต้องศึกษาถึงความเต็มใจหรือความพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เพราะอาจจะซื้อผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขันหรือซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นได้ ดังนั้นกิจการต้องทราบพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ

3.1 ใครเป็นผู้ซื้อ เป็นผู้ที่ทำการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อกิจการสามารถทำการวางแผนการตลาดได้ว่ากิจการต้องทำการสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายใด

3.2 ซื้อเมื่อใด เป็นการมองถึงโอกาสในการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งขึ้นอยู่กับอัตราการบริโภคฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น ธนาคารจะไม่ปิดบริการตอนเที่ยงเพราะธนาคารทราบว่าลูกค้านิยมมาใช้บริการตอนเที่ยง

3.3 ซื้อมากน้อยเพียงใดเป็นการพิจารณาถึงปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เช่น ขนาดของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการบริโภค

3.4 ซื้อบ่อยแค่ไหน เป็นการพิจารณาความถี่ในการซื้อของผู้บริโภค

3.5 เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อคืออะไร เช่น คุณภาพราคาหรือขนาดและมีมาตรการเร่งรัดแบบใด

3.6 อำนาจซื้อของผู้บริโภคเป็นการศึกษาว่าผู้บริโภคมีเงินที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค

4. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior)

พฤติกรรมของผู้บริโภคนี้จะเป็นการศึกษาถึงลักษณะการบริโภค คือ

4.1 ใครเป็นผู้ใช้ เป็นการศึกษาว่าใครคือผู้บริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์นั้น เช่น เด็ก พ่อแม่ คนรับใช้

4.2 ใช้เมื่อใด เป็นการพิจารณาโอกาสในการบริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น ใช้เป็นฤดูกาล

4.3 ใช้มากน้อยเพียงใด เป็นการพิจารณาทั้งปริมาณการบริโภคหรือการใช้ผลิตภัณฑ์

4.4 ใช้ที่ไหน เป็นการพิจารณาถึงความเหมาะสมในการบริโภคหรือการใช้ผลิตภัณฑ์

4.5 แรงจูงใจในการซื้อเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมการซื้อแบบใช้อารมณ์หรือเหตุผล เพราะลักษณะการซื้อของผู้บริโภคจะประกอบด้วยตัวกระตุ้นและแรงจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ดารา ทีปะปาล (2542 : 4) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า คือ การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ

ธงชัย สันติวงษ์ (2533 : 29) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

องอาจ ปะทะวานิช (2527 : 31) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผุ้บริโภคแต่ละคนว่า จะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ และสมมติว่าถ้าซื้อจากที่ไหน เมื่อไร อย่างไรและซื้อจากใคร จึงจะเหมาะสมและสร้างความพอใจในการซื้อให้แก่ตนมากที่สุด สาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าและบริการจากธุรกิจหนึ่งใดโดยเฉพาะนั้น อาจเป็นเพราะว่าธุรกิจนั้นมีสิ่งจูงใจบางประการซึ่งถูกกับทัศนคติของผู้บริโภคก็ได้

ผศ.ดร. อรชร มณีสงฆ์ (2546 : 2) (http://www.ba.cmu.ac.th/~ek/mobile721/mat/consumer.ppt#298,4) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการ ค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมิน และจัดการกับสิ่งเหลือใช้ สินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถสนองความต้องของเขาได้

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2539 : 4) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคอาจให้คำจำกัดความได้ว่าเป็น “ปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้

สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านั้น" คำจำกัดความที่กล่าวมานี้ เราอาจแบ่งออกเป็นส่วนสำคัญได้ 3 ส่วนคือ

(1) ปฏิกิริยาของบุคคล ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินทางไปและกลับจากร้านค้า การจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนสินค้า การใช้ประโยชน์และการประเมินค่าสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด

(2) บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (The Ultimate Consumer) เรามุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปใช้บริโภคเองและ/หรือเพื่อการบริโภคของหน่วยบริโภคต่างๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น ครอบครัว หรือเพื่อน เราพิจารณาหน่วบริโภคว่า รวมถึงแม่บ้านในฐานะที่เป็นตัวแทนการจัดซื้อของครอบครัว และบุคคลบางคนที่ซื้อของขวัญให้กับผู้อื่นด้วย อย่างไรก็ดีเราไม่พิจารณาถึงการที่บุคคลทำการซื้อให้กับองค์กรธุรกิจ หรือสถาบันต่าง ๆ

(3) รวมถึงกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งรวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่กระทบโดยตรงกับปฏิกิริยาทางการตลาดที่เราสังเกตได้ เช่น การติดต่อกับพนักงานขาย กับสื่อโฆษณาและการเปิดรับข่าวสารโฆษณา การสอบถามอย่างไม่เป็นทางการจากญาติมิตร การสร้างความโน้มเอียงหรือเกณฑ์ในการประเมินค่าทางเลือกต่าง ๆ และปฏิกิริยาต่าง ๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อหลังจากระบุและพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ เป็นอย่างดีแล้ว สรุปในที่นี้ก็คือ พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงว่าบุคคลผู้บริโภค บริโภคอะไร ที่ไหน บ่อยแค่ไหน และภายใต้สถานการณ์อะไรบ้าง ที่สินค้าและบริการได้รับการบริโภค

ยุทธนา ธรรมเจริญ (2530 : 2) ได้กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมของ
ผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมและขบวนการตัดสินใจของบุคคลในอันที่จะประเมินผลและให้ได้มาซึ่งการใช้สินค้าและบริการ

ปริญ ลักษิตานนท์ (2537 : 26) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า คือ การเรียนรู้ถึงปรพฤติปฏิบัติของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ คือ ต้องการทราบว่าผู้บริโภคต้องการอะไร หรือปรารถนาอะไร และมีการตัดสินใจอย่างไร

สุวิทย์ เปียผ่อง และจรัสศรี นวกุลศิรินารถ (2530 : 28) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนแล้ว และเป็นสิ่งมีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว

พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) จึงเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อมีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังจากการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเช้ามีทางเลือก คือ นมสดกล่อง บะหมี่สำเร็จรูป ขนมปัง

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่องจะเลือกยี่ห้อโฟร์โมสต์ เมจิ ฯลฯ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็นในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกว่าจะซื้อหนึ่งกล่องหรือหนึ่งโหล

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดก็คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมี

ประโยชน์สำหรับนักการตลาด คือ ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้า เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ลักษณะของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคมและปัจจัยทางด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง (Stanton and Futrell. 1987 : 664) ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด ตัวอย่าง การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคมไทย (1) สตรีบทบาทในสังคม เช่น บทบาททางการเมืองและทำงานมากขึ้น และมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากขึ้น (2) มนุษย์คำนึงถึงคุณภาพชีวิต (3) บุคคลมีความห่วงใยในสุขภาพของตนเอง (4) มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัย (5) ทัศนคติต่อเรื่องเพศเปลี่ยนแปลง (6) บุคคลต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น (7) บุคคลต้องการความเพลิดเพลินและพักผ่อนเนื่องจากการทำงานหนัก ในปัจจัยด้านวัฒนธรรมนี้นักการตลาดต้องศึกษาถึงค่านิยมในวัฒนธรรม (Cultural Value) ซึ่งหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในสังคม ประกอบด้วย (1) ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคม (People's views of themselves) (2) ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคมอื่น (People's views of others) (3) ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อองค์กร (People's views of organization) (4) ค่านิยมของบุคคลต่อสังคม (People's views of society) (5) ค่านิยมของบุคลลต่อธรรมชาติ (People's views of nature) (6) ค่านิยมของบุคคลต่อมวลมนุษยชาติ (People's views of universe) นักการตลาดต้องศึกษาค่านิยมในวัฒนธรรมต่าง ๆ แล้วกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่นำไปใช้มาก ก็คือกลยุทธ์การโฆษณา วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อยและชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อย ประกอบด้วย

1.2.1 กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality Groups) เชื้อชาติต่าง ๆ ได้แก่ ไทย จีน อังกฤษ อเมริกัน แต่ละเชื้อชาติมีการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน

1.2.2 กลุ่มศาสนา (Religious Groups) กลุ่มศาสนาต่าง ๆ ได้แก่ ชาวพุทธ ชาวคริสต์ ชาวอิสลาม ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีประเพณีและข้อห้ามที่แตกต่างกันจึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภค

1.2.3 กลุ่มสีผิว (Racial Groups) กลุ่มสีผิวต่าง ๆ เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง แต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดเจตคติที่แตกต่างกันด้วย

1.2.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Areas) หรือท้องถิ่น (Region) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ทำให้เกิดลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันและมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่แตกต่างกันด้วย

1.2.5 กลุ่มอาชีพ (Occupational) เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน กลุ่มพนักงาน กลุ่มนักธุรกิจและเจ้าของกิจการ กลุ่มวิชาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ นักกฎหมาย ครู

1.2.6 กลุ่มย่อยด้านอายุ (Age) เช่น ทารก เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่วัยทำงาน และผู้สูงอายุ

1.2.7 กลุ่มย่อยด้านเพศ (Sex) ได้แก่ เพศหญิงและชาย

1.3 ชั้นของสังคม (Social Class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกันโดยสมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกันและสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน การแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมบริโภคเฉพาะอย่าง นักการตลาดต้องศึกษาชั้นสังคมเพื่อเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมายรวมทั้งจัดส่วนผสมทางการตลาดให้สามารถสนองความต้องการของแต่ละชั้นสังคมได้ถูกต้อง ชั้นสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับและแบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้ 3 ระดับ ลักษณะที่สำคัญของชั้นสังคมมีดังนี้ (1) บุคคลภายในชั้นสังคมเดียวกันมีแนวโน้มจะประพฤติเหมือนกันและบริโภคคล้ายคลึงกัน (2) บุคคลจะถูกจัดลำดับสูงหรือต่ำตามตามตำแหน่งที่ยอมรับในสังคมนั้น (3) ชั้นของสังคมแบ่งตามอาชีพ รายได้ ฐานะ ตระกูล ตำแหน่งหน้าที่หรือบุคลิกลักษณะ (4) ชั้นสังคมเป็นลำดับขั้นตอนที่ต่อเนื่องกันและบุคคลสามารถเปลี่ยนชั้นของสังคมให้สูงขึ้นหรือต่ำลงได้

นักการตลาดพบว่าชั้นของสังคมมีประโยชน์มากสำหรับแบ่งส่วนตลาดสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ การโฆษณา การให้บริการ และกิจการทางการตลาดต่าง ๆ แต่ละชั้นของสังคมจะแสดงความแตกต่างกันในด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และการบริโภคผลิตภัณฑ์

2. ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิง แบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ

(1) กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

(2) กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรม และการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงต้องปฏิบัติตาม และยอมรับความคิดเห็นต่างจากกลุ่มอิทธิพล นักการตลาดควรทราบว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร

ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรป ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์การและสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวีดีโอของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวีดีโอของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อและผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุ ประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ เจตคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งนักการตลาดจะศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีบุคคลอาชีพไหนสนใจ เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและเจตคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคนมีรายได้ต่ำ กิจการต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลัง และวิธีการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินหมุนเวียน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) หรือ AIOs

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคจะประกอบด้วย (1) การจูงใจ (Motivation) (2) การรับรู้ (Perception) (3) การเรียนรู้ (Learning) (4) ความเชื่อถือและเจตคติ (5) บุคลิกภาพ (6) แนวความคิดของตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ (Stanton and Futrell. 1987 : 649) เป็นปัจจัยภายในตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะการจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย (Stanton and Futrell. 1987 : 649) นักการตลาดต้องศึกษาถึงแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์อันประกอบด้วย ความต้องการทางร่างกาย และความต้องการด้านจิตวิทยาต่าง ๆ ความต้องการเหล่านี้ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการของตน นักจิตวิทยาได้เสนอทฤษฎีการจูงใจที่มีชื่อเสียงมาก คือทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of motivation) เป็นการศึกษาถึงประเภทความต้องการต่าง ๆ ของบุคคลที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา ประเภทแรงจูงใจที่นับว่าเป็นประโยชน์สำหรับการตลาด ได้แก่ แรงจูงใจที่อับราฮัม มาสโลว์ ได้พัฒนาขึ้นในรูปของลำดับความต้องการ (Hierarchy of needs) สำหรับบุคคลแต่ละคนเพราะความต้องการดังกล่าวจะเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม

ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์มี 5 ระดับด้วยกัน โดยเริ่มจากความต้องการระดับขั้นพื้นฐานขึ้นไป ดังนี้

1. ความต้องการด้านกายภาพหรือร่างกาย (Physiological needs) เป็นระดับของความต้องการระดับแรกซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานเป็นความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต

2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and security needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด คือ ความต้องการได้รับการปกป้อง

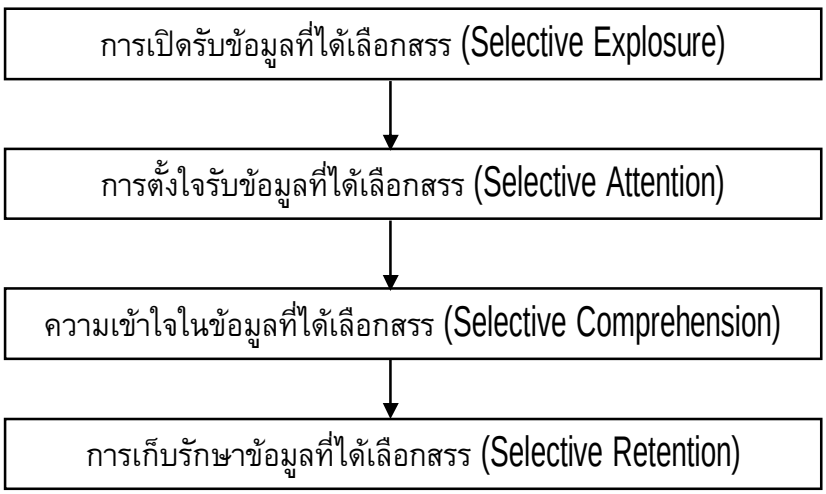
คุ้มครองต้องการความมั่นคงของชีวิต หรือต้องการสุขภาพที่แข็งแรง ต้องการอนามัยที่ดี ความต้องการความมั่นคงในการทำงาน

3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการการยอมรับและความรัก (Sense of belonging and love needs) เป็นความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ต้องการได้รับการยอมรับ

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization) เช่น ความต้องการเกิดจากการได้ทำในสิ่งที่ปรารถนาสำเร็จ ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ จากความหมายนี้จะเห็นว่าการรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก ขั้นตอนการรับรู้มี 4 ขั้นตอนดังนี้



ภาพประกอบ 2 ขั้นตอนการรับรู้

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และ (หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือทฤษฎี สิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง (Stimulus-Response (SR) Theory) นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขาย (ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น เจตคติ ความเชื่อถือ และ

ประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้นจะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมีคุณค่าในสายตาลูกค้า

4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 เจตคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 1997 : 188) หรือหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีผลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Stanton and Futrell. 1987 : 126) เจตคติเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ขณะเดียวกันความเชื่อถือก็มีอิทธิพลต่อเจตคติ นักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าเจตคตินั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไร และเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเกิดเจตคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือ เกิดขากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้าหรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น ถ้านักการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคสินค้าของเขา นักการตลาดมีทางเลือก คือ (1) สร้างเจตคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ (2) พิจารณาว่าเจตคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไร แล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับเจตคติของผู้บริโภค โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับเจตคติทำได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลลงเจตคติของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้า เพราะต้องใช้เวลานานและใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารจึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลได้

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) และทฤษฎีฟรอยด์ (Freud theory) บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง พัฒนาการที่มีความยาวนานของมนุษย์ ตั้งแต่เด็กจนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 66)

ส่วนทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ (Freud's theory of motivation) มีข้อสมมติว่า อิทธิพลด้านจิตวิทยาสามารถกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ [แรงจูงใจ (Motives) และบุคลิกภาพ (Personality)] ส่วนใหญ่เป็นจิตใต้สำนึก (Unconscious) ซึ่งเป็นส่วนกำหนดบุคลิกภาพของมนุษย์อันประกอบด้วย อิด อีโก้ ซุปเปอร์อีโก้ ทฤษฎีนี้ได้นำไปใช้ในการกำหนดบุคลิกภาพของผู้บริโภคด้วย ฟรอยด์พบว่าบุคลิกภาพและพฤติกรรมของมนุษย์จะถูกควบคุมโดยความนึกคิดพื้นฐาน 3 ระดับ คือ

1. อิด (Id) เป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาตามความต้องการของขั้นพื้นฐานของมนุษย์หรือตามต้องการที่แท้จริง โดยมิได้มีการขัดเกลาให้พฤติกรรมนั้นเหมาะกับค่านิยมของสังคม พฤติกรรมที่เกิดจากอิดอาจจะดีหรือไม่ดีก็ได้

2. อีโก้ (Ego) เป็นความต้องการด้านการยกย่อง ความภาคภูมิใจ ความเคารพ และสถานะของบุคคลอีโก้เป็นศูนย์กลางการควบคุมด้วยเหตุผลของจิจใจมนุษย์ เพื่อรักษาความสมดุลจากความต้องการทางสัญชาตญาณที่เกิดจากอิด และความต้องการด้านสังคม ดังนั้นอีโก้จึงเป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาให้เหมาะสมกับกาลเทศะ เหตุผลหรือเหตุการณ์ที่เป็นจริงในสังคม

3. ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) เป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาตามค่านิยมของสังคมและมาตรฐานด้านศีลธรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับ สังคมกล่าวว่า สิ่งใดเป็นสิ่งที่ดีงามควรยึดถือและประพฤติ

ปฏิบัติ ส่วนของซุปเปอร์อีโก้จะรับไว้และปฏิบัติตาม บทบาทที่สำคัญของซุปเปอร์อีโก้ คือทำหน้าที่ยับยั้งการกระทำการแสวงหา ความพอใจของบุคคลให้ปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของสังคม ส่วนอีโก้เป็นสื่อกลางระหว่างอิดและซุปเปอร์อีโก้ โดยพยายามพัฒนาสิ่งกระตุ้นจากอิดออกมาเป็นพฤติกรรมที่สอดคล้องกับซุปเปอร์อีโก้

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้มากมายดังนี้ คือลิชฟิลด์ (E.H. Litchfield 1956:3-25) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจว่า เป็นวัฏจักรหรือการหมุนเวียนของเหตุการณ์ (Cycles of Events) เริ่มตั้งแต่การกำหนดปัญหา การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผนแก้ไข และการประเมินผล เมื่อเรานำกระบวนการตัดสินใจไปแก้ปัญหาหนึ่งแล้วก็ได้ซึ่งปัญหาอื่นก็จำเป็นต้องอาศัยการแก้ปัญหา ที่เป็นกระบวนการด้วยเช่นกัน

ไซมอน (Simon. 1960 : 1) ที่ได้อธิบายถึงการตัดสินใจว่า เป็นกระบวนการซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. พิจารณาถึงพฤติกรรมทางเลือกหลายๆทาง
2. คาดการณ์ล่วงหน้าถึงผลของทางเลือกเหล่านั้น
3. ประเมินผลของทางเลือกแต่ละทางในแง่ของความพึงพอใจ ประโยชน์ และสวัสดิภาพที่จะได้รับ
4. เลือกทางเลือกที่ประเมินผลแล้วว่าดีที่สุด

โกวิทย์ กังสนันท์ (2529 : 30) ได้สรุปไว้ว่า การตัดสินใจจะสะท้อนให้เห็นถึงภาวะที่ผู้ตัดสินใจมีตัวเลือกหลาย ๆ ตัว และเขาจะต้องเปรียบเทียบผลที่เกิดจากตัวเลือกต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจเพื่อเลือกตัวเลือกใดตัวเลือกหนึ่งเพื่อลงมือปฏิบัติ ให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์บางอย่างที่ต้องการ

แฮริสัน (Harrison) ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับนิยามของ การตัดสินใจว่า เป็นการประเมินผลเกี่ยวกับการเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย การคาดคะเนผลที่เกิดจากการเลือกปฏิบัติต่าง ๆ ซึ่งจะทำการ บีบบังคับให้ต้องเลือกตัดสินใจเลือก ทางปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

ชูลล์และคณะ (จุฬาภรณ์ ประจงพงศ์พันธุ์. 2546 : 47; อ้างอิงจาก Shull and Others. 1970 : 113) ได้ให้ ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า หมายถึง การใช้สติปัญญาในการไตร่ตรองและเลือกกระทำ เพื่อตอบสนองสิ่งที่ตนต้องการโดยจะเลือกกระทำจากทางเลือกหลาย ๆ ทางที่เกิดจากการคัดออก หรือเลือกเฉพาะทางที่ดีกว่าหรือชอบมากกว่าเท่านั้น

สรุปได้ว่าการตัดสินใจเลือกของบุคคลมักเป็นการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ตนพึงพอใจ โดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่การกำหนดปัญหา การวิเคราะห์ปัญหา การ

วางแผน แก้ไขปัญหาและการประเมินผล เพื่อตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดและให้ประโยชน์สูงสุด

ลักษณะของการตัดสินใจ

ลักษณะของการตัดสินใจสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. การตัดสินใจที่จำแนกตามพฤติกรรม ประกอบด้วย การตัดสินใจเป็นรายบุคคลและการตัดสินใจเป็นกลุ่ม การตัดสินใจเป็นรายบุคคล เป็นการตัดสินใจของบุคคลเดียว โดยที่บุคคลนั้นอาจขอคำแนะนำจากบุคคลอื่น ๆ แต่ความรับผิดชอบในการตัดสินใจขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นเพียงคนเดียว สำหรับการตัดสินใจเป็นกลุ่ม เป็นลักษณะการตัดสินใจที่มีบุคคลหลายคนมีส่วนร่วมในการกระทำ เป็นการตัดสินใจที่กล้าเสี่ยงมากกว่าการตัดสินใจเป็นรายบุคคล เหตุผลสำคัญก็คือ การตัดสินใจกลุ่มจะเป็นการกระจายความคิด กระจายความรับผิดชอบสมาชิกในกลุ่มมีความรู้สึกว่าถ้ามีความล้มเหลวเกิดขึ้น การตัดสินใจนั้น ๆ เป็นความรับผิดชอบร่วมกันของกลุ่ม ไม่ใช่ความผิดของใครคนใดคนหนึ่ง

2. การตัดสินใจที่จำแนกตามระยะเวลา ประกอบด้วย การตัดสินใจระยะสั้นเป็นการตัดสินใจที่ต้องทำเป็นประจำ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเสี่ยง และความไม่แน่นอนมีมาก บางครั้งเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไปก่อน เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จ หรือทำให้ได้ผลผลิตสูง หรอบางครั้งเป็นการช่วยคลี่คลายปัญหาแวดล้อมต่าง ๆ ให้ดีขึ้น ในส่วนของการตัดสินใจระยะยาว เป้นการตัดสินใจที่ต้องการวางแผน และการวางแผนเกี่ยวกับอนาคตเสมอ เมื่อไหร่ก็ตามที่มีการวางแผนเกี่ยวกับอนาคตจะต้องมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอน

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ประกอบด้วย

1. ความจำเป็น (Needs) ลูกค้ามีความจำเป็นที่จะต้องมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ เช่น บริษัทมีความจำเป็นต้องการสื่อสารให้ทราบว่ามีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่

2. ความต้องการ (Wants) ได้แก่ ความต้องการที่จะใช้สินค้าและบริการประเภทนั้น เช่น บริษัทต้องการโปรโมทสินค้าหรือบริการนั้นๆ

3. วัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนอง Needs และ Wants คือ บริษัทมีความประสงค์ต้องการนำเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้า

4. การตลาด (Marketing) เนื่องจากงานโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด ดังนั้นการตลาดจึงเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง กล่าวคือ มีหน้าที่สร้างการรับรู้และตระหนักถึงที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะตอบสนองความจำเป็น

5. แรงจูงใจ (Motivation) ผลักดันให้มีการกระทำเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์นั้น ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) ตาม Needs

ไซมอน (Simon. 1960 : 1) ได้อธิบายว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่มีระดับขั้นตอนความสำคัญ 3 ขั้นตอน คือ

1. กิจกรรมข่าวกรอง ผู้ตัดสินใจต้องรู้สภาพความเป็นไปของสภาพแวดล้อม ข่าวสาร เพื่อดูสภาพต่าง ๆก่อนตัดสินใจ

2. กิจกรรมสร้างแบบ ผู้ตัดสินใจสร้างพัฒนาและวิเคราะห์แนวทางต่าง ๆที่สามารถดำเนินการได้ หรือสามารถปฏิบัติได้

3. กิจกรรมคัดเลือก ผู้ตัดสินใจเลือกหนึ่งทางเลือกระหว่างหลาย ๆทางเลือกเพื่อนำไปปฏิบัติได้จริง

เชสเตอร์ (Chester) (วุฒิชัย จำนงค์. 2523 : 3) กล่าวถึงกระบวนการของการตัดสินใจว่า เป็นเทคนิควิธีการที่จะลดจำนวนทางเลือกลงมา การเลือกทางเลือกนั้นจะใช้เทคนิควิธีใดก็ตามที่จะเลือกทางเลือกเหล่านั้นลงมาเหลือทางเดียว นั้นหมายความว่า เลือกทางเลือกหนึ่งนั้นเอง

สรุปได้ว่า กระบวนการของการตัดสินใจเป็นเทคนิคที่จะลดจำนวนทางเลือกด้วยการศึกษาสภาพแวดล้อม ข่าวสารที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์แนวทางที่สามารถปฏิบัติได้ หรือเกิดผลเสียน้อยที่สุด แล้วจึงคัดเลือกแนวทางปฏิบัตินั้น

ขั้นตอนในการตัดสินใจ

วุฒิชัย จำนงค์ (2523 ก : 4) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกในระหว่างทางเลือกต่าง ๆ และได้แบ่งขั้นตอนการตัดสินใจ ดังนี้

1. การแยกแยะตัวปัญหา ขั้นตอนของการตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องของการสร้างความมั่นใจและแน่ใจโดยการค้นหา ทำความเข้าใจกับปัญญา เป็นเรื่องของการแยกแยะปัญหาออกมาอย่างแน่ชัด หรือตัวปัญหาอย่างแน่นอน นั่นคือกระบวนการตัดสินใจจะเริ่มต้นตามขั้นตอนแรก เมื่อผู้ปกครอง มีความรู้สึกว่าได้เกิดปัญหาขึ้นมา

2. การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น คือ การเสาะแสวงหาสิ่งที่เป็นสาเหตุหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหานั้น ซึ่งอาจจะไม่ใช่สาเหตุโดยตรงก็เป็นได้ ความสามารถที่จะหาข่าวสารข้อมูล ที่ครอบคลุมมากที่สุดหรือข่าวสารที่สมบูรณ์ซึ่งอาจเป็นไปไม่ได้ แต่เป็นการเสาะหาตัวข่าวที่ เกี่ยวข้องกับสาเหตุของปัญหามากที่สดุเท่าที่จะมากได้ ทั้งนี้การเสาะหาข่าวสารควรจะเป็นไปตามแนวความคิดที่ว่าข่าวสารสรรหามานั้นจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้อง และจำเป็นกับตัวปัญหาตลอดจน มีความเพียงพอในการแก้ปัญหา

3. การประเมินค่าของข่าวสาร ในบรรดาข่าวสารที่แสวงหามานั้น ต้องยอมรับความจริงประการหนึ่งว่า ข่าวสารทุกชนิดที่หามานั้น มิได้หมายความว่าจะเกี่ยวข้องกับตัวปัญหาและมีคุณค่า กับตัวปัญหาอย่างแท้จริงเสมอไป ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการประเมินค่าว่าข่าวสารนั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงพอตรงกับเวลา และความสามารถที่จะนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่ ซึ่งจะมีการเสาะหาข่าวสารเพิ่มเติม หลังจากการประเมินค่าข่าวสารแล้วว่าไม่เพียงพอ หรือไม่เกี่ยวข้อง

เท่าที่ควรก็จำเป็นต้องตัดข่าวสารบางอย่างออกไป ถ้าเห็นว่าไม่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหาที่จะทำการแก้ไขหรือตัดสินใจนั้น

4. การกำหนดทางเลือก เป็นขั้นตอนสำคัญในการตัดสินใจ คือ กำหนดทางเลือกที่สามารถครอบคลุมวิธีจะแก้ปัญหาได้มากที่สุด ถ้าเรามีข่าวสารสมบูรณ์สำหรับปัญหาแต่ละเรื่อง เราอาจกำหนดทางเลือกได้เหมาะสมและครอบคลุมอย่างแท้จริงได้ ถ้าข่าวสารไม่สมบูรณ์ก็กำหนดทางเลือกที่มีลำดับความสำคัญของการแก้ปัญหา

5. การเลือกทางเลือก เมื่อกำหนดทางเลือกแล้ว ขั้นต่อไปคือ การเลือกทางเลือกที่จะนำไปปฏิบัติการต่อไป ขั้นนี้เองที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นการตัดสินใจแท้จริง การเลือกทางนั้นเกิดจากผลของการตัดสินใจ แต่ยังไม่สมบูรณ์จำเป็นต้องมีขั้นตอนอีกขั้นหนึ่ง ซึ่งอย่างน้อยที่จะสร้างความสมบูรณ์ให้กับการตัดสินใจ

6. การปฏิบัติตามการตัดสินใจ เป็นการปฏิบัติตามผลการตัดสินใจหรือทางเลือกที่เราจะทราบได้ว่าการตัดสินใจนั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงใดหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจนั้น การประเมินผลของการตัดสินใจนี้เป็นการตรวจดูว่า ผลของการตัดสินใจที่ปฏิบัติไปเหมาะสมกับการแก้ปัญหานั้นหรือไม่

สรุปได้ว่า ขั้นตอนของการตัดสินใจที่จำเป็นจะต้องมีการดำเนินการเกิดขึ้นตั้งแต่เกิดความรู้สึกในตัวปัญหา หาข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ประเมินค่าข่าวสาร กำหนดทางเลือกการเลือกทางเลือกและการปฏิบัติตามการตัดสินใจ การตัดสินใจจะถูกต้องหรือเหมาะสมเพียงใด ขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจ

ดังนั้นการตัดสินใจเลือกของบุคคลมักเป็นการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ตนพึงพอใจโดยผ่านกระบวนการต่างๆดังได้กล่าวมาข้างต้นและในการตัดสินใจของผู้ปกครองใน การเลือกสถานศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาให้แก่บุตรหลานก็เป็นการเลือกบริโภคสินค้าหรือ บริการชนิดหนึ่งซึ่งสินค้าหรือบริการในที่นี้ก็คือสถานศึกษาซึ่งเปิดให้บริการทางการศึกษานั่นเอง

พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทางเศรษฐศาสตร์ คือ การศึกษาผู้บริโภคในเรื่องของวิธีการใช้จ่ายเงินทุน วิธีการประเมินทางเลือก และวิธีการตัดสินใจเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุด(ศุภร เสรีรัตน์ .2537 : 33) ดังเช่น ทฤษฎีว่าด้วยการเป็นคนประหยัด (Economic man Theory) ที่กล่าวว่า บุคคลมีการกระทำที่สมเหตุสมผลเพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์ (Utilities) เช่นผลประโยชน์สำหรับตนสูงสุดในการซื้อสินค้าและบริการ นอกจากบุคคลมักจะมีการกระทำที่มี เหตุผลน้อยลง เพื่อให้ได้มาซึ่งการตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจ (Psychological needs) ด้วย มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้มากมาย ดังจะกล่าวต่อไปนี้

แองเกิล, แบล็คเวล และ มินิราท (จุฬาภรณ์ ประจงพงศ์พันธุ์. 2546 : 45; อ้างอิงจาก Engle, Blackwell and Miniard. 1998: 58) ให้ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคไว้ว่า เป็น

การกระทำต่าง ๆ เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภคและการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้า และบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย และประพีร์พร อักษรศรี (2541 : 11) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคน ว่าจะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอะไรหรือไม่ สมมติถ้าจะซื้อ ซื้อจากที่ไหน เมื่อไร อย่างไร จากใคร จึงจะเหมาะสม และสร้างความพอใจในการซื้อให้แก่ตนมากที่สุด โดยศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2538 : 3) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อโดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการซึ่งสิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เปรียบเสมือนกับกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วก็จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

ธงชัย สันติวงษ์และฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์ (2524 : 4) กล่าวว่า ถ้าลองพิจารณาดูถึงบทบาทของแต่ละคนนับจากเล็กจนโตจะเห็นว่าคนทุกคนเป็นผู้บริโภคตั้งแต่เกิดและมีส่วนเกี่ยวข้องกับโลกเศรษฐกิจแห่งการบริโภคตลอดเวลา โดยนับตั้งแต่เกิดมาพ่อแม่จะเป็นผู้ซื้อและเป็น ผู้จัดหาสิ่งต่าง ๆ ให้แก่ลูกและเมื่อเด็กเติบโตขึ้นก็จะเป็นผู้บริโภคที่ซื้อของด้วยตัวเอง ฉะนั้นผู้ที่ทำการตัดสินใจให้แก่เด็กคือ พ่อแม่ ผู้ปกครองนั่นเองและเมื่อพ่อแม่ผู้ปกครองเป็นผู้ตัดสินใจในการบริโภคเป็นเจ้าของเงินที่ใช้ในการบริโภคและมีสิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการตามความพอใจตน ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการจึงควรผลิตสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคออกมาตอบสนองตลาดเสมอ แต่ในการตัดสินใจบริโภคสินค้าหรือบริการนั้นผู้บริโภค อาจมีปัจจัยหลายประการที่นำมาเป็นส่วนประกอบในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและ บริการไม่ว่าจะเป็นปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมและปัจจัยอื่น ๆ อีกทั้งในการซื้อ ขายสินค้าและบริการนั้น ราคาจะเป็นตัวกำหนดมูลค่าแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการและผู้บริโภคและราคาจะมีการผันแปรขึ้นลงตามปริมาณความต้องการของผู้บริโภคและจำนวนสินคาที่เสนอขายคือ เมื่อมีความต้องการมากราคาของสินค้าและบริการนั้น ๆ ก็จะสูงขึ้นและถ้าผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการทำการผลิตสินค้าและบริการออกมามากขึ้น ราคาของสินค้าและบริการนั้น ๆ ก็จะถูกลงซึ่งเป็นไปตามกฎการลดน้อยถอย

3. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวข้องกับทัศนคติ

ลักษณะของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกัน ลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk. 2007 : 282) หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่าสิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

2. ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ซึ่งหมายความว่าทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่น และการเปิดรับจากสื่อมวลชน

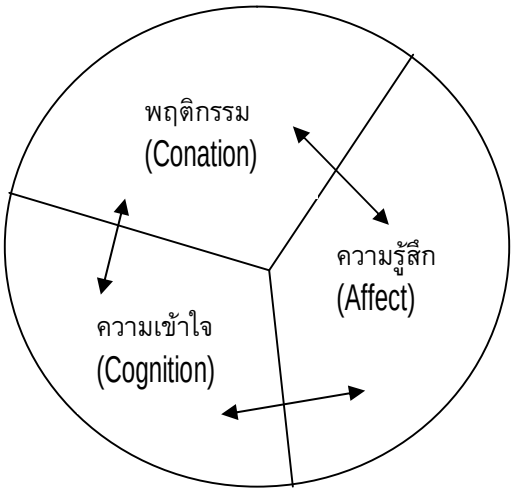
3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitudes have consistency) ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออก แม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้

4. ทัศนคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitudes occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึงเหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้

โมเดลทัศนคติ

โมเดลทัศนคติ นักจิตวิทยาได้สร้างโมเดลเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของทัศนคติ เพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม โมเดลทัศนคติที่สำคัญหลายประการและแต่ละโมเดลมีทัศนคติที่แตกต่างกันเกี่ยวกับส่วนประกอบของทัศนคติและวิธีการ ซึ่งส่วนต่าง ๆ เหล่านี้มีการจัดหรือมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tri-component attitude model) หมายถึงโมเดลทัศนคติซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ (1) ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive) หรือความรู้ (Knowledge) (2) ส่วนของความรู้สึก (Affective หรือ Feeling learning) (3) ส่วนของพฤติกรรม (Cognitive หรือ Doing หรือ Behavior)



ภาพประกอบ 3 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ

1.1 ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk. 2007 : 236) ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการประสมประสานกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้นี้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

1.2 ส่วนของความรู้สึก หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ หรือความรู้สึก ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

ทักษะด้านอารมณ์ (Dimensions of emotional states) เป็นสภาพที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ซึ่งส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรม ได้แก่ ความสุข ความเศร้า ความอาย ความรังเกียจ ความกังวล ความประหลาดใจ เนื่องจากสภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือลบซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจและวิธีซึ่งบุคคลปฏิบัติ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่นักการตลาดจะต้องพิจารณาทัศนะด้านอารมณ์

ทัศนะด้านความรู้สึก(Dimensions of feeling states) เป็นสภาพความรู้สึกเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อบุคคล สิ่งของ ความคิด

ทัศนะความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ (Dimensions of affective well-being)

ประกอบด้วย 2 ประการ คือ (1) ความพอใจ (Pleasure) (2) การกระตุ้นเร้า (Arousal)

1.3 ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง ความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy) (Schiffman and Kanuk. 2007 :237) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วย คะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

2. โมเดลทัศนคติคุณสมบัติหลายประการ (Multi-attribute attitude models) หมายถึง โมเดลทัศนคติซึ่งสำรวจส่วนประกอบของทัศนคติของผู้บริโภคในรูปของคุณสมบัติหรือความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ที่ได้เลือกสรร (Schiffman and Kanuk. 2007 : 238) โมเดลนี้ช่วยผู้วิจัย ผู้บริโภคและผู้ปฏิบัติการทางการตลาด เพราะสำรวจทัศนคติในรูปของคุณสมบัติหรือความเชื่อถือที่ได้เลือกสรร มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนมากของโมเดลทัศนคตินี้ซึ่งนำเสนอโดย Martin Fishbein และคณะได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้หลายโมเดล ในที่นี้จะพิจารณา 3 โมเดล คือ (1) โมเดลทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (The attitude-toward-object model) (2) โมเดลทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (The attitude-toward-behavior model) (3) โมเดลทฤษฎีการให้เหตุผล-การปฏิบัติ (Theory-of-responsed-action model) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 โมเดลทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (The attitude-toward-object model) เป็นโมเดลที่เสนอทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า (Schiffman and Kanuk. 2007 : 238) โมเดลนี้เหมาะสำหรับการวัดทัศนคติที่มีต่อชนิดผลิตภัณฑ์ (บริการ หรือตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง) ตามโมเดลนี้ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าเป็นหน้าที่หนึ่งของการมีอยู่ (หรือการขาด) และการประเมินผลความเชื่อถือที่มีต่อคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เฉพาะอย่าง กล่าวอีแง่หนึ่งผู้บริโภคโดยทั่วไปมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าซึ่งเขาเชื่อว่ามีคุณสมบัติที่เพียงพอซึ่งเขาประเมินเป็นบวก และมีทัศนคติไม่พึงพอใจต่อตราสินค้าที่เขารู้สึกว่าไม่พึงพอใจ หรือคุณสมบัติเป็นลบ

โมเดลทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของ Fishbein หาได้จากสมการ

$$\text{ทัศนคติในสิ่งหนึ่ง} = \sum_{i=1}^{n} b_i e_i$$

โดยกำหนดให้

ทัศนคติในสิ่งหนึ่ง = การวัดคะแนนรวมของทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (เช่น ผลิตภัณฑ์ตราสินค้า เป็นต้น)

b_i = จุดแข็ง (คะแนน) ของความเชื่อถือเกี่ยวกับคุณสมบัติของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (คุณสมบัติ i)

e_i = น้ำหนักความสำคัญของคุณสมบัติที่ i

$\sum$ = แสดงผลรวมของคุณสมบัติที่สำคัญซึ่งเกิดจาก $b_i * e_i$

n = จำนวนคุณสมบัติสิ่งที่ใช้พิจารณา

2.2 โมเดลทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง (The attitude-toward-behavior model) เป็นโมเดลที่เสนอทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่าง (Schiffman and Kanuk. 2007 : 238) จะเห็นว่าโมเดลนี้เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรม หรือการกระทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แทนที่จะเป็นทัศนคติต่อสิ่งนั้น วิธีการจูงใจตามโมเดลนี้ก็คือ ศึกษาถึงความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดต่อพฤติกรรมอย่างแท้จริง

$$\text{ทัศนคติในพฤติกรรม} = \sum_{i=1}^{n} b_i e_i$$

โดยกำหนดให้

ทัศนคติ (พฤติกรรม) = คะแนนรวมของทัศนคติที่มีพฤติกรรม

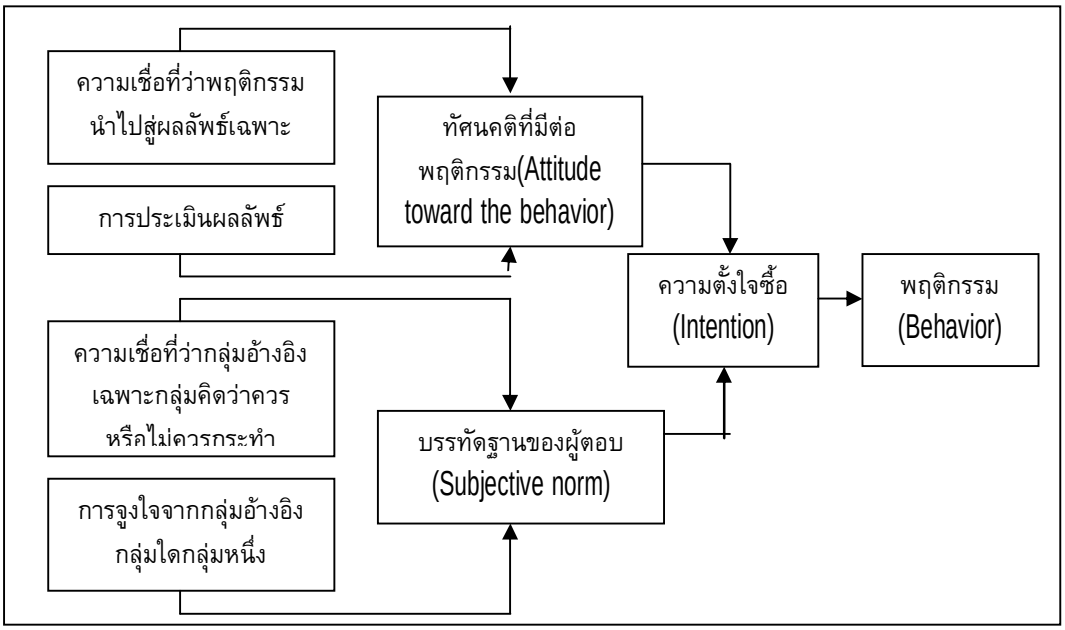
b_i = จุดแข็ง (คะแนน) ของความเชื่อถือเกี่ยวกับพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง (คุณสมบัติ i)

e_i = น้ำหนักความสำคัญของพฤติกรรม I (ความพึงพอใจจากการมีพฤติกรรม)

$\sum$ = แสดงผลรวมของคุณสมบัติพฤิตกรรมซึ่งเกิดจาก $b_i * e_i$

n = จำนวนพฤติกรรมซึ่งใช้พิจารณา

2.3 โมเดลทฤษฎีการให้เหตุผล-การปฏิบัติ (Theory-of-responsed-action model) หมายถึง ทฤษฎีความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ (Attitude) ความตั้งใจ (Intention) และพฤติกรรม (Behavior) (Schiffman and Kanuk. 2007 : 238) ทฤษฎีนี้กำหนดขึ้นจากการวิจัยของ Fishbein และคณะ ซึ่งแสดงการประสมประสานความเข้าใจของส่วนประกอบทัศนคติออกเป็นโครงสร้างที่ออกแบบการอธิบายที่ดีขึ้นและการคาดคะเนพฤติกรรมที่ดีขึ้นมีลักษณะเหมือนกับโมเดลทัศนคติองค์ประกอบ 3 ประการ กล่าวคือ จะรวมส่วนประกอบของความเข้าใจ (Cognitive component) ส่วนประกอบของความรู้สึก (Affective component) และส่วนประกอบของพฤติกรรม (Conative component) แต่อย่างไรก็ตามมีการจัดในรูปแบบซึ่งแตกต่างจากโมเดลทัศนคติองค์ประกอบ 3 ประการ



ภาพประกอบ 4 แสดงทัศนะอย่างง่ายของทฤษฎีการให้เหตุผล-การปฏิบัติ
(Simplified version of the theory of reasoned action) (Schiffman and Kanuk. 1994 : 249)

ดังภาพประกอบ โมเดลนี้เสนอว่าตัวคาดคะเนพฤติกรรมที่ดีที่สุดก็คือความตั้งใจซื้อ ถ้าผู้วิจัยใช้ตัวคาดคะเนอย่างเดียวในการวัด แต่อย่างไรก็ตามถ้าผู้วิจัยสนใจปัจจัยซึ่งสร้างความตั้งใจซื้อในสถานการณ์เฉพาะอย่าง เขาจะมองความตั้งใจและพิจารณาปัจจัยซึ่งจะนำไปสู่ความตั้งใจซึ่งก็คือทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและบรรทัดฐานด้านผู้ตอบ (Subjective norm)

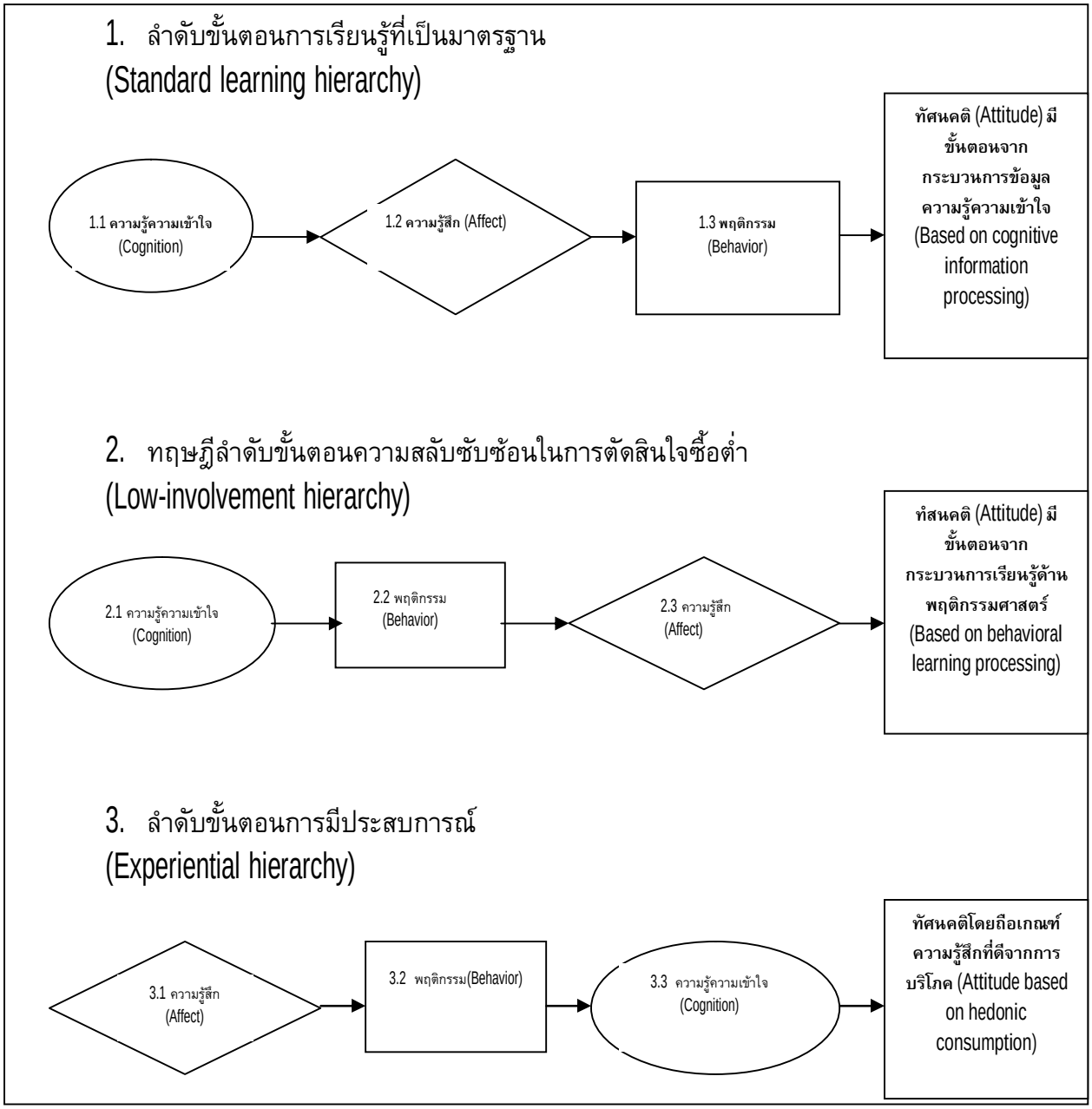
3. ทฤษฎีการทดลอง (Theory of trying) เป็นการเปลี่ยนรูปใหม่ของโมเดลทฤษฎีการให้เหตุผล-การปฏิบัติ (Theory-of-reasoned-action model) โดยการใช้การทดลองพฤติกรรม (Trying to behavior) ตัวแปรการทดลองนี้ใช้เพื่ออธิบาย และ (หรือ) คาดคะเนเหตุการณ์ (Schiffman and Kanuk. 2007 : 240) จากทฤษฎีการให้เหตุผล-การปฏิบัติของ Fishbein จะทำให้เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นโดยแสดงในรูปของการทดลองที่จะบริโภคเป็นที่ปรากฏชัดเจนว่าทฤษฎีการให้เหตุผล-การปฏิบัติจะเป็นไปด้วยดีเมื่อมีผลลัพธ์ เช่น เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดก่อนการซื้อ ซึ่งนำไปสู่การซื้อและไม่มีสิ่งซึ่งจะยับยั้งพฤติกรรม แต่อย่างไรก็ตามโมเดลของ Fishbein ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์เมื่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างถูกนำไปสู่จุดมุ่งหมาย เช่น บางครั้งผู้บริโภคจะทดลองหรือวางแผนที่จะกระทำเช่นนั้น

4. โมเดลทัศนคติที่มีต่องานโฆษณา (Attitude-toward-the ad model) เป็นโมเดลซึ่งเสนอว่าผู้บริโภคกำหนดความรู้สึก (Feeling หรือ Affects) วิจารณญาณ (Judgement) หรือความเข้าใจ (Cognitive) ซึ่งเป็นผลจากการเปิดรับต่องานโฆษณา หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือความรู้สึกด้านทัศนคติที่มีต่องานโฆษณา ความเชื่อถือ และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า (Schiffman and

Kanuk. 2007 : 241) ความพยายามที่จะทำความเข้าใจผลกระทบของการโฆษณาต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งทำให้เกิดความตั้งใจ

ลำดับขั้นตอนการเกิดทัศนคติ

ลำดับขั้นตอนของผลกระทบ 3 ประการ (Three hierarchies of effects) เป็นขั้นตอนของการเกิดทัศนคติมี 3 รูปแบบ



ภาพประกอบ 5 ลำดับขั้นตอนของผลกระทบ 3 ประการ

การกำหนดทัศนคติ

การกำหนดทัศนคติ (Attitude formation) การที่บุคคลในช่วงหนุ่มสาวกำหนดทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่าง ทัศนคติที่มีต่อเครื่องดื่ม น้ำ กาแฟ ชา นม น้ำอัดลม เบียร์ เป็นต้น จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับวิธีการที่บุคคลกำหนกทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าที่สมาชิกครอบครัว เพื่อน การโฆษณาผ่านสื่อมวชน ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคหรือไม่ยริโภคเครื่องดื่มเหล่านี้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. วิธีการที่ทัศนคติเกิดการเรียนรู้ (How attitudes are learned) เมื่อพูดถึงการกำหนดทัศนคติ เราจะอ้างถึงการเปลี่ยนแปลงจากไม่มีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นการมีทัศนคติต่อสิ่างใดสิ่งหนึ่ง ทฤษฎีการเรียนรู้ประกอบด้วยทฤษฎีที่สำคัญดังนี้

ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก (Classical conditioning) การเรียนรู้เป็นกระบวนการของสิ่งที่สัมพันธ์กัน โดยมีประเด็นสำคัญคือ (1) ความต้องการต่อเนื่องของสิ่งที่สัมพันธ์กัน (2) การกระทำซ้ำ (3) การลงความเห็นจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus generalization) ผู้บริโภคมักซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งสัมพันธ์กับชื่อตราสินค้าที่พึงพอใจ ทัศนคติที่พึงพอใจต่อตราสินค้า จุดเริ่มต้นที่สิ่งกระตุ้นที่เป็นกลางซึ่งอาจเป็นผลจากความพึงพอใจในการกระทำซ้ำกับผลิตภัณฑ์ซึ่งผลิตโดยบริษัทเดียวกัน การใช้ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิกชื่อตราสินค้าถือเป็นสิ่งกระตุ้นที่ไม่มีเงื่อนไขผ่านการกระทำซ้ำและการเสริมแรงด้านบวก (Positive reinforcement) มีผลต่อการกำหนดทัศนคติที่พึงพอใจถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นที่ไม่มีเงื่อนไข (Uncondtioned response) ความคิดเกี่ยวกับตราสินค้าครอบครัวใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดการเรียนรู้ทัศนคติ การเสริมผลิตภัณฑ์แว่นตา Lacoste เสริมเข้าไปในเสื้อยืด Lacoste จึงเป็นการเสริมสร้างทัศนคติด้านความพึงพอใจให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้ชื่อเดียวกัน ถือว่าเป็นการสรุปความคิดเห็นจากสิ่งกระตุ้น จากชื่อตราสินค้าเดิมไปยังสินค้าใหม่

โดยทั่วไปนักการตลาดจะโยงความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่กับผู้มีชื่อเสียงที่พึงพอใจ โดยพยายามที่จะสร้างความสัมพันธ์ด้านบวกระหว่างผู้มีชื่อเสียงซึ่งมีทัศนคติดด้านบวกอยู่แล้วกับผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยคาดหวังถึงความจำได้และค่านิยม (ทัศนคติด้านบวก) ความพอใจของผู้มีชื่อเสียงจะถูกส่งมอบไปยังผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคที่มีศักยภาพสามารถกำหนดทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อย่างรวดเร็ว

ทฤษฎีการวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ (Instrumental conditioning) ในบางครั้งทัศนคติเกิดขึ้นจากการซื้อและการบริโภคผลิตภัณฑ์ ตัวอย่าง ผู้บริโภคอาจซื้อตราสินค้าหนึ่งโดยปราศจากการมีทัศนคติต่อตราสินค้ามาก่อน หลังจากที่ผู้บริโภคทดลองซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์นั้นซึ่งมีแนวโน้มจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสลับซับซ้อนต่ำ ถ้ามีความพึงพอใจจากการใช้เขาก็จะพัฒนาเป็นทัศนคติที่พึงพอใจต่อตราสินค้านั้น

ทฤษฎีการเรียนรู้ความเข้าใจ (Cognitive learning theory) เป็นการเรียนรู้ซึ่งขึ้นกับความรู้ความเข้าใจ และความเชื่อถือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เป็นสถานการณ์ซึ่งผู้บริโภคค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ

ผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการ เขาจะกำหนดทัศนคติ (ด้านบวกหรือด้านลบ) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยถือเกณฑ์การค้นหาข้อมูลและความเข้าใจส่วนตัว (ความรู้และความเชื่อถือ)

2. แหล่งอิทธิพลในการกำหนดทัศนคติ (Sources of influence on attitude formation) การกำหนดทัศนคติของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลอย่างมากจากประสบการณ์ส่วนบุคคล ครอบครัว เพื่อน เครื่องมือการตลาดทางตรงและสื่อมวลชน ดังนี้

ประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์ในอดีต (Direct and past experience) ทัศนคติที่มีต่อสินค้าและบริการถูกกำหนดขึ้นโดยประสบการณ์โดยตรงของผู้บริโภค ในการทดลองและการประเมินผลการระลึกได้ถึงคารมสำคัญของประสบการณ์โดยตรง นักการตลาดจะพยายามกระตุ้นการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการแจกตัวอย่างสินค้าและคูปองแลกซื้อ

อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน (Influence of family and friends) ผู้บริโภคจะมีการติดต่อกับบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะครอบครัว เพื่อนสนิท บุคคลที่เลื่อมใส ดหล่านี้จะกำหนดทัศนคติซึ่งมีอิทธิพลต่อชีวิต ครอบครัวเป็นแหล่งอิทธิพลที่สำคัญที่สุดต่อการกำหนดทัศนคติ ครอบครัวจะสร้างค่านิยมพื้นฐานหลายประการและมีอิทธิพลต่การสร้างความเชื่อถือ

การตลาดทางตรง (Direct marketing) นักการตลาดมีการใช้การตลาดทางตรงมากขึ้นโดยมีการติดต่อสื่อสารโดยตรงไปที่ผู้บริโภคที่มีขนาดเล็กซึ่งสามารถตอบสนองความสนใจและรูปแบบการดำรงชีวิตได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งถือว่าใช้กลยุทธ์การตลาดส่วนเล็ก (Niche marketing strategy) ซึ่งในบางครั้งเรียกว่า กลยุทธ์การตลาดจุลภาค (Micro marketing strategy) นักการตลาดจะต้องระมัดระวังในการกำหนดลูกค้าโดยถือเกณฑ์ประชากรศาสตร์ จิตวิทยา หรือภูมิศาสตร์ประชากร (Geodemographic) โดยการเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้นและข่าวสารซึ่งแสดงว่ามีการทำความเข้าใจถึงความต้องการและความปรารถนาเฉพาะอย่าง ความพยายามทางการตลาดทางตรงเป็นโอกาสที่งดงานในการจูงใจทัศนคติของผู้บริโภค เพราะว่าผลิตภัณฑ์และบริการที่นำเสนอข่าวสารการส่งเสริมมีการออกแบบอย่างระมัดระวังมากให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคล และยังสามารถบรรลุอัตราการเข้าถึง (Hi rate) ได้ดีกว่าการตลาดมวลชน

การเปิดรับต่อสื่อมวลชน (Exposure to mass media) ในประเทศไทยโดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร สื่อโทรทศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง ผู้บริโภคมีการเปิดรับต่อความคิดผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็น และการโฆษณา การติดต่อสื่อสารมวลชนเหล่านี้จะเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติของผู้บริโภค

3. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Personality factors) บุคลิกภาพจะแสดงบทบาทที่สำคัญในการกำหนดทัศนคติ ตัวอย่าง บุคคลซึ่งต้องการความเข้าใจสูง (High need for cognition) (เป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลและพอใจการใช้ความคิด) จะกำหนดทัศนคติด้านบวกเพื่อตอบสนองการโฆษณาที่มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์มากขึ้น ในทางตรงกันข้ามผู้บริโภคซึ่งต้องการความเข้าใจระดับต่ำ (Low need for cognition) จะกำหนดทัศนคติด้านบวกเพื่อตอบสนองการโฆษณาซึ่งใช้โมเดลการจูงใจ (Attractive model) หรือใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude change) การกำหนดทัศนคติเป็นพื้นฐานที่แท้จริงของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีการเรียนรู้ซึ่งได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัวและแหล่งข้อมูลอื่น และบุคลิกภาพจะทำให้เกิดความรู้สึกทั้งการรับความคิดและอัตราความเร็วซึ่งทัศนคติจะมีการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Strategies of attitude change) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับนักการตลาดซึ่งมีโอกาสที่จะเป็นผู้นำตลาดและมีจำนวนลูกค้าที่มีความนิยมและมีความภักดี จุดมุ่งหมายที่ใช้ก็คือสร้างทัศนคติด้านบวกที่มีอยู่ของลูกค้าเอาไว้เพื่อไม่ให้พ่ายแพ้แก่คู่แข่งขัน วัตถุประสงค์ของนักการตลาด คือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของลูกค้าของคู่แข่งขันและพยายามจะเอาชนะให้ได้

กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มีรายละเอียดดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงหน้าที่การจูงใจขั้นพื้นฐาน (Changing the basic Motivational function) กลยุทธ์ที่มีประสิทธิผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าก็คือการสร้างความต้องการที่สำคัญใหม่ขึ้นมา วิธีหนึ่งสำหรับการเปลี่ยนแปลงการจูงใจขั้นพื้นฐานก็คือการศึกษาหน้าที่ (Functional approach) ในกรณีนี้ทัศนคติจะเกี่ยวข้องกับการสร้างหน้าที่ 4 หน้าที่ ดังนี้

