

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2557

ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

มีนาคม 2557

ลิขสิทธิ์เป็นขอมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

มีนาคม 2557

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์. (2557). แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของ
นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินุณยานิพนธ์
บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษาปรินุณยานิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร. ณิช กุลิสร์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชา
แห่งเดิมของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้าน
ลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด บริการ ปัจจัยทางด้าน
สังคมและแรงจูงใจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น
ประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 – ป.6) ในสถานกวดวิชาของเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน
285 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การ
วิเคราะห์ความแตกต่างโดยการหาค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบ
ความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
ของเพียร์สันและการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือสัมประสิทธิ์
การถดถอย

ผลวิจัยพบว่า

1. นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 147 คน มีอายุ 12 ปี
เรียนอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 , 5 และ 6 อย่างละเท่ากัน ศึกษาอยู่ในสังกัดโรงเรียนรัฐบาล
ผลการเรียนภาคเรียนล่าสุด มีคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.00
2. นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามด้านความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ
โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน
กระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคาอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนด้านการสร้าง
และนำเสนอทางกายภาพและด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพึงพอใจ
3. นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสังคม โดยภาพรวมอยู่ใน
ระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าครอบครัวมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสำคัญมาก
ที่สุด ส่วนกลุ่มอ้างอิงมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง
4. นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อ
พิจารณารายด้านพบว่า ด้านเหตุผลมีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอารมณ์มีระดับ
แรงจูงใจอยู่ในระดับมาก
5. นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวด
วิชา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
6. นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชา
แห่งเดิม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

7. นักเรียนที่มีอายุและระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในด้านการสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

9. ปัจจัยทางด้านสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิงและครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ได้แก่ ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน และด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

10. แรงจูงใจของนักเรียน อันประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

11. พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

FACTORS AFFECTING STUDENTS' BEHAVIOR TREND IN STUDYING TUTORIAL
SCHOOL FOR ELEMENTARY SCHOOL IN BANGKOK METROPOLIS



Presented in Partial Fulfillment of the Requirement for the
Master of Business Administration degree in marketing
at Srinakharinwirot University

March 2014

Chonlatid Heamaprasit. (2014). *Factors Affecting Students' Behavior Trend In Studying Tutorial School For Elementary School in Bangkok Metropolis*. Master's project, M.B.A. (Marketing). Graduate School. Srinakarinwirot University. Project Advisor: Associate Professor Nak Gulid, Ph.D.

This research aims to study behavior trend on continuing to study at the same tutorial school of upper elementary school students in Bangkok metropolis that consisting of demographic factors, marketing mix satisfaction factors, and social and motive factors. Sample size is 285 upper elementary school students (P.4-P.6) studying at the private tutorial schools in Bangkok metropolis. The tool for data collection is questionnaire. Statistics for data analysis are percentage, mean, and standard deviation. Statistics for hypotheses testing are the difference analysis by applying the t-test, one-way analysis of variance, pair difference comparison by applying Least Significant Difference, Pearson product moment correlation coefficient, and statistical significance test of multiple regression analysis.

Research results are as follows:

1. The majority of respondents are 147 girls aged 12 years for 98 students, studying at Pathom 4 for 95 students, Pathom 5 for 95 students, and Pathom 6 for 95 students , studying at public schools for 145 students and ,having Grade Point Average (GPA) of current semester between 3.51 and 4.00 for 203 students.
2. Responding students have overall satisfaction toward marketing mix at the high levels. Considering in each category, category of people, product, process, place, and price are at the high levels. Whereas, category of physical evidence and promotion are at the satisfied levels.
3. Responding students have opinions toward overall social factors at the very high important levels. Considering in each category, family members have opinions at the most important while the reference group has opinions at the moderate levels.
4. Responding students have opinions toward overall motive at the highest levels. Considering in each category, they have opinions toward rational and emotional aspects at the highest and high motive levels, respectively.

5. Responding students have opinions toward overall studying behavior in tutorial schools at the highest levels. Whereas, they have opinions toward studying behavior in tutorial schools in category of inquiring tutors for their suspicions at the high levels.

6. Responding students have overall behavior trend on continuing to study at the same tutorial school at the high levels.

7. Consumers with different age and education level influence studying behavior in tutorial schools in category of the pleasure on tutors' teaching differently with statistical significance of 0.05 levels. Consumers with different schools influence studying behavior in tutorial schools in category of the pleasure on tutors' teaching differently with statistical significance of 0.05 levels.