หน้าที่ในการสร้างผลประโยชน์ (Utilitarian function) หน้าที่นี้ยึดหลักว่าผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า เพราะอรรถประโยชน์ของตราสินค้า ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภคเขาก็จะมีทัศนคติที่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้พอใจผลิตภัณฑ์จึงทำได้โดยการแสดงว่าผลิตภัณฑ์สามารถให้ประโยชน์แก่ลูกค้า

หน้าที่ในการป้องกันอีโก้ (The ego-defensive function) บุคคลส่วนใหญ่ต้องการป้องกันภาพลักษณ์ส่วนตัวจากความรู้สึกสงสัยที่อยู่ภายใน การโฆษณาเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพส่วนตัว เพื่อสนองความต้องการนี้ การยอมรับความต้องการจะเพิ่มขึ้นทั้งความสัมพันธ์ต่อผู้บริโภคและความน่าจะเป็นของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่พึงพอใจโดยการเสนอความมั่นใจให้กัน

หน้าที่ในการแสดงมูลค่า (The value-expressive function) ทัศนคติเป็นสิ่งที่แสดงความรู้สึกหรือสะท้อนถึงมูลค่าทั่วไป รูปแบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของผู้บริโภคที่มีทัศนคติด้านบวกต่อการเป็นเจ้าของอุปกรณ์เคเบิ้ลทีวีใหม่ล่าสุด ทัศนคติที่มีต่อเคเบิ้ลทีวีจะสะท้อนถึงมูลค่าของเคเบิ้ลทีวี ดังนั้นนักการตลาดจะต้องชี้ถึงมูลค่ารูปแบบการดำรงชีวิต หรือบุคลิกลักษณะเหล่านี้ในการโฆษณาของเขา

หน้าที่ในการให้ความรู้ (The knowledge function) แต่ละบุคคลจะมีความต้องการที่จะทราบและทำความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งของและบุคคลซึ่งเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งเรียกว่าผู้บริโภคต้องการที่จะมีความรู้ความต้องการที่จะเข้าใจด้านนี้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักการตลาดในการกำหนด

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งตราสินค้าจะพยายามตอบสนองความต้องการที่จะทราบของผู้บริโภค เพื่อปรับปรุงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าโดยย้ำถึงข้อดีที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน

การรวมหลายหน้าที่ (Combining several functions) เนื่องจากผู้บริโภคที่แตกต่างกันอาจจะชอบหรือไม่ชอบผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน โครงสร้างตามหน้าที่เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคจะมีประโยชน์อย่างมาก

2. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับกลุ่มเป้าหมาย เหตุการณ์ หรือเหตุผลเฉพาะอย่าง (Associating product with a special group, event, or cause) ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลหรือเหตุการณ์ทางสังคม จึงเป็นไปได้ที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ บริการ และตราสินค้า โดยระบุถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มสังคม เหตุการณ์ หรือเหตุผลเฉพาะอย่าง

3. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่ขัดแย้งกัน 2 ประการ (Relating two conflicting attitude) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติดีจริงกับทัศนคติที่ขัดแย้งกัน กลุยทธ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติสามารถออกแบบเพื่อสร้างข้อดีของข้อขัดแย้งระหว่างทัศนคติ โดยเฉพาะถ้าผู้บริโภคมองเห็นว่าทัศนคติที่มีต่อตราสินค้ามีความขัดแย้งต่อทัศนคติอื่นจะถูกจูงใจให้เปลี่ยนแปลงการประเมินในตราสินค้า

4. การเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของโมเดลคุณสมบัติหลายประการ (Altering components of the multi-attribute model) เป็นการประยุกต์ใช้โมเดลทัศนคติคุณสมบัติหลายประการสำหรับกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงการใช้โมเดลทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของ Fishbein (Fishbein attitude-toward-object model) โดยพิจารณาถึงกลยุทธ์ต่อไปนี้เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ดังนี้

4.1 การเปลี่ยนแปลงการประเมินคุณสมบัติที่เกี่ยวข้อง (Changing the relative evaluation of attributes) ตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หลายชนิดมีโครงสร้างซึ่งมีส่วนตลาดของผู้บริโภคที่แตกต่างกันที่ได้รับการจูงใจสำหรับตราสินค้าซึ่งเสนอรูปลักษณะหรือความเชื่อถือที่แตกต่างกัน ตัวอย่าง ยาแก้ปวดศรีษะมีหลายยี่ห้อ ยาแก้ปวดศรีษะเหล่านี้จะจูงใจตลาดซึ่งมีส่วนของตลาดที่แตกต่างกัน

โดยทั่วไปชนิดของผลิตภัณฑ์มีการแบ่งออกตามลักษณะหรือผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถจูงใจส่วนของผู้บริโภคเฉพาะอย่าง นักการตลาดมีโอกาสที่จะจูงใจผู้บริโภคให้เปลี่ยนทัศนคติที่พึงพอใจมาใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

4.2 การเปลี่ยนแปลงความเชื่อถือในตราสินค้า (Changing brand beliefs) กลยุทธ์การมุ่งความสำคัญที่ความเข้าใจประการที่ 2 ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยมุ่งที่การเปลี่ยนแปลงความเชื่อถือหรือการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้า สิ่งนี้นำไปใช้มากในการจูงใจการโฆษณาโดยการระบุคำว่า ดีกว่า ดีที่สุด มากกว่า หนึ่งเดียวทั่วโลก ในคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

การใช้ทฤษฎีการเอาอย่างกัน การทำให้ตัดกัน (Assimilation-contrast theory) ทฤษฎีนี้ช่วยนักการตลาดเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการเปลี่ยนแปลงการประเมินความสัมพันธ์ของ

คุณสมบัติหรือความเชื่อถือในคุณสมบัติตราสินค้าต้องหลีกเลี่ยงสิ่งที่เกินจริง ตามทฤษฎีนี้ผู้บริโภคที่เลียนแบบกัน (หรือยอมรับการเปลี่ยนแปลง) ที่เป็นกลาง ถ้าการเปลี่ยนแปลงเสนอข่าวสารที่เกินจริงเกินไปจะทำให้เกิดผลตรงข้ามคือ บิดเบือนข่าวสารและต่อต้านข่าสาร

4.3 การเพิ่มคุณสมบัติ (Adding an attribute) เป็นการเพิ่มคุณสมบัติซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงหรือนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ง่ายที่จะเน้นคุณสมบัติที่ไม่สนใจมาก่อน ตัวอย่าง สบู่ Dove ได้แนะนำว่าเป็นสบู่ที่มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ ซึ่งไม่มีกลิ่นสำหรับสตรีซึ่งชอบผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีกลิ่นและไม่พอใจที่จะซื้อสบู่ Dove ในตอนแรก แต่อย่างไรก็ตามทัศนคติต่อสบู่ Dove จะเปลี่ยนไปเมื่อเรียนรู้ถึงทัศนะใหม่ของสบู่

4.4 การเปลี่ยนแปลงคะแนนตราสินค้าทั้งหมด (Changing the overall brand rating) เป็นความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงการประเมินตราสินค้าทั้งหมด โดยปราศจากความพยายามที่จะปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงการประเมินคุณสมบัติตราสินค้าด้านใดด้านหนึ่ง กลยุทธ์นี้ขึ้นกับรูปแบบของข้อความกลยุทธ์ทั่วโลกที่ว่าเป็นตราสินค้าที่ขายได้มากที่สุด หรือเป็นตราซึ่งบุคคลพยายามเลียนแบบหรือการอ้างที่คล้ายคลึงกันซึ่งกำหนดตราที่ต่างจากคู่แข่งขัน

5. การเปลี่ยนแปลงความเชื่อถือของผู้บริโภคเกี่ยวกับตราสินค้าของคู่แข่งขัน (Changing beliefs about competitors' brand) กลยุทธ์นี้จะเกี่ยวข้องกับความเชื่อถือของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติตราสินค้าของคู่แข่งขันหรือชนิดของผลิตภัณฑ์ กรณีนี้อาจใช้ในรูปของการโฆษณาเปรียบเทียบที่สามารถส่งผลย้อนกลับ โดยมองความเป็นไปได้ต่อตราสินค้าของคู่แข่งขัน

6. Elaboration Likelihood Model (ELM) กลยุทธ์นี้เสนอทัศนะทั่วโลกที่ว่าทัศนคติของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะที่แตกต่างกัน 2 ประการ คือ เส้นทางการจูงใจสู่ศูนย์กลาง และเส้นทางรอบนอก เส้นทางศูนย์กลาง (Central routes) เป็นส่วนที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเมื่อการจูงใจหรือความสามารถของผู้บริโภคในการประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่ในระดับสูง ซึ่งก็คือทัศนคติการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเพราะผู้บริโภคค้นหาข้อมูลที่สัมพันธ์กับทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อผู้บริโภคเต็มใจที่จะทำความเข้าใจ เรียนรู้ หรือประเมินข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นในลักษณะเส้นทางศูนย์กลาง

ในทางตรงกันข้าม เมื่อการจูงใจหรือทักษะในการประเมินของผู้บริโภคต่ำ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นในเส้นทางรอบนอก (Peripheral routes) โดยปราศจากการมุ่งที่ข้อมูลที่สัมพันธ์กับทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในกรณีนี้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นผลลัพธ์จากการจูงใจขั้นที่ 2 เช่น การแจกของตัวอย่าง คูปอง การใช้ผู้รับรองที่มีชื่อเสียง

พฤติกรรมสามารถเกิดก่อนหรือหลังจากการกำหนดทัศนคติ

พฤติกรรมสามารถเกิดก่อนหรือหลังจากการกำหนดทัศนคติ (Behavior can precede or follow attitude formation) การอภิปรายถึงการกำหนดทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้เน้นถึงทัศนะด้านเหตุผลแบบดั้งเดิมซึ่งผู้บริโภคพัฒนาทัศนคติก่อนการกระทำ ทัศนคติทำให้เกิดพฤติกรรม

ทางเลือกซึ่งต้องวิเคราะห์อย่างระมัดระวังอาจจะเป็นการจูงใจด้านเหตุผลและหลักตรรกวิทยา ตัวอย่าง ทฤษฎีความไม่สมดุลที่เกิดขึ้นในใจทางด้านความเข้าใจ (Cognitive dissonance theory) และทฤษฎีคุณสมบัติ (Attribution theory) แต่ละทฤษฎีจะอธิบายถึงวิธีการที่พฤติกรรมจะทำให้เกิดการกำหนดทัศนคติ ดังนี้

1. ทฤษฎีความไม่สมดุลที่เกิดขึ้นในใจทางด้านความเข้าใจ (Cognitive dissonance theory) ทฤษฎีนี้เกิดจากความไม่สะดวกสบาย (Discomfort หรือ dissonance) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคยึดถือความคิดที่ขัดแย้งเกี่ยวกับความเชื่อหรือทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk. 2007 : 258) ตัวอย่าง เมื่อผู้บริโภคมีข้อผูกมัดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะราคาแพง เช่น รถยนต์หรือคอมพิวเตอร์ PC เขาจะเริ่มรู้สึกถึงความไม่สมดุลที่เกิดขึ้นในใจทางด้านความเข้าใจ ตราสินค้าที่พอใจ เป็นเอกลักษณ์ที่ไม่ได้เลือก เมื่อความไม่สมดุลเกิดขึ้นในใจทางด้านความเข้าใจเกิดขึ้นหลังจากเมื่อทำการซื้อเรียกว่าเป็นความไม่สมดุลเกิดขึ้นในใจภายหลังการซื้อ (Post purchase dissonance) เพราะการตัดสินใจซื้อมักจะต้องการการประนีประนอม

ดังนั้นกรณีความไม่สมดุลที่เกิดขึ้นในใจทางด้านความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นผลลัพธ์จากพฤติกรรม ความคิดที่ขัดแย้งกันหรือข้อมูลที่ไม่สมดุลเกิดขึ้นในใจจะตามด้วยการซื้อเป็นปัจจัยแรกซึ่งจูงใจผู้บริโภคให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพื่อที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อที่แท้จริง

2. ทฤษฎีคุณสมบัติ (Attribution theory) หมายถึง ทฤษฎีซึ่งเกี่ยวข้องกับวิธีการที่บุคคลออกแบบความมีเหตุผลต่อเหตุการณ์และกำหนดหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของเขา ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของการประเมินพฤติกรรมของตัวเองหรือบุคคลอื่น (Schiffman and Kanuk. 2007 : 238) ตามความหมายนี้เป็นกระบวนการแทรกแซงเกี่ยวกับบุคคล หรือพฤติกรรมของบุคคลเป็นส่วนสำคัญของการกำหนดและเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ทฤษฎีนี้จะอธิบายการกำหนดทัศนคติและการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากเป็นผลของการตีความของบุคคลต่อพฤติกรรมส่วนตัว (การรับรู้ส่วนตัว) และประสบการณ์ ทฤษฎีคุณสมบัติมีดังนี้

2.1 ทฤษฎีการรับรู้ส่วนตัว (Self-perception theory) เป็นทฤษฎีซึ่งเสนอแนะว่าผู้บริโภคจะพัฒนาทัศนคติโดยการสะท้อนถึงพฤติกรรมส่วนตัวของบุคคล (Schiffman and Kanuk. 2007 : 259) ทฤษฎีระบุว่าการแสดงวิจารณญาณของบุคคลเป็นสาเหตุให้เกิดพฤติกรรมส่วนตัว ทฤษฎีนี้เสนอว่าการพัฒนาทัศนคติผู้บริโภคจะมองและใช้วิจารณญาณเกี่ยวกับพฤติกรรมส่วนตัว ตัวอย่าง นาย ก จะลงรถเมล์เดินทางเข้าบ้าน มีร้านอาหารอยู่หน้าปากซอยก็จะซื้ออาหารหรือรับประทานที่ร้านนั้น ถือว่าเขาพัฒนาทัศนคติด้านบวกจากพฤติกรรมส่วนตัว คือการเดินทางกลับบ้าน ทฤษฎีการรับรู้ส่วนตัวมีประเด็นที่จะต้องพิจารณา 2 ประการ คือ

(1) คุณสมบัติภายในและภายนอก (Internal and external attribution) การดึงความเห็นจากพฤติกรรมส่วนตัวของบุคคลหนึ่งไม่ใช่สิ่งง่าย การใช้ความสลับซับซ้อนของทฤษฎีการรับรู้ส่วนตัวเป็นสิ่งมีประโยชน์ที่จะสร้างความแตกต่างระหว่างคุณสมบัติภายในและภายนอก ดังนี้

(1.1) คุณสมบัติภายนอก (External attribution) เป็นหลักเกณฑ์ซึ่งเสนอแนะว่าผู้บริโภคดูเหมือนว่าจะให้ความเชื่อถือกับความสำเร็จจากแหล่งข้อมูลภายนอก (Schiffman and Kanuk. 2007 : 258) เช่น ครอบครัว เพื่อน กลุ่มอิทธิพล และเหตุการณ์ภายนอกอื่น ๆ

(1.2) คุณสมบัติภายใน (Internal attribution) เป็นหลักเกณฑ์ซึ่งเสนอแนะว่าผู้บริโภคดูเหมือนว่าจะให้ความเชื่อถือกับแหล่งข้อมูลภายในตัวผู้บริโภคซึ่งเป็นผลลัพธ์จากความสามารถ ทักษะหรือความพยายามของตัวเอง ตัวอย่าง ถ้านาย ข สรุปว่าการเสนอคอมพิวเตอร์กราฟิกที่ประสบความสำเร็จเพราะเกิดจากความสามารถของเขาเองถือว่าเกิดจากคุณสมบัติภายในผู้ใช้โปรแกรม ในทางตรงกันข้ามถ้านาย ข สรุปว่า การเสนอคอมพิวเตอร์กราฟิกขึ้นกับความช่วยเหลือของเพื่อนถือว่าเป็นคุณสมิบัติภายนอก ความแตกต่างระหว่างคุณสมบัติภายในและภายนอกเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดการตลาดเชิงกลยุทธ์

(1.3) คุณสมบัติในการป้องกัน (Defensive attribution) เป็นหลักเกณฑ์ซึ่งเสนอว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มจะยอมรับความเชื่อถือบุคคลที่ประสบความสำเร็จ และตำหนิบุคคลหรือผลิตภัณฑ์ที่ล้มเหลว (Schiffman and Kanuk. 2007 : 247) หรืออาจหมายถึง การที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะให้ความเชื่อถือส่วนตัวต่อความสำเร็จที่เกิดจากคุณสมบัติภายใน และให้ความเชื่อถือความล้มเหลวต่อเหตุการณ์อื่นหรือเหตุการณ์ภายนอก (คุณสมบัติภายนอก) (Schiffman and Kanuk. 1994 : 276) ด้วยเหตุผลนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญซึ่งนักการตลาดจะเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ซึ่งผู้บริโภคจะรับรู้ว่าเป็นเหตุผลของความสำเร็จว่าตัวเองมีความสามารถ ยิ่งไปกว่านั้นการโฆษณาจะให้ความเชื่อถือแก่ผู้บริโภคโดยเฉพาะบุคคลที่ไม่มีประสบการณ์ว่าผลิตภัณฑ์จะทำให้เขาเป็นวีรบุรุษหรือเป็นผู้มีความสามารถ

(2) เทคนิคเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อน (Foot-in-the-door technique) หมายถึง ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งเสนอว่าแต่ละบุคคลจะกำหนดทัศนคติซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมส่วนตัวที่มีมาก่อน (Schiffman and Kanuk. 2007 : 260) ทฤษฎีนี้มีหลักเกณฑ์จากการอ้างอิงที่ว่าแต่ละบุคคลจะมองพฤติกรรมที่เกิดขึ้นก่อน และสรุปว่าเป็นบุคคลซึ่งตอบตกลง (Yes) สำหรับคุณสมบัติภายในคุณสมบัติส่วนตัวที่จะเพิ่มความน่าจะเป็นซึ่งเขายอมรับความคล้ายคลึงกัน คำขอร้องเป็นสิ่งสำคัญมากขึ้น ตัวอย่าง บุคคลที่บริจาคเงินในการวิจัยโรคมะเร็งจะเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการบริจาคเงินจำนวนที่มากขึ้นได้ ถ้ามีการบริจาคในช่วงเริ่มต้น ถือว่าเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อน (Foot-in-the-door)

การวิจัยในเทคนิคเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อน ได้มุ่งที่การทำความเข้าใจถึงวิธีการจูงใจเฉพาะอย่าง (เช่น การแจกของตัวอย่าง คูปองแลกซื้อซึ่งจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภคและพฤติกรรมการซื้อ เป็นที่ปรากฏชัดเจนว่าสิ่งจูงใจในขนาดที่แตกต่างกันจะสร้างระดับของคุณสมบัติภายในที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่แตกต่างกัน ตัวอย่าง บุคคลซึ่งทดลองตราสินค้าโดยไม่มีการจูงใจ หรือบุคคลซึ่งซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำจะเพิ่มทัศนคติด้านบวกต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมที่เขาเชื่อถือ เช่น ฉันซื้อตรานี้เพราะฉันชอบ ในทางตรงกันข้ามบุคคลซึ่งทดลองใช้ของตัวอย่างจะมีการผูกมัดน้อยที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อตราสินค้า เพราะเขาทดลองใช้ตราสินค้านั้นฟรี

สิ่งที่ตรงข้ามกับความคาดหวังอาจจะไม่ใช่สิ่งจูงใจที่ยิ่งใหญ่ที่จะนำไปสู่การเปลี่นแปลงทัศนคติด้านบวกถ้าสิ่งจูงใจมากเกินไป นักการตลาดจะเสี่ยงที่ว่าผู้บริโภคจะกำหนดสาเหตุของพฤติกรรมภายนอกถึงสิ่งจูงใจและมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติน้อยกว่าและในอนาคตจะซื้อน้อยกว่าวิธีที่มีประสิทธิผลที่สุดก็คือการจูงใจระดับปานกลาง (Moderate incentive) ซึ่งยิ่งใหญ่พอที่จะกระตุ้นการซื้อตราสินค้าครั้งแรก และยังกระตุ้นผู้บริโภคจากประสบการณ์ภายในที่เพียงพอการกระตุ้นด้านบวก (ความพึงพอใจ) จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีขึ้น

2.2 คุณสมบัติต่อบุคคลอื่น (Attributions toward others) ในการทำความเข้าใจทฤษฎีการรับรู้ส่วนตัว (Self-perception theory) เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจคุณสมบัติที่มีต่อบุคคลอื่น เพราะมีการนำไปใช้ทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดอย่างหลากหลาย เนื่องจากมีการเสนอแนะในตอนต้นว่าทุกครั้งที่บุคคลถามว่าทำไม (Why?) เกี่ยวกับข้อความหรือการกระทำของบุคคลอื่น เช่น สมาชิกครอบครัว เพื่อน พนักงานขาย ทฤษฎีนี้จะเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ตัวอย่าง ถ้าพนักงานขายเสนอขายโทรศัพท์มือถือในโมเดลที่ราคาสูงขึ้น ลูกค้าอาจจะเข้าใจว่าพนักงานขายต้องการคอมมิชชันสูงขึ้น เกิดความไม่ไว้วางใจพนักงานขาย ผู้บริโภคจะเกิดความสงสัยในประเด็นที่ว่าพนักงานเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเหนือกว่าหรือเพราะต้องการคอมมิชชันที่สูงกว่า ตัวอย่างนี้เสนอว่า การประเมินคำพูดของบุคคลอื่นผู้บริโภคจะพยายามพิจารณาสิ่งจูงใจ (Motives) หรือทักษะของบุคคลซึ่งสอดคล้องกับความสนใจที่ดีที่สุดของผู้บริโภค ถ้าความสนใจหรือทักษะเหล่านี้มีการพิจารณาอย่างเหมาะสม ผู้บริโภคจะตอบสนองอย่างพึงพอใจยิ่งไปกว่านั้นผู้บริโภคจะต่อต้านคำพูดของบุคคลอื่นและซื้อผลิตภัณฑ์ที่อื่นแทน

2.3 คุณสมบัติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Attribution toward things) ผู้วิจัยผู้บริโภคจะมีความสนใจทฤษฎีคุณสมบัติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งก็คือผลิตภัณฑ์หรือตัวเองนั่นเอง ซึ่งก็คือขอบเขตการพิจารณาการทำงานผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคกำนหดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต่อตัวเอง บุคคลอื่น สถานการณ์ หรือหลายปัจจัย

2.4 วิธีการทดสอบคุณสมบัติ (How we test our attributions) หลังจากมีคุณสมบัติเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือคำพูดหรือการกระทำของบุคคล เราจะพยายามพิจารณาว่าความเหมาะสมเป็นสิ่งถูกต้อง จากทฤษฎีคุณสมบัติบุคคลต้องการความเชื่อมั่นเกี่ยวกับการสังเกตเฉพาะอย่างโดยการกระทำแผน นักวิทยาศาสตร์ที่ไม่ชำนาญจะรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมโดยพยายามที่จะทำให้เกิดการยืนยัน (หรือไม่ยืนยัน) ความเห็นที่เกิดขึ้นก่อน ในการรวบรวมข้อมูลต่อไปนี้ผู้บริโภคจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้

(1) ความแตกต่าง (Distinctiveness) ผู้บริโภคกำหนดคุณสมบัติที่การกระทำในผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่เหนือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

(2) ความสอดคล้องในช่วงเวลา (Consistency over time) เมื่อไรก็ตามที่บุคคลหรือผลิตภัณฑ์ยังคงมีอยู่ การลงความเห็นหรือปฏิกิริยาของผู้บริโภคจะเป็นอย่างเดียวกันหรือเกือบจะเป็นอย่างเดียวกัน

(3) ความสอดคล้องกันในการลงความเห็น (Consistency over modality) การลงความเห็นหรือการมีปฏิกิริยาจะเป็นอย่างเดียวกันเมื่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแตกต่างกัน

(4) ความสอดคล้องกัน (Consensus) ปฏิกิริยาที่ได้รับด้วยวิธีการเดียวกันโดยผู้บริโภครายอื่น

4. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อบรรลุวัตุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมาย (Kotler. 2000 : 14) หรือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์ การตลาด 4 ประการ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (Bovee, Houston ;& Thill. 1995 : G-8) หรือเป็นปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (MaCarthy ;& Perreault. 1991 : 522)

ส่วนประสมทางการตลาดอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าปัจจัยภายในทางการตลาดหรือปัจจัยทางการตลาด (Internal Marketing Factor หรือ Marketing Factor) ซึ่งเป็นเครื่องมือธุรกิจควบคุมได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์.และคณะ. 2543 : 17-19)

โดยทั่วไปส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ด้านกระบวนการการให้บริการ (Process) และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical evidence) หรือเรียกว่า 7Ps โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ภาพประกอบ 6 แสดงส่วนประสมทางการตลาด)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ (Kotler. 2000 : 11) ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะเป็นที่มีตัวตน หรือบริการซึ่งไม่มีตัวตนก็ได้ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ประโยชน์ คุณภาพ รูปร่างลักษณะ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และเป็นสินค้าลักษณะต่างๆ ที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ รูป รส กลิ่น เสียง ตลอดจนคุณสมบัติที่สามารถสนองความต้องการด้านสังคม ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การหรือบุคคล ซึ่งนักการตลาดสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์การตลาดได้คือ ขนาด รูปร่างลักษณะ และคุณสมบัติอะไรบ้างที่ผลิตภัณฑ์ควรมี ผลิตภัณฑ์ควรจะบรรจุหีบห่ออย่างไร ลักษณะการบริการที่สำคัญของผู้บริโภคคืออะไร การรับประกัน และโปรแกรมการให้บริการอะไรบ้างที่ควรจัดไว้ให้ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ประกอบที่เกี่ยวข้องคืออะไร

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง (Etzel, Walker ;& Stanton. 1997 : G-11) นักการตลาดต้องตัดสินใจในราคาผลิตภัณฑ์ หรือบริการและปรับปรุงราคาเหล่านี้ ลักษณะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคทำให้เกิดมูลค่า (Value) ในตัวสินค้า มูลค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้าต้องมากกว่าต้นทุน (Cost) หรือราคา (Price) ของสินค้านั้น ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อก็ต่อเมื่อมูลค่ามากกว่าเกินกว่าราคาสินค้า คำถามที่เกี่ยวกับราคา และเป็นส่วนที่

เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้ ผู้บริโภคมีการรับรู้ราคา (Awareness) ว่าเหมาะสมกับสินค้านั้นอย่างไร (How?) ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสินค้าต่างๆ ได้อย่างไร ปริมาณเท่าใด ขนาดส่วนลดให้กับผู้ซื้อด้วยเงินสดเป็นเท่าใด

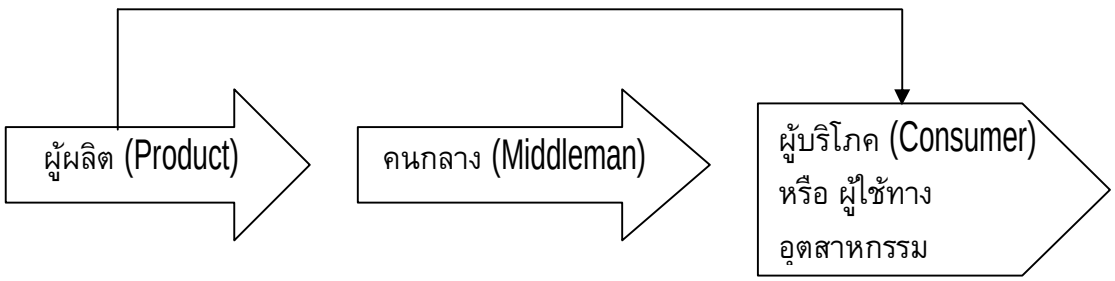
ภาพประกอบ 6 ส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา ; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543) หน้า 17-19

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก์คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมจะเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วยการขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การตัดสินใจในการจัดจำหน่าย จะได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้ ลักษณะโครงสร้างการจัดจำหน่ายเพื่อการค้าปลีกอะไรบ้างที่ควรใช้ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ ควรจะขายที่ไหน (Where?) และเป็นจำนวนมากน้อยเพียงใด (How many?) การจัดจำหน่ายเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ค้าปลีกจะนำสินค้าอะไรบ้างไปยังร้านค้าปลีก (What?) ความจำเป็นของบริษัทที่จะควบคุมกิจกรรมต่างๆ ของการควบคุมธุรกิจ การจัดจำหน่ายเป็นอย่างไร (How?) และภาพลักษณ์ และลักษณะของร้านค้าปลีกอะไรบ้างที่ควรจะสร้างขึ้นมา (What?) การจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution หรือ Distribution Channel) หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ซึ่งอาจจะมีหลายขั้นตอน และต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายบริษัท (Bovee, Houston & Thill. 1995 : G-4) หรือเป็นองค์การที่เกี่ยวข้องกันซึ่งช่วยนำผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังผู้บริโภค ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หรือหน่วยธุรกิจเพื่อใช้หรือการบริโภค

ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct Channel) จากผู้ผลิต (Product) ไปยังผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) และใช้ช่องทางอ้อม (Indirect Channel) จากผู้ผลิต (Product) ผ่านคนกลาง (Middleman) ไปยังผู้บริโภค (Industrial User) ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 7 ช่องทางการจัดจำหน่าย
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ. (2543) หน้า 17-19

3.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical Distribution หรือ Marketing Logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จาก

จุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Armstrong. 1996 : G8) การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า (Storage & Warehousing) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติ เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธพลต่อความรู้สึก ความเชื่อถือ หรือพฤติกรรมการซื้อ (Etzel, Walker ;& Stanton. 1997 : G-12) การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal Selling) คำถามในส่วนของการส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เช่น จุดมุ่งหมายและวิธีการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวกับผู้บริโภคคืออะไร (What?) การตัดสินใจเลือกเครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับผู้บริโภคคือเครื่องมือใด (Which?) วิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมที่สุดสำหรับผู้บริโภคในแต่ละสถานการณ์คืออะไร (What?) วิธีที่มีประสิทธภาพในการสร้างให้เกิดความตั้งใจ และความสนใจคืออะไร (What?) ข่าวสารที่เหมาะสมที่สุดสำหรับผู้บริโภคคืออะไร (What?) สื่อที่เหมาะสมที่สุดสำหรับผู้บริโภคคืออะไร (What?) การโฆษณาควรจะกระทำซ้ำบ่อยครั้งแค่ไหน (How often?) ผู้บริโภคต้องการอะไร (What?) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการ (Why?) ใครที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Who?) ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเป็นอย่างไร (How?) การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นทุกกิจกรรมในการเสนอข่าวสารโดยใช้สื่อเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ (Etzel, Walker ;& Stanton. 1997 : G-1) เช่น การโฆษณาสินค้า หรือบริการผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการจูงใจให้ซื้อสินค้าโดยบุคคลมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

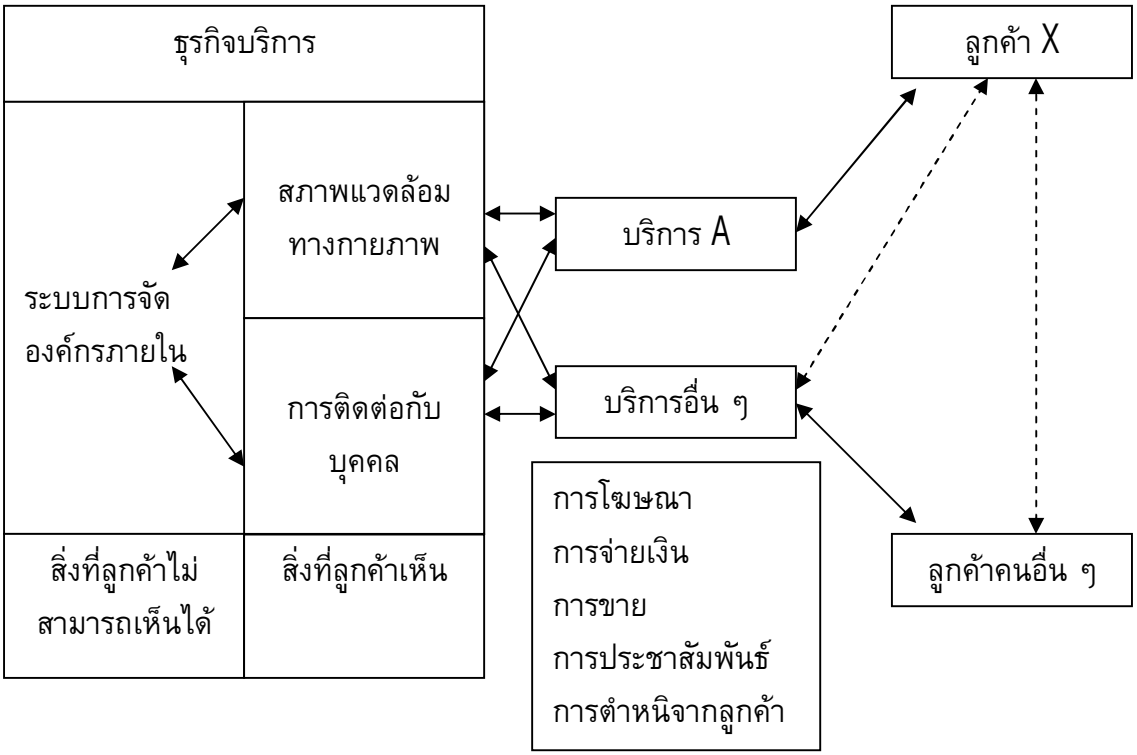
4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าว (Etzel, Walker & Stanton. 1997 : G-13) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้าย หรือคนกลางในช่องทาง ตัวอย่าง การส่งเสริมการขายที่กระตุ้นผู้บริโภค เช่น การลด แลก แจก แถม การกระตุ้นคนกลาง และพนักงาน เช่น ส่วนลดปริมาณ การจัดประชุม และการแข่งขันการขาย

4.4 การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations (PR)) การให้ข่าวเป็นรูปแบบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ หรือนโยบาย ผ่านสื่อโดยไม่ต้องมีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับประโยชน์ (Etzel, Walker & Stanton. 1997 : G-12) แต่ในทางปฏิบัติจริงนั้นจะต้องมีการจ่ายเงินแก่สื่อมวลชนเพื่อจูงใจให้เผยแพร่ข่าวสารให้ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บุคคล การจัดประชุม สัมมนาแก่สื่อมวลชน ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็น

การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มต่างๆ เช่น ประชาชนทั่วไป ผู้ถือหุ้น หน่วยราชการ ลูกค้า การประชาสัมพันธ์ทำได้หลายวิธี เช่น การตีพิมพ์ การให้ข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ของบริษัท การจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ อาทิ การประชุม การสัมมนา จัดงานกีฬา หรือเป็นสปอนเซอร์ การให้บริการชุมชน อาทิ การบริจาค การสนับสนุนกีฬา การอนุรักษ์วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างจากคู่แข่งขัน พนักงานต้องมีความสามารถ มีเจตคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Consumer Satisfaction) โดยทั่วไปแล้ว 4Ps ก็เพียงพอแล้วสำหรับธุรกิจผลิตสินค้า แต่ในธุรกิจบริการกลับมีความต้องการองค์ประกอบมากกว่านั้น ดังนั้น Booms and Bitner จึงได้แนะนำให้ใช้อีก 3Ps คือ People, Physical และ Process ดังภาพประกอบจาก Marketing Management (Kotler. 2000 : 434-435)



ภาพประกอบ 8 ระบบของธุรกิจบริการ

7. ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) ยกตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับ

ลูกค้า (Consumer Value Preposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีลำดับชั้นของความต้องการ (Hierarchy of need)

มาสโลว์ (Maslow. 2000 : 80-81) เป็นนักจิตวิทยาได้สร้างทฤษฎีการจูงใจของมนุษย์ ได้กล่าวไว้ว่าความต้องการของมนุษย์ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงตามความสำคัญจากความต้องการต่ำสุดไปจนถึงความต้องการสูงสุดของมนุษย์ โดยบุคคลจะพยายามตอบสนองความต้องการระดับต่ำกว่าก่อนที่ความต้องการระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้น เมื่อความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองเกิดความพอใจขึ้นมา ความต้องการใหม่และระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้น และบุคคลจะถูกจูงใจให้ทำการตอบสนองเมื่อความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการใหม่ก็จะเกิดขึ้น ถ้าความต้องการระดับล่างที่ได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้วเกิดกลับมาไม่พอใจอีกครั้งหนึ่ง บุคคลก็จะหันมาตอบสนองความต้องการในระดับดังกล่าวอีก ซึ่งได้ลำดับความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำไประดับสูงได้ 5 ขั้น ดังนี้

ระดับที่ 1 Physiological need ความต้องการพื้นฐานเพื่อการอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค

ระดับที่ 2 Safety need ความต้องการด้านความมั่นคงและปลอดภัย ส่วนมากเกี่ยวกับความปลอดภัยของร่างกาย

ระดับที่ 3 Social need ความต้องการทางด้านสังคมเป็นความต้องการด้านความรัก ความพอใจ การมีส่วนร่วมและการยอมรับ

ระดับที่ 4 Esteem need ความต้องการที่สะท้อนให้เห็นความต้องการของบุคคลเกี่ยวกับการยอมรับตนเอง และความต้องการชื่อเสียงเกียรติยศ ฐานะ เป็นที่ยอมรับนับถือจากคนอื่น

ระดับที่ 5 Self-actualization need ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ คือ อยากให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความต้องการของตน

ทฤษฎีความคาดหมาย (Expectancy Theory)

สำหรับทฤษฎีนี้เป็นการอธิบายความพอใจในแง่ที่ว่า ลูกค้าจะเกิดความพอใจต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่า การบริการนั้นๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งลูกค้าได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับ (ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความกระตือรือร้นในการบริการ การให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ) เป็นเช่นไร ลูกค้าจึงเลือกเอาการบริการที่นำเอาผลลัพธ์ต่างๆ ลูกค้าจะมีความพอใจที่จะเกิดขึ้น ซึ่งทัศนะของแนวคิดนี้มาจากหลายบุคคล เช่น แคมเบล บันแนท ลอร์เลอร์และวิค และ วรูม โดยแนวคิดทฤษฎีนี้อยู่ที่ผล (Outcome) ความปรารถนาซึ่งความหมายนี้เกิดก่อนการบริการจึงสามารถเป็นเหตุนำไปสู่เหตุของการมาใช้

บริการ เพราะพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการและอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความคาดหมายที่จะได้รับจากการให้บริการที่มีคุณภาพเขาก็จะใช้บริการนั้นตลอด เพราะเป็นผลลัพธ์ที่เขาปรารถนา ซึ่งความหมายนี้เกิดก่อนการบริการจึงสามารถเป็นเหตุนำไปสู่เหตุของการมาใช้บริการ เพราะพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการและอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความคาดหมายที่จะได้รับจากสิ่งจูงใจ (ชัยพร วิชชาวุธ. 2525 : 153) ผลตอบแทนหรือผลลัพธ์ที่ได้จากการบริหารที่มีคุณภาพจะมีความสำคัญและจะเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมได้ ก็ขึ้นอยู่กับความพอใจต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

ทฤษฎีความพึงพอใจ

คอทเลอร์ (Kotler. 2000 : 33-36) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product's perceived performance) กับการคาดหวังของลูกค้า (Expectation) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) โดยการทำงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ ซึ่งยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือตราสินค้า (Price) นั่นเอง โดยคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า คือ ความแตกต่างระหว่างคุณค่าลูกค้ารวม (Total customer value) และต้นทุนลูกค้ารวม (Total customer cost) และคุณค่าลูกค้ารวมคือกลุ่มผลประโยชน์ ที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่งๆ ส่วนต้นทุนลูกค้ารวมได้แก่ กลุ่มของต้นทุนที่ลูกค้าคาดว่าจะเกิดขึ้นจากการประเมินการได้รับและการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2534 : 21) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังของลูกค้าดังนี้

- ความมีชื่อเสียงของบริษัท
- ตัวพนักงานผู้ให้บริการ
- ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- ราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์

เนื่องจากความสำคัญของสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่มีต่อยอดการขายการพัฒนาทางด้านลูกค้าสัมพันธ์ จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการวางแผนการขายในระยะยาว การจะสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเจตนารมณ์อันแน่วแน่ สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ขายสินค้าหรือบริการและลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่มีค่าดังทอง ทั้งนี้เพราะค่าของมันอยู่ที่การเสาะแสวงหาได้ยาก เมื่อได้มาแล้วก็ยากที่จะเก็บรักษาไว้ดั่งความสวยของดอกไม้ไม่มีความคงทน นอกจากนี้ยังมีผู้กล่าวอีกว่า สัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ขายมีพลังดั่งเครื่องยนต์เทอร์โบซึ่งยากที่จะสร้างขึ้นมาได้ (National Foremen's Institute, 1963 อ้างใน วีระพล เอี่ยมโสภา. 2547 : 35) ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการกับผู้ขาย จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายโดยแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีนั้น ซึ่งสถาบันโฟร์เมนส์ได้ให้แนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ และขณะเดียวกันก็จะต้องกระทำตนให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ขายหรือผู้บริการเช่นกัน การจะพูดอะไรทำอะไรจะต้องทำด้วยความมั่นใจว่าจะไม่ก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบขึ้นกับฝ่ายใด ที่สำคัญที่สุดพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการจะต้องสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นในตัวลูกค้าหรือผู้มารับบริการว่า บริษัทหรือองค์กรที่ลูกค้ามาทำธุรกิจนี้เป็นสถานที่ที่ดีและเชื่อถือได้มากที่สุดในการให้บริการ

2. พนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่างๆ จะต้องเป็นผู้ที่มีความภูมิฐาน มีบุคลิกภาพดี มีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยดูมีสง่าราศีดี ในทางปฏิบัติหรือความเป็นจริงพนักงานที่ต้องพบกับลูกค้า หรือผู้ใช้บริการจำเป็นที่จะต้องแต่งตัวให้เรียบร้อยดูสะอาดมากกว่าพนักงานที่ทำงานในส่วนที่ไม่ต้องติดต่อกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ

3. ในการติดต่อหรือให้บริการลูกค้านั้น เจ้าหน้าที่หรือพนักงานควรจะให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบว่าตนเองต้องทำอะไรบ้าง จะต้องใช้เวลามากน้อยเท่าใด มีพนักงานคนอื่นหรือไม่ที่ลูกค้าจะต้องพบหรือติอต่อ ซึ่งการติดต่อหรือให้บริการนั้นจะต้องสร้างความรู้สึกว่าผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่มีความพร้อมและตั้งใจที่จะช่วยเหลือบริการลูกค้าอย่างเต็มที่

4. เมื่อมีลูกค้าหรือผู้รับบริการเข้ามาติดต่อธุรกิจหรือขอรับบริการ พนักงานของผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและความสนใจแก่ลูกค้าทันที แม้ว่าในขณะนั้นอาจกำลังทำงานอื่นอยู่ก็ตาม การให้ความสนใจนั้นต้องรวมไปถึงความพยายามที่จะให้ความช่วยเหลือหรือบริการทันที

5. อย่าพยายามพูดหรือเน้นในสิ่งที่เป็นจุดเด่นของสินค้าหรือบริการกับลูกค้าประจำแต่จะต้องพูดถึงหรือกล่าวถึงความสำคัญของตัวลูกค้าประจำที่มีต่อบริษัทหรือธุรกิจที่ประกอบอยู่

6. พยายามให้ความช่วยเหลือหรือบริการบางสิ่งบางอย่างที่สามารถแก้ไขปัญหาหรือลดความต้องการของลูกค้าก็สามารถกระทำได้ การให้อะไรนอกเหนือจากสินค้าหรือบริการที่ได้รับ

ตามปกติจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการกับบริษัทที่ประกอบการ

7. ถ้าเกิดความล่าช้าในการส่งสินค้าหรือการให้บริการอันเนื่องมาจากเหตุขัดข้องบางประการที่มิได้คาดหมายนับว่าเป็นความสูญเสียในทางธุรกิจอย่างมากซึ่งในสถานการณ์เช่นนี้ ความเสียหายต่าง ๆ ยากที่จะแก้ไขหรือทำให้ลดน้อยลง แต่หนทางเดียวที่จะป้องกันความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัทก็คือ การขออภัยและรับผิดชอบต่อลูกค้าและอธิบายให้ทราบถึงสาเหตุให้ลูกค้าได้ทราบ แต่ต้องไม่ลืมว่าทางบริษัทหรือผู้ประกอบการจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนี้อีกในอนาคต

8. ในยามที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความข้องใจหรือมีข้อสงสัยในเรื่องใด พนักงานหรือผู้ให้บริการจะต้องให้ความสนใจและตอบคำถามโดยไม่มีการรีรอหรือล่าช้า

9. ตอบหรืออธิบายหรือแก้ไขข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันทีทันใด เช่นเดียวกับการไม่รีรอในการตอบข้อซักถามข้อข้องใจ

ในยามที่ไม่สามารถให้สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการได้อันเนื่องมาจากเหตุผลต่างๆ เช่น สินค้าหมด พนักงานจะต้องให้ความช่วยเหลือกลูกค้าให้ได้รับสินค้าหรือบริการจากที่อื่น ลูกค้าที่ได้รับความช่วยเหลือนี้อาจกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการต่อไปในอนาคต

ทฤษฎีความต้องการของอเดย์ และแอนด์เดอร์เซน (Aday and Andersen) (มสธ. 2539 : 350) ความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคต่องานบริการจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละธุรกิจ ซึ่งไม่เหมือนกัน เช่น ธุรกิจสายการบิน ผู้รับบริการต้องการความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง ธุรกิจการบริการอาหาร ผู้รับบริการต้องการการต้อนรับที่ดี อาหารอร่อย ความรวดเร็ว สถานที่สะอาด เป็นต้น นอกจากนั้นได้ศึกษาสรุปเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและหากได้รับสิ่งนั้นจะเกิดความพึงพอใจดังนี้

ความสะดวกที่ได้รับการบริการ (Convenience) ได้แก่ ระยะเวลาในการรอคอย เพื่อรอรับการบริการไม่นาน ความเป็นระเบียบของหน่วยงานบริการและลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ

การประสานงานของการบริการ (Coordination) ได้แก่ การได้รับการบริการทั้งหมด ความต้องการความสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ เป็นต้น

อัธยาศัยและความสนใจต่อการบริการ (Courtesy) ได้แก่ คำพูดเชิงบวก บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและความดูแลเอาใจใส่ตลอดเวลา

ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป เช่น วิธีการรับการบริการ กฎระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการรับบริการ

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับลูกค้า ทั้งนี้ก็ขึ้นกับปัจจัยต่างๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่เป็นตัวกำหนดสิ่งที่ต้องการของลูกค้าหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ในการบริการ ทำให้องค์กรผู้ให้บริการต้องสร้างมาตรฐานการให้บริการ การสร้างองค์ประกอบของศูนย์บริการรวมทั้งวิธีปฏิบัติการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อสร้างความพึงพอใจและสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะความ

แตกต่างในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ หรือจำนวนครั้งที่ใช้บริการก็มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันด้วย จึงเป็นที่มาทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาค้นคว้าเพื่อหาความพึงพอใจของลูกค้าว่าเป็นอย่างไร

6. ประวัติความเป็นมาของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

การส่งลูกหลานไปศึกษาต่อที่ต่างประเทศนั้น อาจจะมีทั้งข้อดี ข้อเสียอยู่บ้าง เช่น การให้การศึกษาที่ดี ได้เรียนรู้ภาษาต่างประเทศทำให้มีประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากเดิม แต่ก็ต้องอยู่ห่างจากครอบครัว ต้องพยายามปรับตัวในสังคมใหม่เพื่อความอยู่รอด และในด้านของผู้ปกครองเองก็มักจะมีความวิตกกังวลเป็นห่วงลูกหลานเกี่ยวกับความเป็นอยู่ การใช้ชีวิต และการศึกษา อีกทั้งค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงในสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ ดังนั้นความคิดที่ว่าไม่ต้องการส่งบุตรหลานไปเรียนที่ต่างประเทศ เพื่อรักษาสถาบันครอบครัวที่อบอุ่นแต่ต้องการให้มีการศึกษาที่ดีเทียบเท่ากับต่างประเทศนั้น จะทำได้อย่างไร ดร.วีระชัย เตชะวิจิตร์ จึงนำความคิดนี้มาสร้างและพัฒนามาเป็นโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ โดยเริ่มที่สาขาพัทยา บางละมุงก่อนเป็นแห่งแรก เมื่อปีพ.ศ. 2538 โดยเป็นโรงเรียนนานาชาติสหศึกษาแบบประจำและไป-กลับแห่งแรกในเขตอุตสาหกรรมอีสต์เทิร์นซีบอร์ด (Eastern Seaboard of Thailand) เปิดรับเด็กตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้หลักสูตรการเรียนการสอนของกระทรวงศึกษาจากประเทศอังกฤษ อีกทั้งโรงเรียนมีสภาพแวดล้อมที่ดีเป็นเลิศและกว้างขวาง และมีความปลอดภัยที่ดีมาก ทั้งนี้ ยังมีสนามฟุตบอลรักบี้ขนาดใหญ่, สระว่าย น้ำ , โรงยิมขนาด 2 สนามบาสเก็ตบอล, สนามเทนนิส ฯลฯ ซึ่งเด็กนักเรียนสามารถใช้ในการเล่นกิจกรรมได้อย่างเต็มที่ ทางโรงเรียนได้จัดโปรแกรมเหมือนในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงในประเทศอังกฤษ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น รถรับ-ส่งบริเวณใกล้เคียงและรถรับ-ส่งกลับกรุงเทพ ฯ เป็นประจำทุกสัปดาห์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับท่านผู้ปกครอง ทำให้จำนวนนักเรียนในปัจจุบันมีมากเกือบ 900 คน และคณะครูอีกกว่า 100 คนที่คอยให้ความรู้และดูแลเด็กนักเรียนอย่างใกล้ชิด ปรัชญาของโรงเรียนประจำก็คือให้นักเรียนได้เรียนรู้ชีวิตของการอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ฝึกสร้างความเชื่อมั่นในตัวเอง และได้ประโยชน์จากการอยู่ใกล้ชิดครูที่มีคุณภาพ และมีความเข้าใจในความต้องการของนักเรียนประจำจึงให้ความอบอุ่นเปรียบเสมือนคุณพ่อคุณแม่ของตนเองเกือบ 24 ชั่วโมง

และในปี 2542 สาขากรุงเทพ ฯ ก็ได้เกิดขึ้น ที่บริเวณสี่แยกเหม่งจ๋าย ถนนประชาอุทิศ โดยทำเลที่ตั้งนั้นถือว่าเป็นข้อได้เปรียบ เนื่องจากตั้งอยู่ใจกลางเมือง การเดินทางสะดวกสบาย สามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง เช่น ถนนรัชดาภิเษก ถนนพระราม 9 ถนนลาดพร้าว เป็นต้น ซึ่งเป็นจุดเด่นอย่างหนึ่ง นอกเหนือจากนั้นการที่โรงเรียนได้การรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาโรงเรียนนานาชาติจากกระทรวงศึกษาธิการ และได้รับรองจากสถาบัน รับรองคุณภาพ WES (World Education Service) ของประเทศอังกฤษ ซึ่งโรงเรียนนานาชาตินั้นจะต้องผ่านการรับรองนี้

เพื่อเป็นที่ยอมรับในคุณภาพของการศึกษา สถานที่จัดตั้ง และหลักสูตรการสอน รวมทั้งคณะครู และพนักงานเอง

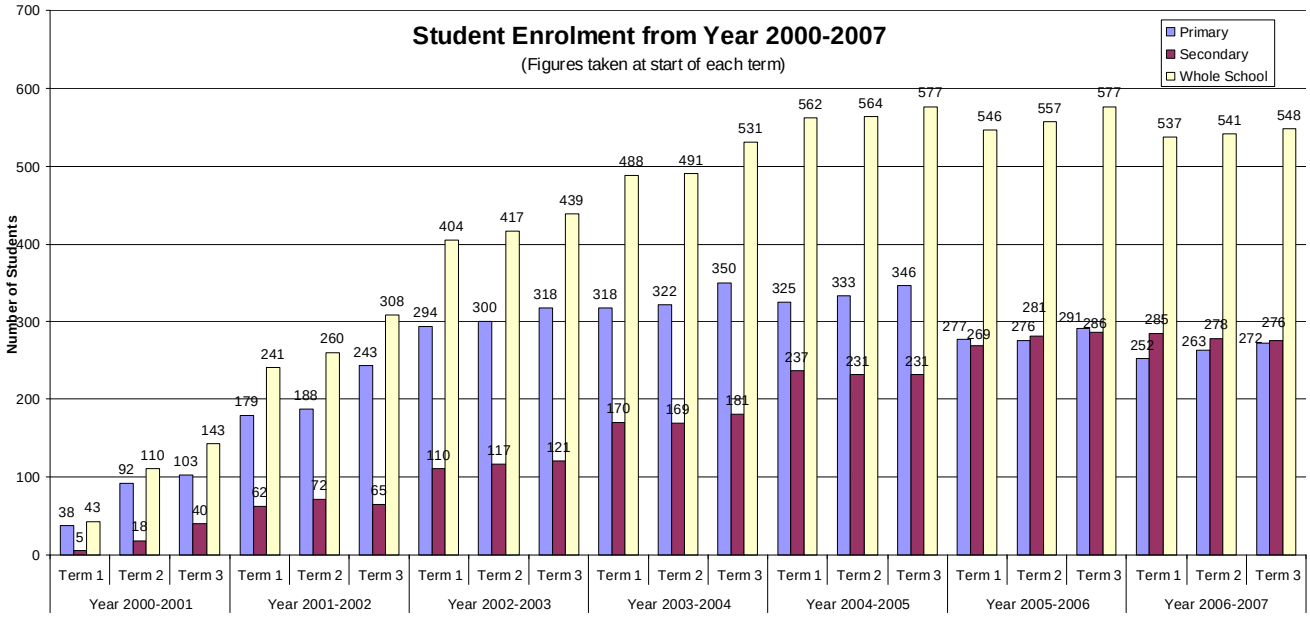
อีกทั้งทางโรงเรียนมีมาตรฐานในการเลือกครูผู้สอน ซึ่งทางโรงเรียนจะรับสมัครครูจากประเทศอังกฤษเป็นส่วนใหญ่ และบางส่วนจากประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ เพราะมีเจ้าหน้าที่ที่ทำการรับสมัครอยู่ที่ประเทศอังกฤษ ซึ่งท่านเองก็เคยเป็นครูใหญ่ฝ่ายประถมศึกษาของโรงเรียนมาก่อน ดังนั้นจึงเป็นเครื่องการันตีได้ว่าคณะครูของเรานั้นเป็นครูที่มีคุณภาพ และจะต้องจบการศึกษาทางด้านครุศาสตร์โดยเฉพาะ และตามสาขาวิชาที่ถนัด

ตาราง 1 แสดงการเปรียบเทียบชั้นเรียนระหว่างหลักสูตรไทยและหลักสูตรนานาชาติ

	The Regent's School Class Placement (UK)	USA / CANADA	THAI
	Pre-Nursery	Pre-School	Tream-Anubaan
Primary School	Nursery	Pre-School	Anubaan 1
Key Stage One	Reception	Pre-School	Anubaan 2
(Including Early Years)	Year 1	Kindergarten	Anubaan 3
	Year 2	Grade 1	Prathom 1
	Year 3	Grade 2	Prathom 2
Primary School	Year 4	Grade 3	Prathom 3
Key Stage Two	Year 5	Grade 4	Prathom 4
	Year 6	Grade 5	Prathom 5
	Year 7	Grade 6	Prathom 6
Secondary School	Year 8	Grade 7	Matayom 1
Key Stage Three	Year 9	Grade 8	Matayom 2
Secondary School	Year 10	Grade 9	Matayom 3
IGCSE	Year 11	Grade 10	Matayom 4
Secondary School	Year 12	Grade 11	Matayom 5
A level / IB	Year 13	Grade 12	Matayom 6

ณ ปัจจุบัน โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีด้วยกันทั้งหมด 5 อาคารเรียน โดยแบ่งเป็น อาคารเรียนเด็กชั้นอนุบาล อาคารเรียนเด็กชั้นประถม อาคารเรียนเด็กชั้นมัธยม อาคารศิลปะและอาคารวิทยาศาสตร์ อีกทั้งสนามฟุตบอล สนามบาสเกตบอล สระว่ายน้ำ เป็นต้น ส่วนจำนวนนักเรียนนั้นจากที่เริ่มต้นมีไม่กี่ร้อยคน และในปัจจุบันที่จำนวนเพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 600 คน ก็นับได้ว่าโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ นั้นเป็นที่ยอมรับของผู้ปกครองในการเป็นสถาบันการศึกษาให้กับบุตรหลานแห่งหนึ่งของกรุงเทพ ฯ โดยทางสถานฑูตต่างๆ ประจำประเทศไทยต่างก็รับรองและส่งบุตรหลานมาเรียน รวมทั้งบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง เช่น นักการเมือง นักแสดง นักร้อง เป็นต้น

ภาพประกอบ 9 กราฟแสดงจำนวนนักเรียนโดยแบ่งตามระดับชั้น ในช่วงปี 2000 - 2007



ทางโรงเรียนของเราได้เน้นทางด้านวิชาการต่าง ๆ เป็นสำคัญมาโดยตลอด รวมทั้งการทำกิจกรรมควบคู่ไปด้วยไม่ว่าจะด้านกีฬา ดนตรี การแสดง โดยจะมีการมอบทุนการศึกษาให้กับผู้ที่เรียนดีในทุก ๆ ปี และทำชื่อเสียงให้กับทางโรงเรียน เช่น ทุนการศึกษาให้กับนักเรียนที่เป็นนักกีฬากอล์ฟทีมชาติ เป็นต้น นอกจากนี้นั้นโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ยังได้รับเชิญเข้าเป็นสมาชิกของ The Round Square Association ซึ่งมีโรงเรียนต่าง ๆ ทั่วโลกเพียง 48 โรงเรียนได้รับเชิญเข้าเป็นสมาชิก นอกจากเน้นความสามารถในการเรียนแล้ว ยังมุ่งมั่นที่จะสอนนักเรียนให้เข้าใจถึงชีวิตที่แท้จริง และพัฒนานักเรียนให้เกิดความเข้าใจของการที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสกว่าทั้งในประเทศและนอกประเทศ เราเป็นโรงเรียนแห่งแรกในเอเชียตะวันออกที่ได้รับให้เข้าเป็นสมาชิกของกลุ่ม Round Square ซึ่งมีพระมหากษัตริย์คอนสแตนติสแห่งกรีซเป็นประธาน และเจ้าฟ้าชายแอนดรูแห่งอังกฤษเป็นองค์อุปถัมภ์ร่วม ซึ่งได้มีการจัดกิจกรรม

ต่าง ๆ ที่ช่วยเหลือสังคม เช่น การช่วยเหลือปลูกสร้างบ้านให้กับผู้ที่ประสบภัยพิบัติจากสึนามิทางภาคใต้ของประเทศ เมื่อปี 2005 ที่ผ่านมา

ซึ่งด้วยเหตุนี้ ทางโรงเรียนจึงได้สร้างศูนย์ศึกษาเกาะช้าง ไว้เป็นที่สำหรับการเรียนรู้ การศึกษาการอยู่ร่วมกัน และการช่วยเหลือกัน รวมทั้งการออกกำลัง พายเรือ เรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ป่า และทะเล ฝึกหัดการเป็นผู้นำและรู้จักช่วยเหลือตัวเองทุกอย่างตั้งแต่เช้าถึงเข้านอน หัดตกปลา ปลูกผัก ทำกับข้าว ทำการบ้าน กวาดบ้าน เก็บขยะ และหัดการเดินเขาอย่างถูกต้อง สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษา โดยมีครูดูแลในอัตราส่วนประมาณ 4 ต่อนักเรียน 16 คน และยังเปิดโอกาสให้กับโรงเรียนจากประเทศอื่น ๆ มาทำกิจกรรมด้วยเช่นเดียวกัน

และทางโรงเรียนยังได้เป็นสมาชิกของ Federation of British International Schools in East and Southeast Asia (FOBISSEA) ซึ่งเป็นสมาคมที่มีการแลกเปลี่ยนทางด้านวัฒนธรรมและด้านกีฬา โดยได้จัดขึ้นระหว่าง 20 สมาชิกโรงเรียนในสมาคม FOBISSEA ในปีที่ผ่านมานั้นโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ ได้ร่วมเข้าแข่งขันระดับมัธยมศึกษาที่จัดขึ้นในกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย และแข่งขันระดับประถมศึกษา ที่บรูไนและได้เหรียญทองและเหรียญเงินมามากมาย ทำให้นักเรียนมีประสบการณ์ในระดับประเทศและต่างประเทศมากขึ้น

เมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมาทางโรงเรียนได้จัดโครงการ Global Connect โดยรับนักเรียนจากประเทศในยุโรปกลางและตะวันออก นักเรียนเหล่านี้ผ่านการคัดเลือกของรัฐบาลของประเทศนั้น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชนที่มีศักยภาพเป็นผู้นำของประเทศต่าง ๆ มาเรียนรวมกัน กับนักเรียนอื่นอีก 27 ประเทศที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ปัจจุบันมีนักเรียนทุน Global Connect จาก 5 ประเทศรวม 24 คน ดังนี้ ประเทศเอสโตเนีย บัลกาเรีย สโลวาเกีย อาร์เมเนีย และประเทศเช็ค และมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ และยังได้เปิดเป็นหอพักประจำสำหรับนักเรียนหญิง ซึ่งมีทั้งเด็กต่างชาติและเด็กไทยอยู่ร่วมกันโดยอยู่ภายใต้ความดูแลอย่างใกล้ชิดจากครูผู้ดูแล

6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้างานวิจัยต่าง ๆ ได้แก่ วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ สารนิพนธ์ รวมถึงงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครอง มีดังนี้

สุเทพ ทองมังกร (2528) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนและสภาพที่เป็นจริงของโรงเรียนคาทอลิก ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนคาทอลิกในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสภาพความเป็นจริงของโรงเรียนคาทอลิกในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนคาทอลิก หวังจะให้บุตรธิดาเรียนในโรงเรียนที่มีจำนวนครูอาจารย์เพียงพอกับจำนวนนักเรียน และมีครูพิเศษที่จะสอนในบางสาขาวิชา เช่น ดนตรี ศิลปะ ครูในโรงเรียนหมั่นหาโอกาสเลื่อนฐานะทางวิชาการให้มีความรู้สูงขึ้น

2. ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนคาทอลิก หวังจะให้บุตรธิดาเรียนในโรงเรียนที่มีครูอาจารย์เป็นผู้มีคุณวุฒิทางการศึกษาโดยเฉพาะ และมีความเชี่ยวชาญตามสาขาวิชาที่สอน เช่น ครูภาษาอังกฤษ เรียนจบภาษาอังกฤษ ครูคณิตศาสตร์จบทางคณิตศาสตร์ เป็นต้น

3. ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนคาทอลิก หวังจะให้บุตรธิดาเรียนในโรงเรียนที่มีบริเวณกว้างขวาง มีสถานที่สำหรับเล่นและพักผ่อน มีห้องน้ำ ห้องส้วม โรงอาหารหรือสาธารณูปโภคอื่น ๆ เพียงพอ มีการคมนาคมสะดวก

ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนคาทอลิก หวังจะให้บุตรธิดาเรียนในโรงเรียนที่มีการให้บริการและจัดกิจกรรมแก่ชุมชนเป็นอย่างดี เป็นอันดับสุดท้ายของความคาดหวังด้านต่าง ๆ จำนวน 16 ข้อ จากการศึกษาสภาพการดำเนินงานของโรงเรียนคาทอลิกในกรุงเทพมหานคร พบว่า โรงเรียนคาทอลิกมีจำนวนครูพอเหมาะกับจำนวนนักเรียน มีครูพิเศษเข้าสอนในบางวิชา เช่น ดนตรี ศิลปะ ครูที่สอนประจำในโรงเรียนได้หาโอกาสที่จะเพิ่มพูนฐานะทางวิชาการเสมอ ๆ ด้วยการศึกษาเพิ่มเติมนอกเวลาให้มีวุฒิสูงขึ้น โรงเรียนได้จัดให้ครูสอนตามวิชาที่ถนัดคือ สอนตรงตามวิชาเอกที่ได้สำเร็จการศึกษามา นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีครูที่มีวุฒิต่ำกว่าปริญญาตรีถึงร้อยละ 55.13 โรงเรียนคาทอลิกส่วนมากมีบริเวณกว้างขวาง และมีสิ่งที่อำนวยความสะดวกแก่นักเรียนอย่างเพียงพอ สภาพของโรงเรียนคาทอลิกในด้านต่าง ๆ ตรงกับความคาดหวังของผู้ปกครองทุกข้อ

ม.ร.ว. เฉลิมลักษณ์ จันทรเสน (2533) ศึกษาเรื่อง ความต้องการของผู้ปกครองต่างช่วงชั้นทางสังคมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเกี่ยวกับสถานศึกษาของบุตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ปกครองต่างช่วงชั้นทางสังคมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเกี่ยวกับสถานศึกษาของบุตร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองที่ต่างช่วงชั้นทางสังคมมีความต้องการเกี่ยวกับงานบริหารการศึกษาต่างกันในงานวิชาการ งานกิจการนักเรียน และงานธุรการและการเงิน งานวิชาการ ผู้ปกครองที่เป็นชนชั้นล่างต้องการให้โรงเรียนให้ความสำคัญแก่วิชาชีพ ส่วนชนชั้นกลางและชนชั้นสูงต้องการให้โรงเรียนให้ความสำคัญทางด้านวิชาการ งานกิจการนักเรียน ผู้ปกครองที่

เป็นชนชั้นล่างต้องการให้นักเรียนมีคุณลักษณะขยันหมั่นเพียร แต่ผู้ปกครองที่เป็นชนชั้นกลางและชนชั้นสูงต้องการให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ผู้ปกครองที่เป็นชนชั้นล่างและชนชั้นกลางต้องการให้โรงเรียนหางานให้นักเรียนทำเพื่อจะได้มีรายได้พิเศษระหว่างเรียน แต่ผู้ปกครองที่เป็นชนชั้นสูงไม่ต้องการ งานธุรการและการเงิน ชนชั้นล่างต้องการให้ค่าเล่าเรียนของบุตรถูกลงในทุกระดับยกเว้นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ชนชั้นกลางและชนชั้นสูงไม่ต้องการให้ค่าเล่าเรียนถูกลงในทุกระดับยกเว้นค่าเล่าเรียนของโรงเรียนอาชีวศึกษา

วราภรณ์ นพคุณทอง (2538) ศึกษาเรื่องความคาดหวังของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการศึกษาโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการศึกษาโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ในด้านการเรียนการสอน อาคารสถานที่ กิจการนักเรียนและความสัมพันธ์กับชุมชน และศึกษาปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองคาดหวังให้โรงเรียนจัดการศึกษาเพื่อให้นักเรียนมีความรู้ ความสามารถทางการอ่าน การเขียน และการคิดคำนวณ โดยให้ความสำคัญต่อวิชาคณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และคอมพิวเตอร์ มีครูที่เอาใจใส่ มีคุณธรรม จัดสถานที่สะอาดเป็นระเบียบสวยงาม มีห้องสมุด ห้องปฏิบัติการวิชาวิทยาศาสตร์ มีบริการและสวัสดิการสำหรับนักเรียน โรงเรียนควรจัดงานที่เกี่ยวกับนักเรียนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ชุมชน และปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียนเกิดจากโรงเรียนแจ้งข่าวสารให้ผู้ปกครองรับทราบน้อย

ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (2540) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของผู้ปกครองนักเรียนในการนำบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองนักเรียนในการนำบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร และศึกษาการประสานสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ปกครองคาดหวังให้โรงเรียนจัดการศึกษาให้นักเรียน โดยใหความสำคัญต่อวิชาภาษาอังกฤษ คอมพิวเตอร์ เป็นพิเศษ จัดสถานที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ ปลอดภัย มีห้องคอมพิวเตอร์ ห้องสมุด มีบริการและสวัสดิการสำหรับนักเรียน โรงเรียนควรจัดงานที่เกี่ยวกับนักเรียนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ชุมชน มีครูที่เอาใจใส่ดูแลเด็กทุกคน มีจริยธรรมและมารยาทดี

2. การประสานสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียน โรงเรียนแจ้งข่าวสารของโรงเรียนและนักเรียนให้ผู้ปกครองรับทราบน้อย

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด สำรวจ “การเลือกโรงเรียนให้ลูก : เกมวางหมากเพื่ออนาคต” พบว่า ผู้ปกครองในกรุงเทพฯ ยังคงเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลานโดยการพิจารณาจากคุณภาพและชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นหลัก ดังนั้น เด็กนักเรียนในกรุงเทพ ฯ ถึงร้อยละ 30.9 ยังเลือกที่จะสอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงซึ่งเมื่อเทียบกับปีการศึกษา 2541 เด็กนักเรียนในกรุงเทพ ฯ ที่เลือกสอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงเพียงร้อยละ 23.9 เท่านั้น ในขณะที่การเลือกสอบเข้าโรงเรียนใกล้บ้าน

เหลือเพียงร้อยละ 26.5 ในปีการศึกษา 2542 เทียบกับร้อยละ 47.2 ในปีการศึกษา 2541 นอกจากนี้ ในปีการศึกษา 2542 นี้ปัญหาเรื่องแป๊ะเจี๊ยะนั้นมีเพิ่มขึ้น โดยผู้ปกครองที่ฝากนักเรียนเข้าเรียนโดยเสียค่าใช้จ่ายสูงถึงร้อยละ 7.4 ในปีการศึกษา 2542 ขณะที่ในปีการศึกษา 2541 มีเพียงร้อยละ 2.3 เท่านั้น

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด สำรวจ "พฤติกรรมการเลือกโรงเรียนให้ลูก" จากกลุ่มตัวอย่าง 1,227 ครัวเรือน ซึ่งสำรวจเฉพาะครัวเรือนที่มีบุตรหลานจะเริ่มเข้าเรียนในระดับชั้นอนุบาล 1 ประถมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่ 1 และปีที่ 4 รวมทั้ง ปวช. และปวส.ปีที่ 1 เท่านั้น โดยสอบถามระหว่างวันที่ 6 - 22 มีนาคม 2544 พบว่า ผู้ปกครองในกรุงเทพ ฯ เริ่มเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเลือกโรงเรียน เดิมนั้นผู้ปกครองจะสนใจเพียงชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นอันดับหนึ่ง แต่ในปีนี้เกณฑ์การเลือกโรงเรียนของบรรดาผู้ปกครองในกรุงเทพ ฯ 3 อันดับแรก คือ ต้องการสร้างสังคมที่ดีให้ลูก โรงเรียนต้องมีสิ่งแวดล้อมที่ดี และต้องเป็นโรงเรียนสีขาวหรือโรงเรียนที่ปลอดยาเสพติด ส่วนการเลือกโรงเรียนจากชื่อเสียงของโรงเรียนนั้นตกไปอยู่ที่อันดับ 5 รองจากการเลือกโรงเรียนที่ใกล้บ้าน ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันการไหลบ่าเข้ามาของวัฒนธรรมจากต่างประเทศทั้งจากตะวันตกและญี่ปุ่น ทำให้เด็กไทยปรับตัวไปในแนวทางวัตถุนิยมมากขึ้น จนมีข่าวต่าง ๆ ที่กล่าวถึงอันตรายของทั้งเด็กที่อยู่ในวัยเรียน ทำให้ผู้ปกครองต่างพากันหันมาเลือกสังคมในโรงเรียนและสภาพแวดล้อมของโรงเรียนมากกว่าที่พิจารณาเฉพาะชื่อเสียงของโรงเรียนเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ ยังพบว่ามีผู้ปกครองในกรุงเทพ ฯ ถึงร้อยละ 48.5 วิ่งเต้นด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อที่จะให้ลูกหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่ต้องการ โดยเฉพาะการฝากเข้าและยอมจ่ายเงินค่าแป๊ะเจี๊ยะ ทั้งนี้เป็นค่านิยมของผู้ปกครองต่อโรงเรียนโดยหวังว่าจะสามารถเลือกโรงเรียนที่มีสังคมที่ดีให้กับบุตรหลานของตนได้ ซึ่งก็เป็นการคาดหวังถึงอนาคตที่ดีของลูกหลานด้วย แม้ว่าทางกระทรวงศึกษาธิการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะออกมารับรองว่า "เด็กทุกคนจะมีที่เรียนอย่างแน่นอน" รวมทั้งมีการเปลี่ยนนโยบายการรับเด็กใหม่ โดยไม่ให้มีการสอบสำหรับเด็กนักเรียนชั้นประถมปีที่ 1 ส่วนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และปีที่ 4 ก็หันมาเน้นรับนักเรียนที่ใกล้บ้านในสัดส่วนที่มากขึ้น

ในการวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคของอาจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (ปรับปรุงจาก Kotler) ที่ได้จำแนกให้เห็นถึงประเภทขององค์ประกอบของผู้บริโภค ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงกระบานการ ขั้นตอนของการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค

ทฤษฎีการตัดสินใจของศุภร เสรีรัตน์ ที่ได้จำแนกให้เห็นถึงประเภทของการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยแบ่งเป็น 5 ประเภท ซึ่งมีประโยชน์ในการค้นหาว่าผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีลักษณะการตัดสินใจอย่างไร เพื่อจะได้ใช้เป็นเกณฑ์ในการ

ปรับปรุงโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่อไปเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการตัดสินใจของกลุ่มผู้บริโภค

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติของ Schillman and Kanuk ที่แสดงให้เห็นถึงประเภทของทัศนคติและการกำเนิดของทัศนคติ รวมทั้งพฤติกรรมที่เกิดก่อนหรือหลังจากการเกิดทัศนคติว่ามีผลที่ต่างกันอย่างไร

และทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือส่วนประสมทางการตลาดของเสรี วงษ์มณฑา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงส่วนประกอบด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการการให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ขอบเขตของเนื้อหาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานศึกษาที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ที่เปิดสอนตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คือมีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 600 คน (แหล่งที่มา www.regents.ac.th)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานศึกษาที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ ที่เปิดสอนตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมีจำนวน 550 คน ซึ่งทำให้ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยจะกำหนดให้จำนวนผู้ปกครองกับจำนวนนักเรียนเป็นสัดส่วน 1 : 1 และจะสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973 : 125) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ค่าสัดส่วนประชากร 0.5 ได้ ดังนี้

สูตร $$n = \frac{N}{1 + Ne^{2}}$$

แทนค่า n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา

E = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 0.05

ในทางปฏิบัติเรานิยมใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น Z = 1.96 (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2545 : 102)

เพราะฉะนั้นได้ขนาดตัวอย่าง

$$n = \frac{600}{1+600(0.05)^2}$$

n = 240 ตัวอย่าง

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ เท่ากับ 240 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนตัวอย่าง อีก 120 ตัวอย่าง หรือ 20% เพื่อเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจึงเท่ากับ 360 ตัวอย่าง

1.3 การวางแผนการเลือกตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาวิจัยจะสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นละประมาณ 25 คน

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้นำไปเก็บข้อมูลตามที่ได้ในขั้นที่ 1 จนครบตามที่กำหนด

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple choices) และให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุด จำนวน 11 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 สัญชาติ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 สัญชาติของคู่สมรส เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 อายุ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีเกณฑ์ในการคำนวณอายุดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 195)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ช่วงอายุ} = \frac{65 - 25}{4}$$

$$= 10 \text{ ปี}$$

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี
- 31 – 40 ปี
- 41 – 50 ปี
- 51 ปี ขึ้นไป

ข้อที่ 5 สถานภาพ ได้แก่ โสด สมรส/อยู่ด้วยกัน และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 ระดับการศึกษา เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 7 อาชีพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยการกำหนดช่วงรายได้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11) คำนวณดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{300{,}000 - 50{,}000}{5}$$

$$= 50{,}000 \text{ บาท}$$

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน
2. 50,001 – 100,000 บาทต่อเดือน
3. 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน
4. 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน
5. มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน

ข้อที่ 9 จำนวนบุตรหลานที่รับเลี้ยงดู เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 10 จำนวนบุตรหลานที่รับเลี้ยงดูที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิดโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 11 ระดับชั้นที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ลักษณะแบบสอบถามแบบ Rating Scale เป็นการวัดระดับความสำคัญซึ่งมี 5 ระดับ จำนวน 55 ข้อ โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ดีมาก	เท่ากับ	5	คะแนน
ดี	เท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
ต้องปรับปรุง	เท่ากับ	2	คะแนน
ต้องปรับปรุงอย่างมาก	เท่ากับ	1	คะแนน

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามจะทำเป็นรายข้อ การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามจะทำเป็นค่าเฉลี่ยตามหัวข้อหลัก ซึ่งจัดเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนนดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544, 27)

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีทัศนคติต่อการเลือกเรียนในระดับดีมาก
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีทัศนคติต่อการเลือกเรียนในระดับดี
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีทัศนคติต่อการเลือกเรียนในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีทัศนคติต่อการเลือกเรียนในระดับต้องปรับปรุง
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีทัศนคติต่อการเลือกเรียนในระดับต้องปรับปรุงอย่างมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวถึงพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียน ระยะเวลาที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แบบสอบถามปลายปิดที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ความคาดหวังกับการทำงานของโรงเรียนนานาขาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ความพึงพอใจที่มีต่อโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โอกาสที่จะแนะนำหรือบอกต่อให้กับผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

2.2 **ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย**

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของงานวิจัย

2. ปรับปรุงและดัดแปลงเป็นแบบสอบถาม ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย โดยสร้างเป็นแบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรหลานที่มี จำนวนบุตรหลานที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และระดับชั้นที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำนวน 55 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวถึงพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีลักษณะเป็นคำถาม

ปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียน ก่อนการตัดสินใจเลือกเรียนได้รับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ บ่อยแค่ไหน ค่าใช้จ่ายในการศึกษาของบุตรหลานเป็นจำนวนเท่าไรต่อปี และแบบสอบถามปลายปิดที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการศึกษา สาเหตุที่ทำให้ท่านเลือกเรียน ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียน และแหล่งที่มาของการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียน

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและมีความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้ชัดเจนก่อนนำไปใช้

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิอัลฟ่า (α - Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126) ค่าอัลฟ่าที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและปัจจัยทางการตลาดที่ผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยแยกเป็นแต่ละด้านดังนี้

ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.835
- ด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.975
- ด้านสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.773
- ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.717
- ด้านบุคคลากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.781
- ด้านกระบวนการการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯเท่ากับ 0.847
- ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.932

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์จากการลงรหัส (Coding) ตามคู่มือการลงรหัสแล้วตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งก่อนนำไปบันทึกข้อมูลใน SPSS data editor แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวไปทำการวิเคราะห์ในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป Statistic Package for Social Science for Window Version 14.0

2. นำเสนอข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 4 ในรูปตารางประกอบความเรียง

3. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้สถิติ t-test และ One-Way ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่าง รวมทั้งการวิเคราะห์เพื่อหาค่า Pearson Correlation Coefficient เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของสมมติฐานแต่ละข้อ

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากในแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนที่จะแปลงข้อมูลและเข้ารหัส (Coding) เพื่อทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 14.0 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติต่างๆดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545 : 36)

$$P = \left[\frac{f}{n}\right] x100$$

เมื่อ P แทน ค่าสถิติร้อยละ

f แทน ความถี่ของข้อมูล

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\overline{X}$) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 36)

$$\overline{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\overline{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 38)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (a -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549 : 35)

$$a = \frac{k\overline{cov\,ariance} / \overline{var\,iance}}{1 + (k-1)\overline{cov\,ariance} / \overline{var\,iance}}$$

เมื่อ a แทน ค่าความเชื่อมั่น หรือ Alpha coefficient

k แทน จำนวนคำถาม

$\overline{cov\,ariance}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ

$\overline{var\,iance}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำตอบ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ประกอบด้วย

3.1 สถิติ Independent t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549 : 108) ใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ โดยมีสูตรดังนี้

ในการทดสอบ t-test หาค่าความแปรปรวนของข้อมูลโดยการทดสอบ Levene' Test ถ้าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มให้พิจารณาค่าในแถว Equal variances assumed และถ้าค่าความแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้พิจารณาค่าในแถว Equal variances not assumed โดยใช้สูตร ดังนี้

3.1.1 กรณีที่มีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน $(S_1^2 = S_2^2)$

$$t = \frac{\overline{X_1} - \overline{X_2}}{S_p\sqrt{\frac{1}{n_2} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ $\overline{X_i}$ แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มที่ i ; i = 1 , 2

S_p แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

n_i แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ i

S_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของตัวอย่างกลุ่มที่ i ; i = 1 , 2

$$S_p^2 = \frac{(n_{i-1})S_1^2 + (n_{2-1})S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

3.1.2 กรณีความแปรปรวนทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

$$t = \frac{\overline{X_1} - \overline{X_2}}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ = V

$$V = \frac{\left[S_1^2/n_1 + S_2^2/n_2 \right]^2}{\frac{\left(S_1^2/n_1 \right)}{n_1 - 1} + \frac{\left(S_2^2/n_2 \right)}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{X}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_1^2 แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

V แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) แบบการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2545 : 293) มีสูตรดังนี้

3.2.1 ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน มีสูตรดังนี้

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

แหล่งความแปรปรวน	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่ม (B)	k-1	$SS_{(B)}$	$MS_{(B)} = \frac{SS(B)}{k-1}$	$\frac{MS(B)}{MS(w)}$
ภายในกลุ่ม (W)	n-k	$SS_{(W)}$	$MS_{(W)} = \frac{SS(w)}{n-k}$	
รวม (T)	n-1	$SS_{(T)}$		

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระได้แก่ ระหว่างกลุ่ม(k-1) และภายในกลุ่ม (n-k)
k แทน จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมุตติฐาน
n แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
$SS_{(B)}$ แทน ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Sum of Squares)
$SS_{(W)}$ แทน ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Squares)
$MS_{(B)}$ แทน ค่าประมาณการของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Squares between groups)
$MS_{(W)}$ แทน ค่าประมาณการของความแปรปรวนภายในกลุ่ม)Mean Squares within groups

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545 : 333)

$$LSD = t_{1-a/2;n-k}\sqrt{MSE\left[\frac{1}{n_i}+\frac{1}{n_j}\right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

เมื่อ LSD แทน ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
$t_{1-a/2;n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-distribution ที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = n-k
MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_W)
n_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i
n_j แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม j
a แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

3.2.2 ใช้ค่า Brown-Forsythe (β) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (Hartung. 2001 :300) มีสูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

โดยค่า $MS_{(W)} \sum_{i=1}^{k} \left(1 - \frac{n_j}{N}\right) S_1^2$

เมื่อ β แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe

$MS_{(B)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between group)

$MS_{(W)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Brown-Forsythe

k แทน จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง

n_j แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i

N แทน ขนาดของประชากร

S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Dunnett's T3 (วิเชียร เกศสิงห์. 2543 : 116) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\overline{X_i} - \overline{X_j}}{MS_{(w)}\left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}\right)}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$MS_{(W)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Brown-Forsythe

$\overline{X_i}$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i

$\overline{X_j}$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j

N_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i

N_J แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ j

3.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 311-312) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 มีสูตรดังนี้

$$r = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

เมื่อ r แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ΣX แทน ผลรวมคะแนน X

ΣY แทน ผลรวมคะแนน Y

ΣX^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣY^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣXY แทน ผลรวมของผลคูณระหว่างคะแนนชุด X และชุด Y

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของค่า r มีดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา.2544 : 473)

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลดลง แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย

3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ –1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก

5. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปรความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.81 – 1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.61 – 0.80 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.41 – 0.60 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.21 – 0.40 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01 – 0.20 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
F-Prop.,p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ปกครอง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อการบริหารการตลาดของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ปกครอง

ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระดับชั้นของบุตรหลานที่เรียน ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัวโดย เฉลี่ยต่อเดือน ระดับชั้นของบุตรหลานที่เรียน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	194	53.9
หญิง	166	46.1
รวม	360	100
สัญชาติ		
ไทย	137	38.1
อังกฤษ	108	30.0
เกาหลี	42	11.7
ญี่ปุ่น	11	3.0
ไต้หวัน	11	3.0
อื่น ๆ ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น	51	14.2
รวม	360	100
สัญชาติคู่สมรส		
ไทย	113	31.4
อังกฤษ	107	29.7
เกาหลี	51	14.2
ญี่ปุ่น	19	5.3
ไต้หวัน	11	3.0
อื่น ๆ ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น	59	16.4
รวม	360	100
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	10	2.8
31 - 40 ปี	153	42.5

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
41 - 50 ปี	120	33.3
51 ปีขึ้นไป	77	21.4
รวม	360	100
สถานภาพ		
สมรส/อยู่ด้วยกัน	323	89.7
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	37	10.3
รวม	360	100
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	7.8
ปริญญาตรี	155	43.0
สูงกว่าปริญญาตรี	177	49.2
รวม	360	100
อาชีพ		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	12.8
พนักงานบริษัทเอกชน	132	36.7
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	100	27.8
อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	82	22.7
รวม	360	100
รายได้รวมของครอบครัวท่านเฉลี่ยต่อเดือน		
50,001 – 100,000 บาทต่อเดือน	36	10.0
100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน	120	33.3
150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน	99	27.5
มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน	105	29.2
รวม	360	100
ระดับชั้นที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียน นานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ		
อนุบาล	65	18.1
ประถมศึกษา	99	27.5
มัธยมศึกษา	112	31.1
มากกว่า 1 ระดับชั้น	84	23.3
รวม	360	100

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 360 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านเพศ ผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 และเพศหญิง จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 ตามลำดับ

ด้านสัญชาติ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมาคือ สัญชาติอังกฤษ มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 สัญชาติอื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 สัญชาติเกาหลี มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และสัญชาติญี่ปุ่น มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 สัญชาติไต้หวัน มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ด้านสัญชาติคู่สมรส ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมาคือ สัญชาติอังกฤษ มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 สัญชาติอื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 สัญชาติเกาหลี มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 สัญชาติญี่ปุ่น มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และสัญชาติไต้หวัน มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ด้านอายุ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31- 40 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรส ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีสถานภาพคือ สมรส / อยู่ด้วยกัน มีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 89.7 รองลงมาคือสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคืออาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 อาชีพอื่นๆ มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ด้านรายได้รวมของครอบครัวท่านโดยเฉลี่ยต่อเดือน ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือมีรายได้มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 มีรายได้ 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ มีรายได้ 50,001 – 100,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ด้านระดับชั้นที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีบุตรหลานเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือบุตรหลานเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 บุตรหลานเรียนอยู่มากกว่า 1 ระดับชั้น มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และบุตรหลานเรียนในระดับชั้นอนุบาล มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนบุตรหลานที่ผู้ปกครองได้รับเลี้ยงดู และจำนวนบุตรหลานที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

จำนวนบุตรหลานที่ท่านได้รับเลี้ยงดู	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.
- จำนวนบุตรหลานที่ท่านได้รับเลี้ยงดู (คน)	1.00	4.00	1.99	.712

จำนวนบุตรหลานที่ท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.
- จำนวนบุตรหลานที่เรียน (คน)	1.00	3.00	1.64	.572

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ปกครองเกี่ยวกับจำนวนบุตรหลานที่ผู้ปกครองได้รับเลี้ยงดู และจำนวนบุตรหลานที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

จำนวนบุตรหลานที่ท่านได้รับเลี้ยงดูต่ำสุด คือ 1 คน และจำนวนบุตรหลานที่ท่านได้รับเลี้ยงดูสูงสุด คือ 4 คน โดยมีจำนวนเฉลี่ยประมาณ 1.99 คน

จำนวนบุตรหลานที่ท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่ำสุด คือ 1 คน และจำนวนบุตรหลานที่ท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ สูงสุด คือ 3 คน โดยมีจำนวนเฉลี่ยประมาณ 1.64 คน

เนื่องจากข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส และอายุ มีความถี่ของข้อมูลกระจายตัวอย่างไม่สม่ำเสมอ และมีจำนวนความถี่น้อยน้อยกว่า 5 เปอร์เซนต์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมกลุ่มข้อมูลใหม่เพื่อให้การกระจายของข้อมูลมีความสม่ำเสมอ และเพื่อทำการทดสอบสมมุติฐาน ซึ่งได้ผลการจัดกลุ่มใหม่ดังนี้คือ

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส และอายุ (จัดกลุ่มใหม่)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สัญชาติ		
ไทย	137	38.1
อังกฤษ	108	30.0
เกาหลี	42	11.7
อื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น	73	20.3
รวม	360	100
สัญชาติคู่สมรส		
ไทย	113	31.4
อังกฤษ	107	29.7
เกาหลี	51	14.2
ญี่ปุ่น	19	5.3
อื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น	70	19.4
รวม	360	100
อายุ		
31 - 40 ปี	163	45.3
41 - 50 ปี	120	33.3
51 ปีขึ้นไป	77	21.4
รวม	360	100

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่จัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านสัญชาติ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมาคือ สัญชาติอังกฤษ มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 สัญชาติอื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และสัญชาติเกาหลี มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

ด้านสัญชาติคู่สมรส ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมาคือ สัญชาติอังกฤษ มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 สัญชาติอื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 สัญชาติเกาหลี มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และสัญชาติญี่ปุ่น มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ด้านอายุ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31- 40 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 6

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ ทางด้านต่างๆ ที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ปัจจัยที่เลือกพิจารณาในการตัดสินใจ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
<u>ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ</u>			
แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษ	4.39	0.62	ดีมาก
ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้ง	3.71	0.80	ดี
หลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน	4.08	0.64	ดี
เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอน	4.09	0.56	ดี
การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก	4.46	0.59	ดีมาก
การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคล	4.01	0.77	ดี
กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียน	3.83	0.67	ดี
การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษา	3.98	0.90	ดี
เป็นโรงเรียนที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย	3.97	0.62	ดี
เป็นโรงเรียนที่มีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียม	3.81	1.03	ดี
ภาพรวม	4.03	0.39	ดี
<u>ด้านราคา</u>			
อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม	3.60	0.79	ดี

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยที่เลือกพิจารณาในการตัดสินใจ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านราคา			
ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียม	3.42	0.92	ดี
การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจน	3.38	0.83	ปานกลาง
วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวก	3.59	1.00	ดี
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า	4.24	0.90	ดีมาก
ภาพรวม	3.64	0.71	ดี
ด้านสถานที่			
การเดินทางไป- กลับ สะดวก	3.48	0.82	ดี
สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงาม	3.78	0.76	ดี
ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ - ส่งนักเรียน	3.57	0.90	ดี
ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ - ส่งนักเรียน	3.49	1.09	ดี
ภาพรวม	3.58	0.60	ดี
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษา	3.40	0.86	ปานกลาง
website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์	3.68	0.84	ดี
การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆเช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website เป็นต้น	2.93	0.87	ปานกลาง
การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรมหรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียน	3.60	0.82	ดี
การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง	3.91	0.91	ดี
การบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก	3.41	0.94	ดี
การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ	3.69	0.81	ดี
ภาพรวม	3.51	0.53	ดี