8. Consumers with different GPA influence behavior on continuing to study at the same tutorial schools in category of students' full attention on their class study differently with statistical significance of 0.01 levels.

9. Social factors consisting of reference group and family have positively related to behavior on continuing to study at the same tutorial school in category of students aiming to attend all classes without skipping, students paying full attention on their class study, students inquiring tutors on their suspicion, students' pleasure on tutors' teaching, and students having good interaction with their classmates and officers at tutorial school at the low levels with statistical significance of 0.01 levels.

10. Consumers' motive consisting of rational and emotional aspects have positively related to behavior on continuing to study at the same tutorial school in category of students aiming to attend all classes without skipping, students paying full attention on their class study, students inquiring tutors on their suspicion at the moderate levels with statistical significance of 0.01 levels.

11. Studying behavior in tutorial schools has positively related to behavior trend on continuing to study at the same tutorial school in category of students' enrollment on the consequent course at the same tutorial school at the low levels with statistical significance of 0.01 levels.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่ 5 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2557

อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า



ที่ปรึกษา



ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิสร)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรัญ เลิศวรรณวิทย์)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิสร)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนกระทั่งปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์จากรองศาสตราจารย์ ดร. ฌักส์ กุลิสร์ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ความสำเร็จใดๆในการทำปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ให้วิชาความรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณค่าอย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อ และคุณแม่ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจตลอดมา จนกระทั่งงานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

และกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุนีย์ เหมะประสิทธิ์ ที่ช่วยให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ตลอดจนการสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่ดีแก่ผู้วิจัย

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้บิดา มารดา ที่ได้อบรมสั่งสอน ปลูกฝังคุณงามความดี และความมานะ อดทน ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่าน ที่ให้วิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานสำคัญทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำปริญญานิพนธ์ครั้งนี้

ชลธิศ เหมะประสิทธิ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
สมมติฐานในการวิจัย	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคม	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	15
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	30
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	31
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค	38
ประวัติของโรงเรียนกวดวิชา	50
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
3 วิธีดำเนินการวิจัย	58
การกำหนดประชากรและสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	58
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	61
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	67
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	68

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	76
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	76
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	76
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	77
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	183
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	183
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	185
อภิปรายผลการวิจัย	208
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	225
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	229
บรรณานุกรม	230
ภาคผนวก	234
ภาคผนวก ก	235
ภาคผนวก ข	244
ประวัติย่อผู้วิจัย	246

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน ความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	77
2	ผลการเรียนภาคเรียนล่าสุด.....	79
3	รายวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา.....	80
4	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อสถานกวดวิชาของนักเรียน.....	81
5	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อปัจจัยด้านสังคม.....	84
6	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับแรงจูงใจของนักเรียนในการมาเรียนกวดวิชา.....	85
7	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา.....	87
8	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักเรียนต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียน.....	88
9	แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ.....	89
10	การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test ทดสอบ.....	90
11	แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ.....	93
12	แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test.....	94
13	แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe.....	95
14	แสดงความแตกต่างของความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเมื่อจำแนกตามอายุของนักเรียน โดยใช้วิธี Dunnett's T3.....	95

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม การเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ	97
16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนใน สถานกวดวิชาจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test	98
17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนใน สถานกวดวิชาจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe	99
18 แสดงความแตกต่างด้านมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Dunnett's T3	99
19 แสดงความแตกต่างด้านมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Games-Howell	100
20 แสดงความแตกต่างด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเมื่อจำแนก ตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Dunnett's T3	100
21 แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม การเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามสังกัดของโรงเรียน โดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ	101
22 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามสังกัด ของโรงเรียนโดยใช้สถิติ t-test ทดสอบ	102
23 แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ ของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามผลการเรียนโดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ	105
24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชา จำแนกตามผลการเรียน โดยใช้สถิติ F-test	106
25 แสดงความแตกต่างด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนเมื่อจำแนกตามผลการเรียน โดยใช้วิธี LSD	107
26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชา จำแนกตามผลการเรียน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe	108
27 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมา เรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยใช้การวิเคราะห์Multiple Regression	109

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter.....	110
29 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression.....	112
30 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนใน สถานกวดวิชา ของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยใช้ การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter.....	113
31 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของ นักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย โดยใช้ การวิเคราะห์ Multiple Regression.....	115
32 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนใน สถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter.....	116
33 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของด้านส่วนประสมทางการตลาดพฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของ อาจารย์ผู้สอนโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression.....	118
34 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนใน สถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter.....	119