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยที่เลือกพิจารณาในการตัดสินใจ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านบุคคลากร			
- ปัจจัยด้านอาจารย์			
คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ	4.22	0.65	ดีมาก
คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.91	0.77	ดี
คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูง	3.84	0.73	ดี
คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้	3.91	0.71	ดี
บุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสม	3.70	0.85	ดี
อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง	4.16	0.61	ดี
- ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงาน			
การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญ	4.00	0.81	ดี
การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ	3.72	0.81	ดี
บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสม	3.89	0.93	ดี
ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง	4.06	0.90	ดี
ภาพรวม	3.94	0.44	ดี
ด้านกระบวนการการให้บริการ			
ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวก	3.55	0.64	ดี
การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็ว	3.53	0.90	ดี
การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่	3.49	1.02	ดี
คุณภาพของการสอนและการให้บริการ	3.80	0.78	ดี
การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด	3.68	0.84	ดี

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยที่เลือกพิจารณาในการตัดสินใจ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
จำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสม	3.41	0.99	ดี
การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	3.85	0.75	ดี
ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกายสติปัญญาและอารมณ์	3.84	0.73	ดี
การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจน	3.58	0.92	ดี
การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหา	3.71	0.77	ดี
การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง	4.23	0.65	ดีมาก
ภาพรวม	3.69	0.49	ดี
<u>ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ</u>			
ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียน	4.06	0.63	ดี
ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการ	3.87	0.68	ดี
ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ	3.88	0.64	ดี
ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอน	3.73	0.64	ดี
ความทันสมัยของตำราเรียน	3.68	0.80	ดี
ความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่น	3.64	0.91	ดี
ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม	3.70	0.72	ดี
ความสะอาดของโรงอาหารและถูกหลักโภชนาการ	3.68	0.75	ดี
ภาพรวม	3.77	0.47	ดี

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ / บริการอยู่ในระดับดีมาก คือ การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และ 4.39 ตามลำดับ ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ / บริการอยู่ในระดับดี คือ เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคล การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษา เป็นโรงเรียนที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เป็นโรงเรียนที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียน เป็นโรงเรียนที่มีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียม และชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09, 4.08, 4.01, 3.98, 3.97, 3.83, 3.81, และ 3.71 ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านราคาอยู่ในระดับดีมาก คือไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านราคาอยู่ในระดับดี คือ อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวก และระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60, 3.59 และ 3.42 ตามลำดับ ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง คือ การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับดี คือ สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงาม ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียน ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียน และ การเดินทางไป- กลับสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78, 3.57, 3.49 และ 3.48 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับดี คือ การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียน และการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91, 3.69, 3.68, 3.60 และ 3.41 ตามลำดับ ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง คือ การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษา และการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และ 2.93 ตามลำดับ

ด้านบุคคลากร ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านบุคคลากรอยู่ในระดับดีมาก คือ คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านบุคคลากรอยู่ในระดับดี คือ อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญ คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้ บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสม คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูง การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ และบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16, 4.06, 4.00, 3.91, 3.91, 3.89, 3.84, 3.72 และ 3.70 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการการให้บริการ ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านกระบวนการการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก คือ การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านกระบวนการการให้บริการอยู่ในระดับดี คือ การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์ คุณภาพของการสอนและการให้บริการ การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหา การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจน ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวก การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็ว การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็ว และจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85, 3.84, 3.80, 3.71, 3.68, 3.58, 3.55, 3.53, 3.49 และ 3.41 ตามลำดับ

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพอยู่ในระดับดี คือ ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียน ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการ ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอน ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม ความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการ และความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06, 3.88, 3.87, 3.73, 3.70, 3.68 และ 3.64 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และร้อยละค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ				
เวลาในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนโดยเฉลี่ย	Min	Max	$\overline{X}$	S.D.
- เวลาในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนโดยเฉลี่ย (นาที)	10	60	34.60	16.299
ระยะเวลาที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Min	Max	$\overline{X}$	S.D.
- ระยะเวลาที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ (ปี)	1	6	3.59	1.563
พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	
การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	3.71	0.72	ดี	
ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	4.24	0.70	ดีมาก	
โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	4.39	0.63	ดีมาก	

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 360 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

จำนวนเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่ำสุด คือ 10 นาที และมีจำนวนเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนสูงสุด คือ 60 นาที โดยมีจำนวนเวลาใช้ในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนเฉลี่ยประมาณ 34.60 นาที

ระยะเวลาที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่ำสุด คือ 1 ปี และระยะเวลาที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ สูงสุด คือ 6 ปี โดยมีจำนวนระยะเวลาที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เฉลี่ยประมาณ 3.59 ปี

ด้านการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เมื่อเทียบกับความคาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญความคาดหวังอยู่ในระดับให้ความสำคัญดี

ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญความคาดหวังอยู่ในระดับให้ความสำคัญดีมาก

ด้านโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญความคาดหวังอยู่ในระดับให้ความสำคัญดีมาก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ปกครองที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระดับชั้นของบุตรหลานที่เรียน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

เพศ

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติ Independent t-test ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 8 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	.383	.536
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	2.192	.140
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	10.933**	.001

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 8 ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง โดยทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.536 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.140 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติทดสอบ Independent t-test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	ชาย	3.70	0.709	-.508	358	.612
	หญิง	3.73	0.748			
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	ชาย	4.27	0.621	.995	358	.320
	หญิง	4.20	0.796			
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	ชาย	4.27	0.698	-3.965**	352.30	.000
	หญิง	4.52	.525			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติทดสอบ Independent t-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .612 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .320 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งสอดคล้องกับ

สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศหญิงมีโอกาสแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าเพศชาย

สัญชาติ

สมมติฐานข้อที่ 1.2 สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

Ho : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	46.322**	3	356	.000
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	26.581**	3	356	.000
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	1.128	3	356	.338

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติ โดยใช้การทดสอบ Levene's Test สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.338 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene test จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	Brown-Forsythe	15.099**	3	299.663	.000

* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามสัญชาติโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

สัญชาติ	$\overline{X}$	ไทย 3.58	อังกฤษ 3.57	เกาหลี 4.21	อื่น ๆ 3.88
ไทย	3.58	-	0.010 (1.000)	-0.630** (.000)	-0.293** (.001)
อังกฤษ	3.57		-	-0.640** (.000)	-0.303** (.007)
เกาหลี	4.21			-	0.338** (.000)
อื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น	3.88				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามสัญชาติ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลีมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .630

2. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .293

3. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .640

4. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรี

เจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .303

5. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .338

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Brown-Forsythe	13.366**	3	255.049	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็น

รายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

สัญชาติ	$\overline{X}$	ไทย 4.47	อังกฤษ 4.05	เกาหลี 4.40	อื่น ๆ 4.00
ไทย	4.47	-	0.421** (.000)	0.062 (.979)	0.467** (.000)
อังกฤษ	4.05		-	-0.358* (.021)	0.046 (.999)
เกาหลี	4.40			-	0.405** (.000)
อื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น	4.00				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .421

2. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย มีพฤติกรรม

การเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .467

3. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี มี Probability (p) เท่ากับ .021 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลีมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .358

4. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .405

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ F-test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
3. โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียน	Between Groups	10.623	3	3.541	9.358**	.000

ตาราง 15 (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
นานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Within Groups	134.708	356	.378		
	Total	145.331	359			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 15 ผลความแตกต่างกันของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติ โดยใช้สถิติ F-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

3. ในเรื่องโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเพื่อให้ทราบว่าระดับสัญชาติคู่ใดที่มีความแตกต่างกันจึงทำการทดสอบ ต่อไปด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

สัญชาติ	$\overline{X}$	ไทย 4.18	อังกฤษ 4.56	เกาหลี 4.40	อื่น ๆ 4.51
ไทย	4.18	-	-0.390** (.000)	-0.230* (.035)	-0.332** (.000)
อังกฤษ	4.56		-	0.160 (.153)	0.058 (.534)
เกาหลี	4.40			-	-0.102 (.392)

ตาราง 16 (ต่อ)

สัญชาติ	$\overline{X}$	ไทย	อังกฤษ	เกาหลี	อื่น ๆ
		4.18	4.56	4.40	4.51
อื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น	4.51				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติอังกฤษมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .390

2. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี มี Probability (p) เท่ากับ .035 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .230

3. ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ในเรื่องโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีสัญชาติไทย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .332

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

สัญชาติของคู่สมรส

สมมติฐานข้อที่ 1.3 สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

Ho : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	27.651**	4	355	.000
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	6.989**	4	355	.000
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	9.448**	4	355	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรส โดยใช้การทดสอบ Levene's Test สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.338 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene test จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติของคู่สมรสกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	Brown-Forsythe	15.138**	4	260.106	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรสโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

สัญชาติ	$\overline{X}$	ไทย 3.58	อังกฤษ 3.49	เกาหลี 4.00	ญี่ปุ่น 4.42	อื่น ๆ 3.87
ไทย	3.58	-	0.098	-0.416**	-0.837**	-0.287**
			(.987)	(.003)	(.000)	(.009)
อังกฤษ	3.49		-	-0.514*	-0.935**	-0.385**
				(.000)	(.000)	(.000)

ตาราง 19 (ต่อ)

สัญชาติ	$\overline{X}$	ไทย 3.58	อังกฤษ 3.49	เกาหลี 4.00	ญี่ปุ่น 4.42	อื่น ๆ 3.87
เกาหลี	4.00			-	0.421 (.054)	0.129 (.836)
ญี่ปุ่น	4.42				-	0.550** (.002)
อื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น	3.87					-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรส โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มี Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลีมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทยโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .416

2. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่นมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทยโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .837

3. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรส

สัญชาติไทย มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .287

4. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .514

5. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .935

6. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้นมี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .385

7. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติ อื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้นมี Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติ

ญี่ปุ่น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังมากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .550

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติของคู่สมรสกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Brown-Forsythe	26.844**	4	232.757	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรส โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อให้ทราบว่า สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรสโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

สัญชาติ	$\overline{X}$	ไทย 3.58	อังกฤษ 3.49	เกาหลี 4.00	ญี่ปุ่น 4.42	อื่น ๆ 3.87
ไทย	3.58	-	0.647** (.000)	0.295* (.012)	0.155 (.926)	0.757** (.000)
อังกฤษ	3.49		-	-0.352* (.011)	-0.492* (.014)	0.110 (.923)
เกาหลี	4.00			-	-0.140 (.965)	0.462** (.000)
ญี่ปุ่น	4.42				-	0.602** (.001)
อื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น	3.87					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .647

2. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มี Probability (p) เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการ

เลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .295

3. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทยมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .757

4. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มี Probability (p) เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .352

5. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มี Probability (p) เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .492

6. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้นมี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึง

พอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .462

7. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้นมี Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน เป็นต้น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .602

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติของคู่สมรสกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Brown-Forsythe	3.189*	4	308.738	.014

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียน

นานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรสโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

สัญชาติ	$\overline{X}$	ไทย 4.35	อังกฤษ 4.32	เกาหลี 4.35	ญี่ปุ่น 4.79	อื่น ๆ 4.46
ไทย	4.35	-	0.036 (1.000)	0.001 (1.000)	-0.435** (.007)	-0.103 (.969)
อังกฤษ	4.32		-	-0.035 (1.000)	-0.472** (.002)	-0.139 (.750)
เกาหลี	4.35			-	0.437** (.007)	-0.104 (.962)
ญี่ปุ่น	4.79				-	0.332 (.074)
อื่นๆเช่น ไต้หวัน เป็นต้น	4.46					-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามสัญชาติของคู่สมรส โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มี Probability (p) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่นมีพฤติกรรมการ

เลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติไทย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .435

2. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มี Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติญี่ปุ่น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติอังกฤษ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .472

3. ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี กับ ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสญี่ปุ่น มี Probability (p) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีคู่สมรสญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือผู้ปกครองที่มีคู่สมรสสัญชาติเกาหลี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีคู่สมรสญี่ปุ่น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .437

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

อายุ

สมมติฐานข้อที่ 1.4 อายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

H_0 : อายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน
H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	5.582**	2	357	.004
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	2.644	2	357	.072
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	6.727**	2	357	.001

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอายุ โดยใช้การทดสอบ Levene's test สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.072 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene test จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับอายุของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	Brown-Forsythe	15.521**	2	285.819	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับอายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า ระดับอายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

ระดับอายุของผู้ปกครอง	$\overline{X}$	31 – 40 ปี 3.86	41 – 50 ปี 3.77	51 ปีขึ้นไป 3.32
31 – 40 ปี	3.86	-	0.092 (.657)	0.534** (.000)
41 – 50 ปี	3.77		-	0.442** (.000)
51 ปีขึ้นไป	3.32			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี กับ ผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .534

2. ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี กับ ผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มี

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .442

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับอายุของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ F-test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Between Groups	11.496	2	5.748	12.218**	.000
	Within Groups	167.959	357	.470		
	Total	179.456	359			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 27 ผลความแตกต่างกันของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติ F-Test สามารถอธิบายได้ดังนี้

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับอายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่าระดับอายุของผู้ปกครองคู่ใดที่มีความแตกต่างกันจึงทำการทดสอบ ต่อไปด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ระดับอายุของผู้ปกครอง	$\overline{X}$	31 – 40 ปี 3.86	41 – 50 ปี 3.77	51 ปีขึ้นไป 3.32
31 – 40 ปี	3.86	-	0.340** (.000)	-0.097 (.306)
41 – 50 ปี	3.77		-	-0.437** (.000)
51 ปีขึ้นไป	3.32			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี กับ ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯมากกว่าผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .340

2. ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี กับ ผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจาก

ที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .437

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับอายุของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Brown-Forsythe	33.643**	2	196.024	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับอายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า ระดับอายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

ระดับอายุของผู้ปกครอง	$\overline{X}$	31 – 40 ปี 3.86	41 – 50 ปี 3.77	51 ปีขึ้นไป 3.32
31 – 40 ปี	3.86	-	-0.268** (.000)	0.477** (.000)
41 – 50 ปี	3.77		-	0.745** (.000)
51 ปีขึ้นไป	3.32			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี กับ ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .268

2. ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี กับ ผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียน

ที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .477

3. ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี กับ ผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .745

สถานภาพ

สมมติฐานข้อที่ 1.5 สถานภาพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

H_0 : สถานภาพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติ Independent t-test ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	7.123**	.008
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	11.461**	.001
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	14.048**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 31 ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง โดยทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test พบว่ามีค่าความน่าจะเป็นดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติทดสอบ Independent t-test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สถานภาพ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	สมรส	3.76	0.736	5.368**	59.293	.000
	หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	3.30	0.463			
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สมรส	4.24	0.733	.317	65.059	.753
	หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	4.22	0.417			
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สมรส	4.46	0.611	7.958**	49.508	.000
	หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	3.76	.495			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติทดสอบ Independent t-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่าผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาตเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .753 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก

(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่าผู้ปกครองที่มีสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาตเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ระดับการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

Ho : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	5.603**	2	357	.004
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	0.890	2	357	.411
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	3.639*	2	357	.027

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยใช้การทดสอบ Levene's test สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.411 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene test จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่

เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	Brown-Forsythe	2.708	2	233.017	.069

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .069 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้ F-test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Between Groups	8.420	2	4.210	8.787**	.000
	Within Groups	171.036	357	.479		
	Total	179.456	359			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 35 ผลความแตกต่างกันของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติ F-Test สามารถอธิบายได้ดังนี้

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเพื่อให้ทราบว่าระดับการศึกษาของผู้ปกครองคู่ใดที่มีความแตกต่างกันจึงทำการทดสอบ ต่อไปด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครองโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง	$\overline{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.32	4.40	4.08
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.32	-	-0.079	0.237
			(.581)	(.094)
ปริญญาตรี	4.40		-	0.315**
				(.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.08			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 36 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับ ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .315

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Brown-Forsythe	7.357**	2	190.157	.001

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง	$\overline{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี 4.32	ปริญญาตรี 4.26	สูงกว่าปริญญาตรี 4.50
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.32	-	0.057 (.930)	-0.181 (.213)
ปริญญาตรี	4.26		-	-0.238** (.003)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.50			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับ ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มี Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .238

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

อาชีพ

สมมติฐานข้อที่ 1.7 อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

H_0 : อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	4.543**	3	356	.004
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	5.094**	3	356	.002
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	14.809**	3	356	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 39 ผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยใช้การทดสอบ Levene's test สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ

สมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene test จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	Brown-Forsythe	5.759**	3	289.029	.001

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

อาชีพของผู้ปกครอง	$\overline{X}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		4.07	3.66	3.57	3.78
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.07	-	0.406** (.006)	0.495** (.001)	0.285 (.123)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.66		-	0.089 (.939)	-0.121 (.726)
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	3.57		-	-	-0.210 (.243)
อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น	3.78				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มี Probability (p) เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์

กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .406

2. ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มี Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .495

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
2.เรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Brown-Forsythe	24.532**	3	324.996	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็น

รายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

อาชีพของผู้ปกครอง	$\overline{X}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		4.22	3.90	4.53	4.44
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.22	-	0.316** (.005)	-0.313** (.001)	-0.222 (.139)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.90		-	-0.628** (.000)	-0.538** (.000)
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	4.53		-	-	0.091 (.897)
อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น	4.44				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มี Probability (p) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตร

หลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .316

2. ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มี Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .313

3. ผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ ผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .628

4. ผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ ผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .538

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับอาชีพของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Brown-Forsythe	5.105**	3	346.581	.002

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 45 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

อาชีพของผู้ปกครอง	$\overline{X}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		4.22	3.90	4.53	4.44
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.22	-	-0.214 (.088)	-0.053 (.993)	-0.331** (.001)

ตาราง 45 (ต่อ)

อาชีพของผู้ปกครอง	$\overline{X}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		4.22	3.90	4.53	4.44
พนักงานบริษัทเอกชน	3.90		-	0.162 (.391)	-0.117 (.647)
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	4.53		-	-	-0.279* (.010)
อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น	4.44				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามระดับอายุของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .331

2. ผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว กับ ผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น มี Probability (p) เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์

กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .279

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานข้อที่ 1.8 รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

H_0 : รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 46 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	9.958**	3	356	.000
2.ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	6.981**	3	356	.000
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	36.212**	3	356	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยใช้การทดสอบ Levene's test สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene test จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
1.การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	Brown-Forsythe	0.851	3	188.688	.468

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .468 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
2.เรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Brown-Forsythe	9.023**	3	148.777	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

2. ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

รายได้รวมของครอบครัว	$\overline{X}$	50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน	100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน	150,001 – 200,000บาทต่อเดือน	มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน
		4.50	3.98	4.28	4.41
50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน	4.50	-	0.525* (.013)	0.217 (.643)	0.090 (.993)
100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน	3.98		-	-0.308** (.002)	-0.435** (.000)
150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน	4.28		-	-	-0.127 (.482)
มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน	4.41				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 49 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน มี Probability (p) เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .525

2. ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน มี Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .308

3. ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ใน

เรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .435

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Statistic[a]	df1	df2	Prop
3.โอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	Brown-Forsythe	5.072**	2	292.660	.007

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe เนื่องจากค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

3. ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 51 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 พบว่า

รายได้รวมของครอบครัว	$\overline{X}$	50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน 5.00	100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน 4.13	150,001 – 200,000บาทต่อเดือน 4.30	มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน 4.55
50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน	5.00	-	0.875** (.000)	0.697** (.000)	0.448** (.000)
100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน	4.13		-	-0.178 (.092)	-0.427** (.000)
150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน	4.30		-	-	-0.249* (.044)
มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน	4.55				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1. ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .875

2. ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย

50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .697

3. ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .448

4. ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน มี Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .427

5. ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน มี Probability (p) เท่ากับ .044 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์

กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ย 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .249

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

การทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ก็ต่อเมื่อ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางด้านล่างนี้

ตาราง 52 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์				
1.1 แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษ	.216	.000	เดียวกัน	ต่ำ
1.2 ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้ง	.098	.063	ไม่สัมพันธ์กัน	-
1.3 หลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน	.157**	.003	เดียวกัน	ต่ำมาก

ตาราง 52 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
1.4 เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอน	.056	.292	ไม่สัมพันธ์กัน	-
1.5 การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก	.045	.399	ไม่สัมพันธ์กัน	-
1.6 การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคล	191**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
1.7 กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียน	-.157**	.003	ตรงข้าม	ต่ำมาก
1.8 การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษา	-.131*	.013	ตรงข้าม	ต่ำมาก
1.9 เป็นโรงเรียนที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย	-.106*	.045	ตรงข้าม	ต่ำมาก
1.10 เป็นโรงเรียนที่มีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียม	.207**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
รวม	.113**	.033	เดียวกัน	ต่ำมาก
2. ปัจจัยด้านราคา				
2.1 อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม	.400**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
2.2 ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียม	.249**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
2.3 การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจน	.333**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
2.4 วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวก	.071	.179	ไม่สัมพันธ์กัน	-
2.5 ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า	.255**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
รวม	.315**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
3. ปัจจัยด้านสถานที่				
3.1 การเดินทางไป- กลับ สะดวก	.277**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
3.2 สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงาม	.073	.165	เดียวกัน	ต่ำมาก
3.3 ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียน	.155**	.003	เดียวกัน	ต่ำมาก

ตาราง 52 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
3.4 ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียน	-.216**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
รวม	.078	.140	ไม่สัมพันธ์กัน	-
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด				
4.1 การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษา	.111*	.036	เดียวกัน	ต่ำมาก
4.2 website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์	.043	.416	ไม่สัมพันธ์กัน	-
4.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website เป็นต้น	.257**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
4.4 การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรมหรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียน	.078	.139	ไม่สัมพันธ์กัน	-
4.5 การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง	.463**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
4.6 การบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก	.498**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
4.7 การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ	.159**	.002	เดียวกัน	ต่ำมาก
รวม	.387**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
5. ปัจจัยด้านบุคลากร				
- ปัจจัยด้านอาจารย์				
5.1 คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ	-.047	.369	ไม่สัมพันธ์กัน	-
5.2 คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	.095	.072	ไม่สัมพันธ์กัน	-
5.3 คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูง	.165**	.002	เดียวกัน	ต่ำมาก
5.4 คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้	-.090	.089	ไม่สัมพันธ์กัน	-

ตาราง 52 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
5.5 บุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสม	.333**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
5.6 อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง	.149**	.005	เดียวกัน	ต่ำมาก
รวม	.193**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
- ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงาน				
5.7 การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญ	.065	.221	ไม่สัมพันธ์กัน	-
5.8 การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ	-.061	.249	ไม่สัมพันธ์กัน	-
5.9 บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสม	.321**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
5.10 ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง	.151**	.004	เดียวกัน	ต่ำมาก
รวม	.161**	.002	เดียวกัน	ต่ำมาก
6. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ				
6.1 ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวก	.239**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6.2 การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็ว	-.003	.959	ไม่สัมพันธ์กัน	-
6.3 การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่	-.164**	.002	ตรงข้าม	ต่ำมาก
6.4 คุณภาพของการสอนและการให้บริการ	.086	.103	ไม่สัมพันธ์กัน	-
6.5 การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด	.205**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
6.6 จำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสม	.048	.367	ไม่สัมพันธ์กัน	-
6.7 การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	-.204**	.000	ตรงข้าม	ต่ำมาก

ตาราง 52 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
6.8 ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์	.489**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
6.9 การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจน	.324**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6.10 การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหา	.136**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
6.11 การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง	-.068	.200	ไม่สัมพันธ์กัน	-
รวม	.155**	.003	เดียวกัน	ต่ำมาก
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ				
7.1 ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียน	-.093	.076	ไม่สัมพันธ์กัน	-
7.2 ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการ	-.010	.855	ไม่สัมพันธ์กัน	-
7.3 ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ	.101	.055	ไม่สัมพันธ์กัน	-
7.4 ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอน	.003	.952	ไม่สัมพันธ์กัน	-
7.5 ความทันสมัยของตำราเรียน	-.015	.773	ไม่สัมพันธ์กัน	-
7.6 ความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่น	-.043	.416	ไม่สัมพันธ์กัน	-
7.7 ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม	.087	.099	ไม่สัมพันธ์กัน	-
7.8 ความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการ	.094	.075	ไม่สัมพันธ์กัน	-
รวม	.022	.676	ไม่สัมพันธ์กัน	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 52 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .113 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก หมายความว่า เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วยและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องแบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .216 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องแบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

2. ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .063 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. หลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับ

สมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องหลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .157 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องหลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

4. เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .292 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .399 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .191 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

7. กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่

นักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.157 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนมากเกินไปอาจจะทำให้ผู้ปกครองเห็นว่าเกินความจำเป็นและอาจจะทำให้มีผลกับการเรียนของนักเรียนตกลงได้

8. การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.131 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เนื่องจากทั้งผู้ปกครองและเด็กนักเรียนต่างก็ทราบว่าสามารถเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาได้เมื่ออยู่ในระดับชั้น Year 11 หรือสอบผ่าน IGCSE และสามารถนำผลการเรียนไปเทียบเท่ากับวุฒิมัธยมศึกษาปีที่ 6 ได้ ทำให้นักเรียนส่วนใหญ่นั้นลาออกไปเรียนในมหาวิทยาลัยมากกว่าที่จะเรียนต่อไปจนจบชั้น Year 13

9. โรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.106 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ แม้ว่าทางโรงเรียนมีการพัฒนาและปรับปรุงด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนให้ทันสมัยมากขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของผู้ปกครองได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากการพฒนาในด้านนี้นั้นต้องอาศัยการลงทุนทั้งเงินและบุคคลากรอีกด้วย

10. โรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .207 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .315 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .400 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

2. ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .249 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

3. การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องการแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .333 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องการแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

4. วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .179 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องวิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้ากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .255 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้ามากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .140 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. การเดินทางไป- กลับ สะดวกกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่ง

น้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่เรื่อง การเดินทางไป- กลับ สะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .277 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่เรื่อง การเดินทางไป- กลับ สะดวกมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

2. สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .165 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่องสถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .155 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

4. ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -. 216 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เนื่องจากทางโรงเรียนมีเนื้อที่ที่จำกัดทำให้ที่จอดรถรับ-ส่งนั้นไม่เพียงพอต่อปริมาณรถของผู้ปกครองที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น ๆ เรื่อย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .387 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1.การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .036 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .111 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษามากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

2. website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .416 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย

มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .257 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website มากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

4. การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .139 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .463 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

6. การบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .498 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

7. การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .159 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000ซึ่งมากกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .193 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .369 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .072 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .165 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

4. คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .089 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. บุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .333 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

6. อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องอาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .149 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องอาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .161 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .221 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .249 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียน

โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .321 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

4. ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .151 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .155 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .239 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

2. การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .959 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ท์ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.164 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ โรงเรียนมีการให้บริการเรื่องการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่สำหรับนักเรียนบางคนที่อ่อนทางด้านภาษาอยู่ แต่ก็เป็นการยากเช่นกันในการที่จะเรียนให้ทันเพื่อน ๆ และเข้าใจในบทเรียนหรือคำสั่งของครู ถ้าหากทางนักเรียนเองไม่เคยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารอยู่ตลอดเวลาและผู้ปกครองไม่ให้การสนับสนุนและเข้มงวดกับการเรียนให้มากขึ้น ก็จะมีผลให้นักเรียนไม่สามารถปรับตัวได้ดีเท่าที่ควร

4. คุณภาพของการสอนและการให้บริการกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .103 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องคุณภาพของการสอนและการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1)

หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .205 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

6. จำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .367 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.204 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ในปัจจัยด้านนี้ทางผู้ปกครองเองก็ไม่ได้คาดหวังมากนัก เนื่องจากทางผู้ปกครองส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเล็งเห็นทางด้านการเรียน ผลการเรียนเป็นสำคัญมากกว่าด้านอื่น ๆ

8. ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .489 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกปลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์มากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียน

โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

9. การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .324 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

10. การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .136 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหามากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย

11. การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทงกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .200 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .676 ซึ่งมากกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .076 ซึ่งมากกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .855 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .055 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .952 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความทันสมัยของตำราเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .773 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของตำราเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .416 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .099 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. ความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .075 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของโรงอาหารและถูกหลักโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ก็ต่อเมื่อ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ด้านล่างนี้

ตาราง 53 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์				
1.1 แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษ	.447**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
1.2 ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้ง	.243**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
1.3 หลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน	-.146**	.005	ตรงข้าม	ต่ำมาก
1.4 เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอน	.010	.857	ไม่สัมพันธ์กัน	-
1.5 การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก	.224**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
1.6 การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคล	.060	.253	ไม่สัมพันธ์กัน	-

ตาราง 53 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
1.7 กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียน	-.169**	.001	ตรงข้าม	ต่ำมาก
1.8 การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษา	.246**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
1.9 เป็นโรงเรียนที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย	-.313**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
1.10 เป็นโรงเรียนที่มีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียม	.410**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
รวม	.230**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
2. ปัจจัยด้านราคา				
2.1 อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม	.471**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
2.2 ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียม	.022**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
2.3 การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจน	.247**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
2.4 วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวก	.306**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
2.5 ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า	.331**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
รวม	.389**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
3. ปัจจัยด้านสถานที่				
3.1 การเดินทางไป- กลับ สะดวก	.307**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
3.2 สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงาม	-.048	.363	ไม่สัมพันธ์กัน	-
3.3 ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียน	.183**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
3.4 ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียน	.025	.636	ไม่สัมพันธ์กัน	-
รวม	.168**	.001	เดียวกัน	ต่ำมาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด				
4.1 การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษา	.373**	.000	เดียวกัน	ต่ำ

ตาราง 53 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
4.2 website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์	.042	.432	ไม่สัมพันธ์กัน	-
4.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website เป็นต้น	.353**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
4.4 การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรมหรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียน	.207**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
4.5 การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง	.071	.179	ไม่สัมพันธ์กัน	-
4.6 การบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก	.263**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
4.7 การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ	-.088	.095	ไม่สัมพันธ์กัน	-
รวม	.289**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
5. ปัจจัยด้านบุคลากร				
- ปัจจัยด้านอาจารย์				
5.1 คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ	-.700	.900	ไม่สัมพันธ์กัน	-
5.2 คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	.229**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
5.3 คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูง	-.318**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
5.4 คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้	-.055	.302	ไม่สัมพันธ์กัน	-
5.5 บุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสม	.474**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
5.6 อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง	-.110*	.037	ตรงข้าม	ต่ำมาก
รวม	.097	.067	ไม่สัมพันธ์กัน	-

ตาราง 53 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
5.ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงาน				
5.7 การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญ	.035	.507	ไม่สัมพันธ์กัน	-
5.8 การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ	-.121*	.022	ตรงข้าม	ต่ำมาก
5.9 บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสม	.391**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
5.10 ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดียิ้มแย้มและเป็นกันเอง	-.002	.968	ไม่สัมพันธ์กัน	-
รวม	.108*	.041	เดียวกัน	ต่ำมาก
6. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ				
6.1 ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวก	.255**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6.2 การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็ว	-.258**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
6.3 การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่	-.250**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
6.4 คุณภาพของการสอนและการให้บริการ	.080	.131	ไม่สัมพันธ์กัน	-
6.5 การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด	-.042	.427	ไม่สัมพันธ์กัน	-
6.6 จำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสม	-.021	.687	ไม่สัมพันธ์กัน	-
6.7 การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	-.226**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
6.8 ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์	-.216**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
6.9 การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจน	-.064	.226	ไม่สัมพันธ์กัน	-

ตาราง 53 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
6.10 การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหา	-.149**	.005	ตรงข้าม	ต่ำมาก
6.11 การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง	-.034	.524	ไม่สัมพันธ์กัน	-
รวม	-.156**	.003	ตรงข้าม	ต่ำมาก
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ				
7.1 ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียน	-.009	.860	ไม่สัมพันธ์กัน	-
7.2 ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการ	-.353**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
7.3 ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ	-.220**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
7.4 ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอน	-196**	.000	ตรงข้าม	ต่ำมาก
7.5 ความทันสมัยของตำราเรียน	-.444**	.000	ตรงข้าม	ปานกลาง
7.6 ความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่น	-.104*	.049	ตรงข้าม	ต่ำมาก
7.7 ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม	-.112*	.034	ตรงข้าม	ต่ำมาก
7.8 ความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการ	-.188**	.000	ตรงข้าม	ต่ำมาก
รวม	-.312**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 53 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .230 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ หมายความว่า เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วยและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องแบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .447 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องแบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

เท่ากับ .243 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

3. หลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องหลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.146 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีหลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่มากขึ้น แต่ไม่ได้หมายถึงว่าผลการเรียนของนักเรียนจะดีหรือมากขึ้นหากตัวของนักเรียนเองไม่ได้พยายามให้มากขึ้นตามเกณฑ์หรือข้อกำหนดของหลักสูตรที่เพิ่มมากขึ้นด้วย

4. เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .857 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .224 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

6. การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .253 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.169 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีน้อยลง

8. การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .246 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษามากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

9. โรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01

นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.313 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ แม้ว่าทางโรงเรียนมีการพัฒนาและปรับปรุงด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนให้ทันสมัยมากขึ้นเท่าไร แต่ก็ยังไม่สามารตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของผู้ปกครองได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากการพฒนาในด้านนี้นั้นต้องอาศัยการลงทุนทั้งเงินและบุคคลากรอีกด้วย

10. โรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .410 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .389 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .471 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .022 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

3. การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องการแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .247 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องการแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือก

เรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

4. วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องวิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .306 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องวิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

5. ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้ากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .331 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้ามากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .168 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์

กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. การเดินทางไป- กลับ สะดวกกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่อง การเดินทางไป- กลับ สะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .307 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่เรื่อง การเดินทางไป- กลับ สะดวกมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .363 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่องสถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .183 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

4. ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .636 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .289 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .373 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษามากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่

โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .432 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .353 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website มากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

4. การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 น้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .207 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

5. การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .179 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. การบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .263 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

7. การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .095 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .067 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึง

พอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .900 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .229 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

3. คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.318 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถึงแม้ว่าทางคณะครูเองจะมีความรู้ความสามารถมากเท่าใดนั้น แต่เวลาสอนให้แก่เด็กนักเรียนนั้นไม่สามารถทำให้เด็กนักเรียนเข้าใจถึงเนื้อหาของบทเรียนได้ หรือทางครูเองก็มีกฎเกณฑ์การให้คะแนนที่สูงขึ้น ก็มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ปกครองด้วย

4. คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .302 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. บุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .474 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

6. อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .037 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องอาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.110 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เนื่องจากผู้ปกครองบางท่านไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้และไม่มีโอกาสที่จะพบเจอทางครูมากนัก นอกจากเวลาที่มีการนัดพบผู้ปกครองเท่านั้น ทำให้มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ปกครองด้วย

ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียน

นานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .041 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .108 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .507 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.121 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เนื่องจากทางโรงเรียนยังมีการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ให้กับพนักงานนั้นยังไม่มากเท่าที่ควร อีกทั้งการเข้า-ออกของพนักงานเองก็ยังสูงอีกด้วยทำให้การบริการกับผู้ปกครองไม่ดีเท่าที่ควรและอาจจะทำให้ผลงานนั้นล่าช้าอีกด้วย

3. บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความ

เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .391 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

4. ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .968 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.156 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ทางผู้ปกครองยังไม่มีความพึงพอใจทางด้านกระบวนการการให้บริการมากเท่าที่ควร เนื่องจากสาเหตุในหลาย ๆ ด้านโดยพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ

ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .255 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.258 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นเท่าใด อาจจะส่งผลให้เกิดความกดดันกับเด็กนักเรียนบางคนได้เนื่องจากทั้งการเรียนที่แตกต่างจากโรงเรียนเดิม และสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ เป็นต้น

3. การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.250 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ โรงเรียนมีการให้บริการเรื่องการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่สำหรับนักเรียนบางคนที่อ่อนทางด้านภาษาอยู่ แต่ก็เป็นการยากเช่นกันในการที่จะเรียนให้ทันเพื่อน ๆ และเข้าใจในบทเรียนหรือคำสั่งของครู ถ้าหากทางนักเรียนเองไม่เคยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารอยู่ตลอดเวลาและผู้ปกครองไม่ให้การสนับสนุนและเข้มงวดกับการเรียนให้มากขึ้น ก็จะมีผลให้นักเรียนไม่สามารถปรับตัวได้ดีเท่าที่ควรซึ่งทำให้ความพึงพอใจนั้นน้อยลงได้

4. คุณภาพของการสอนและการให้บริการกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .131 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องคุณภาพของการสอนและการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .427 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. จำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .687 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.226 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ในปัจจัยด้านนี้นั้นทางผู้ปกครองเองก็ไม่ได้รับรู้ด้วยตัวเองนอกจากจะรับรู้จากบุตรหลานของตนเองเท่านั้น และเห็นว่าไม่ใช่ส่วนสำคัญเท่ากับความรู้ที่บุตรหลานจะได้รับมากกว่า

8. ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.216 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ทางโรงเรียนและผู้ปกครองบางส่วนเท่านั้นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาทางด้านต่าง ๆ ของบุตรหลาน เช่น การแข่งขันกีฬาในระดับประเทศและนานาชาติ การแสดงความสามารถทางด้านดนตรี ซึ่งเป็นเพียงส่วนน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ปกครองทั้งหมด

9. การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .226 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

10. การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.149 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีการแจ้งปัญหาของนักเรียนให้กับทางผู้ปกครองได้ทราบนั้นซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องในทางที่ไม่ดีนัก เช่น ผลการเรียน ความประพฤติที่ไม่ดี เป็นต้น ก็จะมีผลต่อความพึงพอใจน้อยลงหากทั้งสองฝ่ายไม่สามารถแก้ไขปัญหาร่วมกันได้

11. การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .524 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่อง การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.312 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ โรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมยังไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้ความพึงพอใจของผู้ปกครองนั้นน้อยลงได้ โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .860 ซึ่งมากกว่า .05นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.353 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการนั้นยังไม่เพียงพอและทันสมัยเท่าที่ควรเทียบกับจำนวนนักเรียนที่เพิ่มมากขึ้น และเมื่อมีการเปรียบเทียบกับโรงเรียนนานาชาติแห่งอื่น ๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ทางผู้ปกครองเองก็สามารถรับรู้ได้โดยง่าย

3. ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.220 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ นั้นยังไม่มีความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน อีกทั้งยังให้เวลาที่จำกัดในการใช้งานทำให้ความพึงพอใจลดน้อยลงได้เช่นกัน

4. ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.196 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนยังไม่ดีเท่าที่ควรและเพียงพอต่อความต้องการที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น ซึ่งทางโรงเรียนเองก็มีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

5. ความทันสมัยของตำราเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของตำราเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะ

รีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.444 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ตำราเรียนของทางโรงเรียนนั้นจะต้องสั่งซื้อมาจากต่างประเทศ ซึ่งอาจจะเกิดความล่าช้าในการสั่งซื้ออีกทั้งความทันสมัยของบทเรียนที่มีการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้การที่ให้นักเรียนใช้ยืมเรียนและอาจจะมีการสูญหายก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้ความพึงพอใจลดน้อยลงได้

6. ความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .049 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.104 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เนื่องจากสถานที่สำหรับเป็นสนามเด็กเล่นนั้นมีไม่เพียงพอ จำนวนเครื่องเล่นที่จำกัดและอาจจะมีการใช้งานมานาน ทำให้ผู้ปกครองเกิดความพึงพอใจน้อยลงได้

7. ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .034 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.112 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เนื่องจากสถานที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้นทำให้ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มมีไม่เพียงพอต่อความต้องการได้ โดยทางโรงเรียนเองก็มีการปรับปรุงและทำให้เกิดการงดใช้ในบางส่วนเป็นการชั่วคราว หรือบางครั้งก็มีงานหรือกิจกรรมที่ทำให้ต้องมีการงดใช้สถานที่ได้เช่นกัน

8. ความสะอาดของโรงอาหารและถูกหลักโภชนาการกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของโรงอาหารและถูกหลักโภชนาการมีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.188 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ โรงอาหารของโรงเรียนจะมีการกำหนดผู้ที่จะเข้ามาใช้บริการได้เพียงแค่นักเรียน พนักงาน ครูเท่านั้น ทำให้ผู้ปกครองอาจจะไม่สามารถรับรู้ในปัจจัยด้านนี้ได้เท่าที่ควร

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ก็ต่อเมื่อ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ด้านล่างนี้

ตาราง 54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์				
1.1 แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษ	.178**	.001	เดียวกัน	ต่ำมาก
1.2 ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้ง	.326**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
1.3 หลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน	.087	.099	ไม่สัมพันธ์กัน	-
1.4 เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอน	.021	.697	ไม่สัมพันธ์กัน	-
1.5 การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก	.101	.057	ไม่สัมพันธ์กัน	-
1.6 การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคล	.131*	.013	เดียวกัน	ต่ำมาก

ตาราง 54 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
1.7 กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียน	.238**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
1.8 การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษา	.061	.247	ไม่สัมพันธ์กัน	-
1.9 เป็นโรงเรียนที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย	-.129*	.015	ตรงข้าม	ต่ำมาก
1.10 เป็นโรงเรียนที่มีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียม	-.093	.078	ไม่สัมพันธ์กัน	-
รวม	.204**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
2. ปัจจัยด้านราคา				
2.1 อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม	.138**	.009	เดียวกัน	ต่ำมาก
2.2 ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียม	.036	.493	ไม่สัมพันธ์กัน	-
2.3 การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจน	.086	.103	ไม่สัมพันธ์กัน	-
2.4 วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวก	-.125*	.017	ตรงข้าม	ต่ำมาก
2.5 ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า	.087	.099	ไม่สัมพันธ์กัน	-
รวม	.047	.375	ไม่สัมพันธ์กัน	-
3. ปัจจัยด้านสถานที่				
3.1 การเดินทางไป- กลับ สะดวก	163**	.002	เดียวกัน	ต่ำมาก
3.2 สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงาม	.514**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
3.3 ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียน	.106*	.045	เดียวกัน	ต่ำมาก
3.4 ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียน	.108*	.040	เดียวกัน	ต่ำมาก
รวม	.305**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด				
4.1 การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษา	.100	.057	ไม่สัมพันธ์กัน	-

ตาราง 54 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
4.2 website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์	.140**	.008	เดียวกัน	ต่ำมาก
4.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website เป็นต้น	.050	.341	ไม่สัมพันธ์กัน	-
4.4 การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรมหรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียน	.258**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
4.5 การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง	.389**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
4.6 การบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก	.105*	.047	เดียวกัน	ต่ำมาก
4.7 การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ	.350**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
รวม	.322**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
5. ปัจจัยด้านบุคลากร				
- ปัจจัยด้านอาจารย์				
5.1 คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ	-.226**	.000	ตรงข้าม	ต่ำ
5.2 คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	.063	.235	ไม่สัมพันธ์กัน	-
5.3 คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูง	.500**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
5.4 คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้	.473**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
5.5 บุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสม	.081	.127	ไม่สัมพันธ์กัน	-
5.6 อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง	.458**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
รวม	.387**	.000	เดียวกัน	ต่ำ

ตาราง 54 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
5.ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงาน				
5.7 การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญ	.374**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
5.8 การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ	.329**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
5.9 บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสม	.149**	.005	เดียวกัน	ต่ำมาก
5.10 ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดียิ้มแย้มและเป็นกันเอง	.344**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
รวม	.373**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ				
6.1 ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวก	.330**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6.2 การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็ว	.321**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6.3 การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่	.385**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6.4 คุณภาพของการสอนและการให้บริการ	.458**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
6.5 การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด	.465**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
6.6 จำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสม	.238**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6.7 การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	.136**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
6.8 ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์	.331**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6.9 การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจน	.292**	.000	เดียวกัน	ต่ำ

ตาราง 54 (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	สัมประสิทธิ์	p-value	ทิศทาง	ระดับ
6.10 การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหา	.297**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
6.11 การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง	.143**	.000	เดียวกัน	ต่ำมาก
รวม	522**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ				
7.1 ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียน	.257**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
7.2 ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการ	.456**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
7.3 ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ	.232**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
7.4 ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอน	.477**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
7.5 ความทันสมัยของตำราเรียน	.348**	.000	เดียวกัน	ต่ำ
7.6 ความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่น	.420**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
7.7 ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม	.529**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
7.8 ความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการ	.418**	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
รวม	.474	.000	เดียวกัน	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .204 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก หมายความว่า เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วยและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .178 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องแบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .326 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เรื่องชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

3. หลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .099 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องหลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .697 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .057 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .131 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิด

พฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

7. กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .238 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

8. การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .247 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. โรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.129 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ในเรื่องของการที่โรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยนั้นไม่มีผลต่อการที่ผู้ปกครองจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เพราะโดยส่วนใหญ่จะเน้นที่หลักสูตรการเรียนการสอนเป็นสำคัญ

10. โรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .078 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน

หลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .375 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .138 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .493 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .103 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องการแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนไม่มี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องวิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.125 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำมาก กล่าวคือ วิธีการชำระค่าธรรมเนียมที่สะดวกนั้นไม่มีผลสำคัญต่อการที่ผู้ปกครองจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เพราะโดยส่วนใหญ่จะเน้นที่หลักสูตร การเรียนการสอนเป็นสำคัญในการแนะนำ

5. ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้ากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .099 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านราคาเรื่องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .305 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า

1. การเดินทางไป - กลับ สะดวกกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่อง การเดินทางไป- กลับ สะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .163 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่เรื่องการเดินทางไป - กลับ สะดวกมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่องสถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .514 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่เรื่องสถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

3. ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .106 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

4. ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .040 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .108 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .322 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .057 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน

หลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .140 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์มากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .341 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .258 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

5. การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่น

มาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .389 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

6. การบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .047 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .105 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

7. การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .350 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .387 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า

1. คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.226 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษไม่มีผลมากนักกับการที่ผู้ปกครองจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เพราะโดยส่วนใหญ่จะเน้นที่หลักสูตร การเรียนการสอนเป็นสำคัญ

2. คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .235 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .500 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทาง

เดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

4. คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .500 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้มากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

5. บุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .127 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องอาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .458 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องอาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .373 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .373 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2.การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .329 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ

มากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

3. บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ.005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .149 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

4. ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .344 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .522 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมี

ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .330 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .321 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

3. การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษา

ใหม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .385 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่มากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

4. คุณภาพของการสอนและการให้บริการกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องคุณภาพของการสอนและการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .458 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องคุณภาพของการสอนและการให้บริการมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

5. การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .465 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

6. จำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียน

นานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .465 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

7. การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .136 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

8. ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .331 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์มากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

9.การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการ

การให้บริการเรื่องการแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .292 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

10. การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหากับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .297 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหามากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

11. การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่อง การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .143 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทงมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .474 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .257 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

2. ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .456 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียน

โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

3. ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .232 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ มากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

4. ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .477 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

5. ความทันสมัยของตำราเรียนกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของตำราเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .348 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมี

ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของตำราเรียนมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

6. ความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .420 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

7. ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .529 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

8. ความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการกับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .418 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 55 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระดับชั้นของบุตรหลานที่เรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน		
1.1 เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน คือ		
1. การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Independent t-test
3. โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
1.2 สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน คือ		One-Way ANOVA
1. การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown - Forsythe
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown - Forsythe
3. โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test

ตาราง 55 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1.3 สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน คือ		One-Way ANOVA
1. การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown - Forsythe
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown - Forsythe
3. โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown - Forsythe
1.4 อายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน คือ		One-Way ANOVA
1. การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown – Forsythe
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
3. โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown - Forsythe
1.5 สถานภาพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน คือ		
1. การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Independent t-test
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
3. โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	

ตาราง 55 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1.6 ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน คือ		One-Way ANOVA
1. การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown – Forsythe
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
3. โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown – Forsythe
1.7อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน คือ		One-Way ANOVA
1. การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown – Forsythe
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown – Forsythe
3. โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown – Forsythe
1.8 รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน คือ		One-Way ANOVA
1. การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown – Forsythe
2. ความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown – Forsythe
3. โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown – Forsythe

ตาราง 55 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		
2.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง		
2.1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
2.1.2 ปัจจัยด้านราคาโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.1.3 ปัจจับด้านสถานที่โดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.1.5 ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม – อาจารย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม – พนักงาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.1.6 ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.1.7 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Pearson Correlation
2.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.2.2 ปัจจัยด้านราคาโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.2.3 ปัจจับด้านสถานที่โดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.2.5 ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม – อาจารย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม – พนักงาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.2.7 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	

ตาราง 55 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
2.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ		Pearson Correlation
2.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.3.2 ปัจจัยด้านราคาโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.3.3 ปัจจับด้านสถานที่โดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.3.5 ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม – อาจารย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม – พนักงาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.3.6 ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2.3.7 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยเปรียบเทียบข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ในด้านต่างๆ มาเป็นแนวทางในการพิจารณาดำเนินงานวางแผนการทำงานปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการตลอดจนวางแผนการตลาดให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้ปกครองในการเลือกสถาบันการศึกษาให้กับบุตรหลาน ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด และยังเป็นการเตรียมความพร้อมในการรับมือการแข่งขันที่จะทวีความรุนแรงจากคู่แข่งในสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต ทำให้สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้สูงขึ้นและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัว และจำนวนบุตร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ
2. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ ของผู้ปกครอง

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพในด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ปกครองมากที่สุด
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ปกครอง และผู้ที่สนใจ ในการใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เป็นสถานศึกษาให้กับบุตรหลาน
3. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันประกอบด้วย เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัว และจำนวนบุตร มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ ที่ต่างกัน

2. ทัศนคติที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อสินค้าบริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการการให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งได้ดังนี้

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ
- 1.1.1.1 ชาย
- 1.1.1.2 หญิง

1.1.2 สัญชาติ
- 1.1.2.1 ไทย
- 1.1.2.2 อังกฤษ
- 1.1.2.3 เกาหลี
- 1.1.2.4 ญี่ปุ่น
- 1.1.2.5 ไต้หวัน
- 1.1.2.6 อื่น ๆ โปรดระบุ .....

1.1.3 คู่สมรสของท่านมีสัญชาติ
- 1.1.3.1 ไทย
- 1.1.3.2 อังกฤษ
- 1.1.3.3 เกาหลี
- 1.1.3.4 ญี่ปุ่น
- 1.1.3.5 ไต้หวัน
- 1.1.3.6 อื่น ๆ โปรดระบุ .....

1.1.4 อายุ
- 1.1.4.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี
- 1.1.4.2 31 – 40 ปี
- 1.1.4.3 41 – 50 ปี

1.1.4.4 51 ปีขึ้นไป

1.1.5 สถานภาพ

1.1.5.1 โสด

1.1.5.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

1.1.5.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

1.1.6 ระดับการศึกษา

1.1.6.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.6.2 ปริญญาตรี

1.1.6.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.7 อาชีพ

1.1.7.1 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.7.2 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.7.3 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว

1.1.7.4 อื่น ๆ โปรดระบุ .....

1.1.8 รายได้

1.1.8.1 ไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน

1.1.8.2 50,001 – 100,000 บาทต่อเดือน

1.1.8.3 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน

1.1.8.4 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน

1.1.8.5 มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน

1.1.9 จำนวนบุตรจำนวน ..... คน

1.1.10 จำนวนบุตรที่เรียนโรงเรียนนานาชาติจำนวน ..... คน

1.1.11 บุตรหลานของท่านที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์อยู่ในระดับชั้น

1.1.11.1 เด็กอนุบาล

1.1.11.2 ประถมศึกษา

1.1.11.3 มัธยมศึกษา

1.1.11.4 มากกว่า 1 ระดับชั้น

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

ปัจจัยด้านราคาของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

ปัจจัยด้านสถานที่ของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

ปัจจัยด้านบุคลากรของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

2. ตัวแปรตาม

พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ
เวลาในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียน
ระยะเวลาที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ
ความคาดหวังกับการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ
ความพึงพอใจ หลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ
โอกาสที่ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประขากรที่ทำการศึกษา คือ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานศึกษาที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ ที่เปิดสอนตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คือ มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 600 คน (แหล่งที่มา www.regents.ac.th)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของจำนวนนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ ตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลถึงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นจำนวนทั้งสิ้น 600 คน โดยจะกำหนดให้จำนวนผู้ปกครองกับจำนวนนักเรียนเป็นสัดส่วน 1 : 1

ส่วนขนาดตัวอย่างนั้น เนื่องมาจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนนั้น ดังนั้นจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อรุณศรี. 2538:104) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คนและสำรองไว้จำนวน 120 คน รวมเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ 360 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาวิจัยจะสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างระดับชั้นละประมาณ 25 คน

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้นำไปเก็บข้อมูลจนครบตามที่กำหนด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้คือ แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple choices) และให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุด จำนวน 11 ข้อ ประกอบด้วย เพศ สัญชาติ สัญชาติของคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรหลานที่รับเลี้ยงดู จำนวนบุตรหลานที่รับเลี้ยงดูที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และระดับชั้นที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ลักษณะแบบสอบถามแบบ Rating Scale เป็นการวัดระดับความสำคัญซึ่งมี 5 ระดับ จำนวน 55 ข้อ โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ดีมาก	เท่ากับ	5	คะแนน
ดี	เท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
ต้องปรับปรุง	เท่ากับ	2	คะแนน
ต้องปรับปรุงอย่างมาก	เท่ากับ	1	คะแนน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวถึงพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียน ระยะเวลาที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แบบสอบถามปลายปิดที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ความคาดหวังกับการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ความพึงพอใจที่มีต่อโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โอกาสที่จะแนะนำหรือบอกต่อให้กับผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาต่างๆ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของงานวิจัย

2. ปรับปรุงและดัดแปลงเป็นแบบสอบถาม ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย โดยสร้างเป็นแบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรหลานที่มี จำนวนบุตรหลานที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ และระดับชั้นที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำนวน 55 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวถึงพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียน ก่อนการตัดสินใจเลือกเรียนได้รับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ บ่อยแค่ไหน ค่าใช้จ่ายในการศึกษาของบุตรหลานเป็นจำนวนเท่าไรต่อปี และแบบสอบถามปลายปิดที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการศึกษา สาเหตุที่ทำให้ท่านเลือกเรียน ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียน และแหล่งที่มาของการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียน

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาต่างๆ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบ และเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและมีความเหมาะสมของเนื้อหาจากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้ชัดเจนก่อนนำไปใช้

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิอัลฟ่า (α - Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126) ค่าอัลฟ่าที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและปัจจัยทางการตลาดที่ผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยแยกเป็นแต่ละด้านดังนี้

ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.835
- ด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.975
- ด้านสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.773
- ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.717
- ด้านบุคคลากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.781
- ด้านกระบวนการการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯเท่ากับ 0.847
- ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ เท่ากับ 0.932

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์จากการลงรหัส (Coding) ตามคู่มือการลงรหัสแล้วตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งก่อนนำไปบันทึกข้อมูลใน SPSS data editor แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวไปทำการวิเคราะห์ในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป Statistic Package for Social Science for Window Version 14.0
2. นำเสนอข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 4 ในรูปตารางประกอบความเรียง
3. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้สถิติ t-test และ One-Way ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความ

แตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่าง รวมทั้งการวิเคราะห์เพื่อหาค่า Pearson Correlation Coefficient เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของสมมติฐานแต่ละข้อ

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระดับชั้นของบุตรหลานที่เรียน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบคือ t – test (Independent t-test) ได้แก่

1.1 ผู้ปกครองที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

1.2 สถานภาพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบคือ F – test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) แยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

1.3 สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

1.4 สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

1.5 อายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

1.6 ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

1.7 อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

1.8 รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบคือ สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สำหรับหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ สรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 มีสัญชาติไทย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 สัญชาติคู่สมรสส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 มีช่วงอายุ 31- 40 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีสถานภาพคือ สมรส / อยู่ด้วยกัน มีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 89.7 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายได้ 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีบุตรหลานเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 จำนวนบุตรหลานที่ท่านได้รับเลี้ยงดูต่ำสุด คือ 1 คน และจำนวนบุตรหลานที่ท่านได้รับเลี้ยงดูสูงสุด คือ 4 คน จำนวนบุตรหลานที่ท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่ำสุด คือ 1 คน และจำนวนบุตรหลานที่ท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ สูงสุด คือ 3 คน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ / บริการในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณารายข้อ ได้ดังนี้

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ / บริการอยู่ในระดับดีมาก คือ การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และ 4.39 ตามลำดับ ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ / บริการอยู่ในระดับดี คือ เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอน หลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคล การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษา เป็นโรงเรียนที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เป็นโรงเรียนที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียน เป็นโรงเรียนที่มีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียม และชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09, 4.08, 4.01, 3.98, 3.97, 3.83, 3.81, และ 3.71 ตามลำดับ

ด้านราคา

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณารายข้อ ได้ดังนี้

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านราคาอยู่ในระดับดีมาก คือไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านราคาอยู่ในระดับดี คือ อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวก และระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60, 3.59 และ 3.42 ตามลำดับ

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง คือ การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

ด้านทำเลที่ตั้ง

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านทำเลที่ตั้งในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 เมื่อพิจารณารายข้อ ได้ดังนี้

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับดี คือ สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงาม ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียน ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียน และ การเดินทางไป- กลับ สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78, 3.57, 3.49 และ 3.48 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณารายข้อ ได้ดังนี้

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับดี คือ การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียน และการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91, 3.69, 3.68, 3.60 และ 3.41 ตามลำดับ

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง คือ การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษา และการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และ 2.93 ตามลำดับ

ด้านบุคคลากร

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านบุคคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณารายข้อ ได้ดังนี้

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านบุคคลากรอยู่ในระดับดีมาก คือ คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านบุคคลากรอยู่ในระดับดี คือ อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม และเป็นกันเอง ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญ คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้ บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสม คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูง การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ และบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16, 4.06, 4.00, 3.91, 3.91, 3.89, 3.84, 3.72 และ 3.70 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการการให้บริการ

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านกระบวนการการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณารายข้อ ได้ดังนี้

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านกระบวนการการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก คือ การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านกระบวนการการให้บริการอยู่ในระดับดี คือ การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์ คุณภาพของการสอนและการให้บริการ การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหา การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจน ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวก การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็ว การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็ว และจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85, 3.84, 3.80, 3.71, 3.68, 3.58, 3.55, 3.53, 3.49 และ 3.41 ตามลำดับ

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณารายข้อ ได้ดังนี้

ผู้ปกครองให้ระดับทัศนคติด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพอยู่ในระดับดี คือ ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียน ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการ ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอน ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม ความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการ และความสะอาด

และปลอดภัยของสนามเด็กเล่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06, 3.88, 3.87, 3.73, 3.70, 3.68 และ 3.64 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ พบว่า

จำนวนเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนต่ำสุด คือ 10 นาที และมีจำนวนเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนสูงสุด คือ 60 นาที โดยมีจำนวนเวลาใช้ในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนเฉลี่ยประมาณ 34.60 นาที

ระยะเวลาที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่ำสุด คือ 1 ปี และระยะเวลาที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ สูงสุด คือ 6 ปี โดยมีจำนวนระยะเวลาที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เฉลี่ยประมาณ 3.59 ปี

ด้านการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เมื่อเทียบกับความคาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญความคาดหวังอยู่ในระดับให้ความสำคัญดี

ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญความคาดหวังอยู่ในระดับให้ความสำคัญดีมาก

ด้านโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญความคาดหวังอยู่ในระดับให้ความสำคัญดีมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ปกครองที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สัญชาติ สัญชาติคู่สมรส อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระดับชั้นของบุตรหลานที่เรียน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สัญชาติของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของ

ท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สัญชาติของคู่สมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 อายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับอายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับอายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับอายุของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 สถานภาพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวัง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.7 อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่

โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.8 รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องการทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เทียบกับความคาดหวังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ในเรื่องโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องแบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการ

ทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องหลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

8. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

9. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

10. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการ

ทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านราคาเรื่องระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

3. ปัจจัยด้านราคาเรื่องการแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านราคาเรื่องวิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านราคาเรื่องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่อง การเดินทางไป- กลับ สะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่องสถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

4. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียน

กับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

4. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

6. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องอาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ท์ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรี

เจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

4. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องคุณภาพของการสอนและการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

6. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

8. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกปลาง

9. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

10. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

11. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่อง การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของตำราเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬาสระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องแบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องหลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่

บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

8. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

9. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

10. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำปานกลาง

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

2. ปัจจัยด้านราคาเรื่องระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

3. ปัจจัยด้านราคาเรื่องการแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านราคาเรื่องวิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

5. ปัจจัยด้านราคาเรื่องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่อง การเดินทางไป- กลับ สะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่องสถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

4. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความ

พึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

3. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

6. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องอาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

3. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

3. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องคุณภาพของการสอนและการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึง

พอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

8. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

9. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

10. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

11. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่อง การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์

กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

3. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

5. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของตำราเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับปานกลาง

6. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬาสระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

8. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ

ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ
3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องหลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเนื้อหาของวิชาที่เปิดสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะ

แนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

8. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก

10. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องโรงเรียนมีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

2. ปัจจัยด้านราคาเรื่องระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านราคาเรื่องการแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ปัจจัยด้านราคาเรื่องวิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่

โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำมาก

5. ปัจจัยด้านราคาเรื่องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่อง การเดินทางไป- กลับ สะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

2. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่องสถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

3. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

4. ปัจจัยด้านสถานที่เรื่องความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านอาจารย์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

4. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องคณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

5. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยด้านอาจารย์เรื่องอาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องการพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

3. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรี

เจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

4. ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานเรื่องผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

3. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องคุณภาพของการสอนและการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

5. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

6. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องจำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่

จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

7. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

8. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

9. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

10. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องการแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

11. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเรื่อง การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า

1. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

3. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

4. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

5. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความทันสมัยของตำราเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

6. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

8. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรื่องความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครอง

ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีสัญชาติไทย รองลงมาคือ สัญชาติอังกฤษ สัญชาติอื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น ตามลำดับ คู่สมรสส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย รองลงมาคือ สัญชาติอังกฤษ สัญชาติอื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย อเมริกัน เป็นต้น ตามลำดับ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41 - 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ ส่วนสถานภาพนั้น ส่วนใหญ่คือ สมรส / อยู่ด้วยกัน มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายได้ 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่มีบุตรหลานเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา เช่นเดียวกับงานวิจัยของนางชนินันท์ โรจน์เจริญงาม (2546) ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองคนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 – 40 ปี มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน เป็นส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 120,001 – 140,000 บาท

ส่วนที่ 2 การ วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

ผลการศึกษาทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ของผู้ปกครองที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ พบว่าผู้ปกครองให้ทัศนคติโดยรวมในระดับดี โดยผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีมากกับโรงเรียนในส่วนของแบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษ และการจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก ซึ่งเป็นข้อสำคัญในการที่ผู้ปกครองนำบุตรหลานเข้ามาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ อันเป็นหลักประกันในด้านความน่าเชื่อถือ ซึ่งโรงเรียนถือเป็นธุรกิจบริการ และไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ดังนั้น ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อลดความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในแง่ของสถานที่ บุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการ

ติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546 : 432)

ในด้านผลิตภัณฑ์ / บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ นั้น ในเรื่องของการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย ส่วนในเรื่องด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย และในด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ด้านราคา พบว่าผู้ปกครองให้ทัศนคติโดยรวมในระดับดี โดยผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีมากกับโรงเรียนในส่วนของไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า ทำให้ผู้ปกครองไม่มีภาระเพิ่มขึ้นในด้านค่าใช้จ่ายแรกเข้าเพิ่มขึ้นอีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด สำรวจ “การเลือกโรงเรียนให้ลูก : เกมวางหมากเพื่ออนาคต” พบว่าในปีการศึกษา 2542 นั้นมีปัญหาเรื่องแป๊ะเจี๊ยะมีเพิ่มขึ้น โดยผู้ปกครองที่ฝากนักเรียนเข้าเรียนโดยเสียค่าใช้จ่ายสูงถึงร้อยละ 7.4 ในปีการศึกษา 2542 ขณะที่ในปีการศึกษา 2541 มีเพียงร้อยละ 2.3 เท่านั้น

ในด้านราคาโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ นั้น ในเรื่องของการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านราคาโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย ส่วนในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ หมายความว่า เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย และในด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมา

เรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ด้านสถานที่ พบว่าผู้ปกครองให้ทัศนคติโดยรวมในระดับดี โดยผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีกับโรงเรียนในส่วนของการเดินทางไป- กลับ สะดวก สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงาม ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ – ส่งนักเรียน และความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ – ส่งนักเรียนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด สำรวจ “พฤติกรรมการเลือกโรงเรียนให้ลูก” โดยผู้ปกครองในกรุงเทพ ฯ หันมาเลือกโรงเรียน โรงเรียนต้องมีสิ่งแวดล้อมที่ดี และต้องเป็นโรงเรียนสีขาวหรือโรงเรียนที่ปลอดยาเสพติด อีกทั้งสภาพแวดล้อมของโรงเรียนมากกว่าที่พิจารณาเฉพาะชื่อเสียงของโรงเรียนเพียงอย่างเดียว

ในด้านสถานที่โดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ นั้น ในเรื่องของการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง ส่วนในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย และในด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ปกครองให้ทัศนคติโดยรวมในระดับดี โดยผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีกับโรงเรียนในส่วนของ website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียน การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง การบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก และการสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติ เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธพลต่อความรู้สึก ความเชื่อถือ หรือพฤติกรรมการซื้อ (Etzel, Walker ;& Stanton. 1997 : G-12)

ในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ นั้น ในเรื่องของการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย ส่วนในเรื่องความพึงพอใจ

หลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย และในด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ด้านบุคคลากร พบว่าผู้ปกครองให้ทัศนคติโดยรวมในระดับดี โดยผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีมากกับโรงเรียนในส่วนของคณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ ซึ่งผู้ปกครองในปัจจุบันเล็งเห็นถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษและต้องการให้บุตรหลานสามารถฟัง พูด อ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้ โดยการที่จะได้ผลที่ดีและเร็วนั้น ควรเริ่มตั้งแต่เด็ก ๆ และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษด้วยเช่นกัน
และนอกจากนี้ก็เพื่อที่ต้องการส่งบุตรหลานไปเรียนต่อยังต่างประเทศ และต้องการให้บุตรหลานเป็นที่ยอมรับในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ที่กล่าวว่ามนุษย์ต้องการหลายประการและเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด โดยความต้องการนั้นจะมีความสำคัญที่แตกต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546 : 209-211)

ในด้านบุคคลากรโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ นั้น ในเรื่องของการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง
มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย ส่วนในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย และในด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ด้านกระบวนการการให้บริการ พบว่าผู้ปกครองให้ทัศนคติโดยรวมในระดับดี โดยผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีมากกับโรงเรียนในส่วนของการเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาส

ต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง ซึ่งถือว่าทางโรงเรียนได้ให้โอกาสกับนักเรียน ผู้ปกครองมีส่วนร่วมกับทางโรงเรียนในการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันให้มากขึ้น อีกทั้งยังมีส่วนทำให้ผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีกับโรงเรียนมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งลอดคล้องกับเนื้อหาที่ว่า สัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ขายมีพลังดั่งเครื่องยนต์เทอร์โบซึ่งยากที่จะสร้างขึ้นมาได้ (National Foremen's Institute, 1963 อ้างใน วีระพล เอี่ยมโสภา. 2547 : 35) ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการกับผู้ขาย จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายโดยแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีนั้น

ในด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ นั้น ในเรื่องของการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังดีมากขึ้นด้วย ส่วนในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีน้อยลง และในด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่าผู้ปกครองให้ทัศนคติโดยรวมในระดับดี โดยผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีกับโรงเรียนในส่วนของความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสม ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการ ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอน ความทันสมัยของตำราเรียน ความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่น ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม และความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการ ซึ่งสอดคล้องกับข้อความที่ว่าต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) ยกตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Consumer Value Preposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์.และคณะ. 2543 : 17-19)

ในด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ นั้น ในเรื่องของการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวังไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านการทำงานของโรงเรียนกับความคาดหวัง ส่วนในเรื่องความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านความพึงพอใจหลังจากที่บุตรหลานของท่านมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีน้อยลง และในด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อโรงเรียนมีปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ด้านโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ดีมากขึ้นด้วย

โดยสรุปแล้วนั้นทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเรียนโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ สอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค [Model of buyer (consumer) behavior]. คอทเลอร์ (Kotler. 1997 : 175) ที่กล่าวว่า จุดเริ่มต้นของกระบวนการแสดงออกพฤติกรรมของผู้บริโภค เริ่มจากมีสิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาสู่กระบวนการทางความรู้สึกนึกคิด (Black box) และก่อให้เกิดเป็นการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น ๆ โดยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดได้แก่ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยกระตุ้นอื่น ๆ ประกอบด้วย แรงผลักดันหรือเหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม โดยปัจจัยกระตุ้นเหล่านี้จะผ่านเข้าสู่กล่องดำความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งนำไปสู่การตอบสนอง ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ เลือกผลิตภัณฑ์ รวมถึงลักษณะของผู้บริโภค เช่น ปัจจัยด้านสังคม (Social) ปัจจัยส่วนบุคล (Personal) และปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological) ได้แก่ การรับรู้, การจูงใจ, การเรียนรู้, ความเชื่อถือ, ทัศนคติ, บุคลิกภาพ และแนวคิดของตนเอง จะผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้เป็นพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสัญชาติไทย สัญชาติคู่สมรสส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย มีช่วงอายุ 31- 40 ปี มีสถานภาพ สมรส / อยู่ด้วยกัน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายได้ 100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน มีบุตรหลานเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวนบุตรหลานที่ท่านได้รับเลี้ยงดูต่ำสุด คือ 1 คน และจำนวนบุตรหลานที่ท่านได้รับเลี้ยงดูสูงสุด คือ 4 คน จำนวนบุตรหลานที่ท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ต่ำสุด คือ 1 คน และจำนวนบุตรหลานที่ท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ สูงสุด คือ 3 คน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ดังนั้นในการพัฒนาแผนการตลาดควรให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมายกลุ่มนี้

2. ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ ผู้วิจัยเสนอแนะให้ผู้บริหารของโรงเรียนควรทำการหาข้อมูลโรงเรียนอื่น ๆ เพื่อทำการเปรียบเทียบด้านหลักสูตรและเนื้อหาว่ามีพัฒนาหรือมีการเปลี่ยนแปลงและให้ทัดเทียมตามมาตรฐานสากล นอกจากนี้ควรจัดหลักสูตรให้ตอบสนองกับความต้องการใรการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาทั้งในและต่างประเทศเพื่อให้ทันต่อการแข่งขันในโลกปัจจุบัน

3. ปัจจัยด้านราคา จากผลของระดับทัศนคติในเรื่องของการแจ้งค่าธรรมเนียมซึ่งยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควรนั้น เนื่องมาจากการแจ้งนั้นทำได้หลายวิธี เช่น ส่งจดหมายเรียกเก็บ การส่งโทรสารแจ้งทางโทรศัพท์ เป็นต้น ซึ่งบางวิธีนั้นอาจจะเกิดข้อผิดพลาดได้ ดังนั้นทางโรงเรียนควรจะหาวิธีการที่มีความรัดกุมและสะดวกต่อผู้ปกครองด้วย เช่น ข้อมูลของผู้ปกครองที่ถูกต้องและแม่นยำโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เฉพาะด้านมาช่วยในการทำงาน และในการตั้งราคาของค่าธรรมเนียมในการศึกษา และอัตราค่าบริการต่าง ๆ ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ รวมทั้งสร้างความแตกต่างด้านราคากับโรงเรียนนานาชาติแห่งอื่น ๆ นอกจากนี้ยังต้องเหมาะสมกับค่าครองชีพและระดับรายได้ของครอบครัว และสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันด้วย

4. ปัจจัยด้านสถานที่ เนื่องจากผู้ปกครองส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสถานศึกษาเป็นแนวทางในการเลือกสถานศึกษาให้กับบุตรหลาน เช่น ทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง สถานที่ที่กว้างขวาง สะดวกและปลอดภัย ซึ่งผลจากการทำการวิจัยนั้นอยู่ในระดับดี แต่เนื่องจากสถานที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดทำให้ไม่สามารถขยายบริเวณของโรงเรียนได้ ดังนั้นผู้วิจัยเสนอแนะให้ว่าต้องเน้นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ปกครองในด้านของที่จอดรถ โดยให้มีปริมาณที่เพียงพอและเหมาะสม มีความสะดวกในการเดินทางและความปลอดภัยเป็นสำคัญ เนื่องจากผู้ปกครองส่วนใหญ่จะรับ – ส่ง บุตรหลานด้วยตนเอง

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในส่วนของการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ นั้นควรจะให้ความสำคัญมากขึ้นโดยการจัดงบประมาณสำหรับการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์

ป้ายโฆษณา หรือเข้าร่วมจัดงานนิทรรศการการศึกษาต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้ปกครองได้อย่างดี นอกจากนี้ผู้วิจัยเสนอแนะว่าทางโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ควรมีศูนย์ข้อมูลซึ่งสามารถขอติดต่อข้อมูลได้ทุกเรื่อง จะใช้เป็น Center ในการรับส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลนักเรียน เพื่อให้ข้อมูลนั้นถูกต้องชัดเจน และควรมีการพัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารผ่านทาง website ให้มากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคจะคุ้นเคยกับการใช้อินเตอร์เนตเป็นสื่อกลางในการค้นหาข้อมูลและสื่อสารระหว่างกัน

6. ปัจจัยด้านบุคคลากร จากผลการวิจัยโดยรวมนั้นผู้ปกครองมีทัศนคติอยู่ในระดับดี เพราะทั้งคณะครูและพนักงานนั้นต่างก็มีส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานของโรงเรียนเป็นไปอย่างดี และผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ด้านของอาจารย์ควรมีการปรับปรุงด้านวิธีการสอนเพื่อให้มีความน่าสนใจมากขึ้น รวมทั้งมีหลักจิตวิทยาในการสอนด้วย นอกจากนี้ทั้งอาจารย์ และพนักงานที่เกี่ยวข้องควรมีการวัดผลด้วย KPI เพื่อให้เป็นมาตรฐานการปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ซึ่งจะให้เกิดประสิทธิภาพแก่บุคลากร ซึ่งจะมีผลต่อการรับรู้ของผู้ปกครองในด้านต่าง ๆ ด้วย

7. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ จากผลการวิจัยโดยรวมนั้นผู้ปกครองมีทัศนคติอยู่ในระดับดี เนื่องจากการประสานงานและความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองนั้นเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ผลวิจัยพบว่า ด้านกระบวนการการให้บริการนั้นส่งผลกับพฤติกรรมเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ โดยเฉพาะด้านความพึงพอใจ ดังนั้นทางโรงเรียนควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการมากเพราะ ผู้ปกครองมุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการเป็นอย่างดีทั้งความรวดเร็วและความเป็นกันเอง

8. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จากผลการวิจัยโดยรวมนั้นผู้ปกครองมีทัศนคติอยู่ในระดับดี เพราะรูปลักษณ์ของสถานศึกษาที่ทันสมัยเป็นสิ่งดึงดูดผู้ปกครอง อีกทั้งเรื่องความสะอาดความมีระเบียบและเป็นสัดเป็นส่วนเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนและผู้ปกครองเกิดการรับรู้ต่อคุณภาพในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดเตรียมไว้ให้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่คาดว่าน่าจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เช่น ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคมเป็นต้น

2. ศึกษาในเรื่องการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เพื่อให้ทราบถึงการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่จะทำให้โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ประสบความสำเร็จ

3. ศึกษาถึงพฤติกรรมความพึงพอใจของพนักงานที่ทำงานที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ ทั้งสองแห่ง คือ พัทยา และกรุงเทพ ฯ เช่น ด้านสถานที่ทำงาน สวัสดิการและค่าตอบแทน สิ่ง

อำนวยความสะดวกในการทำงาน เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาโรงเรียนในด้านต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้น

4. ทำการศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้จริงของผู้ปกครองเพื่อทราบระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองซึ่งส่งผลถึงแนวโน้มของการใช้บริการของผู้ปกครอง

5. ทำการวิจัยความคิดเห็นของผู้ปกครองในลักษณะการเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนนานาชาติในกรุงเทพ ฯ และต่างจังหวัด

6. ผู้ปกครองส่วนใหญ่นั้นมีความคาดหวังที่ค่อนข้างสูงต่อคุณสมบัติหลักสูตรการเรียนในระบบอังกฤษ ซึ่งอาจจะไม่ครอบคลุมถึงความต้องการหรือข้อบกพร่องของหลักสูตร จึงควรมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ปกครองมีโอกาสแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2546). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2545). *หลักสถิติ*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตรการพิมพ์.

ดารา ทีปะปาล. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2538). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฬาภรณ์ ประจงพงศ์พันธุ์. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร*. ปริญญานิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

เฉิมลักษณ์ จันทรเสน. (2533). *ความต้องการของผู้ปกครองต่างช่วงชั้นทางสังคมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเกี่ยวกับสถานศึกษาของบุตร*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การพัฒนาการศึกษา) กรุงเทพ ฯ. : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

ธงชัย สันติวงษ์. (2533). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 5 (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : บริษัท โรงพิมพ์วัฒนาพานิช จำกัด.

ปริญ ลักษิตานนท์. (2537). *หัวใจกลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

ชนินันท์ โรจน์เจริญงาม. (2546). *ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองคนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ..ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ภูษิตย์ วงษ์เล็ก. (2540). *ความคาดหวังของผู้ปกครองนักเรียนในการนำบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (บริหารการศึกษา) กรุงเทพ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2530). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ศรีบุญอุตสาหกรรมการพิมพ์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

วราภรณ์ นพคุณทอง. (2538). *ความคาดหวังของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการศึกษาโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (บริหารการศึกษา) กรุงเทพ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

วุฒิชัย จำนง. (2523). *พฤติกรรมการตัดสินใจ.* กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ศุภร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* พิมพ์ครั้งที่ 3. ฉบับปรับปรุงแก้ไข. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ. อาร์. บิซิเนส เพรส จำกัด.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

_____. (2542). *กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด.* กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

สุวิทย์ เปียผ่อง และจรัสศรี นวกุลศิรินารถ. (2530). *หลักการตลาด.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา กรมการศาสนา.

สุเทพ ทองมังกร. (2528). *การศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนและสภาพที่เป็นจริงของโรงเรียนคาทอลิก ในกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2539). *พฤิตกรรมผู้บริโภค.* ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรสิทธ์ แก้วใจ. (2542). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนระดับประถมศึกษาในกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, กลุ่มงานโรงเรียนนโยบายพิเศษ. (2536). *หลักเกณฑ์การจัดตั้งโรงเรียนนานาชาติ.* กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, กลุ่มงานโรงเรียนนโยบายพิเศษ. (2548). *หลักเกณฑ์และแนวทางดำเนินการการขอเปิดสอนโครงการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการเป็นภาษาอังกฤษในโรงเรียนเอกชน.* กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

บรรณานุกรม (ต่อ)

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2544). *พฤติกรรมการเลือกโรงเรียนให้ลูก.* กรุงเทพฯ. ม.ป.พ.

_____. (2542). *การเลือกโรงเรียนให้ลูก : เกมวางหมากเพื่ออนาคต.* กรุงเทพฯ. ม.ป.พ.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2546). กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.

_____. (2542). *องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์.* กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

_____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 46.* กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

_____. (2547). *การวิจัยตลาด.* กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.

Cronbach, Lee Joseph. (1984). *Essential of Psychology Testing 4th ed*. New York : Harper.

Edware H.Litchfield. (1956). *Notes on general Theory of Administration.* New York: Administrative Science Ornately.

Harrison, F.E. (1973). *The Managerial Decision-Marking Process*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Kotler, Philip. (1997). *Marketing management : Analysis, Planning, Implementation and control. 9th ed*. New Jersey: Prentice Hall International., Inc.

_____. (2000). *Marketing management. : Analysis, Planning, Implementation and control. The millennium edition 9th ed*. New Jersey: Prentice Hall International., Inc.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). *Consumer behavio*r. 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

Maslow, A.H. (1954). *Motivation and Personality*. New york : Harper & Row.

Stanton, William J. and Charles Futrell. *Fundamental of Marketing*. 8th ed. New York : McGraw-Hill, 1987.

Shull, Freinont A. and Others. (1970). *Organizational Decision Making*. New York: McGraw Hill.

Simon, H.A. (1960). *The New Science of Management Decision.* New York: Harper & Row.

http://www.isat.co.th

http://www.regents.ac.th

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

"ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ"

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโท คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์ในภาพรวมโดยไม่ได้ระบุว่าเป็นของบุคคลใด เพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการแก่ผู้ที่สนใจต่อไป

แบบสอบถามชุดนี้มีจำนวน 7 หน้า ประกอบไปด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการบริหารการตลาดของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้ศึกษาจึงขอความกรุณาท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

นางสาวสุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์
นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย √ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว หรือเพิ่มข้อความลงในช่องที่ว่างไว้

1. เพศ
   - ☐ (1) ชาย
   - ☐ (2) หญิง
2. สัญชาติ
   - ☐ (1) ไทย
   - ☐ (2) อังกฤษ
   - ☐ (3) เกาหลี
   - ☐ (4) ญี่ปุ่น
   - ☐ (5) ไต้หวัน
   - ☐ (6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....
3. คู่สมรสของท่านมีสัญชาติ
   - ☐ (1) ไทย
   - ☐ (2) อังกฤษ
   - ☐ (3) เกาหลี
   - ☐ (4) ญี่ปุ่น
   - ☐ (5) ไต้หวัน
   - ☐ (6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....
4. ปัจจุบันท่านมีอายุ
   - ☐ (1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี
   - ☐ (2) 31 – 40 ปี
   - ☐ (3) 41 – 50 ปี
   - ☐ (4) 51 ปีขึ้นไป
5. สถานภาพสมรส
   - ☐ (1) โสด
   - ☐ (2) สมรส / อยู่ด้วยกัน
   - ☐ (3) หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่
6. ระดับการศึกษาสูงสุด
   - ☐ (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
   - ☐ (2) ปริญญาตรี
   - ☐ (3) สูงกว่าปริญญาตรี
7. อาชีพ
   - ☐ (1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
   - ☐ (2) พนักงานบริษัทเอกชน
   - ☐ (3) เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
   - ☐ (4) อื่น ๆ โปรดระบุ .....
8. รายได้รวมของครอบครัวท่านโดยเฉลี่ยต่อเดือน
   - ☐ (1) ไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน
   - ☐ (2) 50,001 – 100,000 บาทต่อเดือน
   - ☐ (3)100,001 – 150,000 บาทต่อเดือน
   - ☐ (4) 150,001 – 200,000 บาทต่อเดือน
   - ☐ (5) มากกว่า 200,001 บาทต่อเดือน
9. จำนวนบุตรหลานที่ท่านได้รับเลี้ยงดู โปรดระบุจำนวน ..... คน
10. จำนวนบุตรหลานที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ โปรดระบุจำนวน.....คน
11. บุตรหลานของท่านที่เรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์อยู่ในระดับชั้น
    - ☐ (1) อนุบาล
    - ☐ (2) ประถมศึกษา
    - ☐ (3) มัธยมศึกษา
    - ☐ (4) มากกว่า 1 ระดับชั้น

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการบริหารการตลาดของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ โปรดพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่นี่ให้แก่บุตรหลานของท่านในระดับใด แล้วทำเครื่องหมาย√ลงในช่องด้านหลังของแต่ละข้อเพียงช่องเดียว

2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ทัศนคติต่อการบริหารการตลาด	ระดับทัศนคติ				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ต้องปรับปรุง	ต้องปรับปรุงอย่างมาก
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ					
1.1 แบบแผนระบบการศึกษาของโรงเรียนในระบบอังกฤษ					
1.2 ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้ง					
1.3 หลักสูตรการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน					
1.4 เนื้อหาของวิชาที่เปิดสอน					
1.5 การจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก					
1.6 การให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคล					
1.7 กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียน					
1.8 การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษา					
1.9 เป็นโรงเรียนที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย					
1.10 เป็นโรงเรียนที่มีตำราเรียนโดยคิดรวมกับค่าธรรมเนียม					
2. ปัจจัยด้านราคาของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ					
2.1 อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม					
2.2 ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียม					
2.3 การแจ้งค่าธรรมเนียมชัดเจน					
2.4 วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวก					
2.5 ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า					

ทัศนคติต่อการบริหารการตลาด	ระดับทัศนคติ				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ต้องปรับปรุง	ต้องปรับปรุงอย่างมาก
3. ปัจจัยด้านสถานที่ของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ					
3.1 การเดินทางไป- กลับ สะดวก					
3.2 สถานที่กว้างขวางและบริเวณของโรงเรียนสะอาดสวยงาม					
3.3 ความสะดวกและปลอดภัยของรถบริการรับ - ส่งนักเรียน					
3.4 ความสะดวกและปลอดภัยของที่จอดรถรับ - ส่งนักเรียน					
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ					
4.1 การประชาสัมพันธ์ตามนิทรรศการการศึกษา					
4.2 website ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์					
4.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และ website เป็นต้น					
4.4 การนำนักเรียนไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือการแข่งขันภายนอกโรงเรียน					
4.5 การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง					
4.6 การบอกเล่าจากบุคคลที่ท่านรู้จัก					
4.7 การสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ					
5. ปัจจัยด้านบุคลากรของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ					
- ปัจจัยด้านอาจารย์					
5.1 คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ					
5.2 คณะอาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี					
5.3 คณะอาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถสูง					
5.4 คณะอาจารย์ผู้สอนสามารถให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องของการเรียนและการดำรงชีวิตได้					

ทัศนคติต่อการบริหารการตลาด	ระดับทัศนคติ				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ต้องปรับปรุง	ต้องปรับปรุงอย่างมาก
5.5 บุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์มีความเหมาะสม					
5.6 อาจารย์มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง					
- ปัจจัยด้านผู้บริหารและพนักงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ					
5.7 การบริหารงานโดยผู้ที่มีประสบการณ์หรือผู้ชำนาญ					
5.8 การพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ					
5.9 บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้บริหารและพนักงานมีความเหมาะสม					
5.10 ผู้บริหารและพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มและเป็นกันเอง					
6. ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ					
6.1 ขั้นตอนและกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาง่ายและสะดวก					
6.2 การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโรงเรียนหรือระบบการสอนได้อย่างรวดเร็ว					
6.3 การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนเข้าศึกษาใหม่					
6.4 คุณภาพของการสอนและการให้บริการ					
6.5 การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด					
6.6 จำนวนนักเรียนในแต่ละห้องมีความเหมาะสม					
6.7 การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน					
6.8 ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเพื่อสนับสนุนพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญาและอารมณ์					
6.9 การแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจน					
6.10 การแจ้งปัญหาของนักเรียนและร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองในการแก้ไขปัญหา					

ทัศนคติต่อการบริหารการตลาด	ระดับทัศนคติ				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ต้องปรับปรุง	ต้องปรับปรุงอย่างมาก
6.11 การเชิญผู้ปกครองมาร่วมพบปะสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานกีฬา งานลอยกระทง					
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ					
7.1 ความสะอาดของห้องเรียนและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียน					
7.2 ความทันสมัยของห้องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ให้บริการ					
7.3 ความสะอาดและสะดวกต่อการใช้งานของห้องสมุด ห้องดนตรีและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ					
7.4 ความทันสมัยของโสตอุปกรณ์ในการเรียนการสอน					
7.5 ความทันสมัยของตำราเรียน					
7.6 ความสะอาดและปลอดภัยของสนามเด็กเล่น					
7.7 ความเหมาะสมและเพียงพอของสนามกีฬา สระว่ายน้ำ และสนามกีฬาในร่ม					
7.8 ความสะอาดของโรงอาหาร และถูกหลักโภชนาการ					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ

คำชี้แจง โปรดเติมตัวเลขในช่องว่าง

1. เวลาในการเดินทางจากบ้านถึงโรงเรียนโดยเฉลี่ย ..... นาที
2. บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ มาแล้ว ..... ปี
3. การทำงานของโรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ เป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับความคาดหวัง
   สูงกว่าความควาดหวัง _____:_____:_____:_____:_____ ต่ำกว่าความคาดหวัง
4. หลังจากที่บุตรหลานของท่านเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ แล้วท่านรู้สึกอย่างไร
   พอใจอย่างมาก _____:_____:_____:_____:_____ ไม่พอใจอย่างมาก
5. ถ้าท่านมีโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนนานาชาติเดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพ ฯ ท่านจะแนะนำ
   หรือไม่
   แนะนำอย่างแน่นอน _____:_____:_____:_____:_____ ไม่แนะนำอย่างแน่นอน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในช่องว่างต่อไปนี้

1. ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือก

.....
.....
.....
.....

2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
.....
.....
.....
.....

****ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม****

ภาคผนวก ข
จดหมายขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศธ 0519.12/๓๖๕ **วันที่** ๑๑ เมษายน 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวสุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณักษ์ กุลิสร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวสุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ 0519.12/3766

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

29 เมษายน 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์

เนื่องด้วย นางสาวสุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉักษ์ กุลิสร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกเรียนที่โรงเรียนนานาชาติ เดอะรีเจ้นท์ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวสุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญสิริ จิระเดชากุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 081-6943-343

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา	ประธานกรรมการบริหาร หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์	อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	สุดาทิพย์ ทักษไพบูลย์
วันเดือนปีเกิด	22 กรกฎาคม 2521
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	43/79 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพ ฯ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	The Regent's School
	592 ถนนประชาอุทิศ แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพ ฯ 10320
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2539	มนุษยศาสตร์ ภาษาฝรั่งเศส
	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
พ.ศ. 2550	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา การจัดการ
	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร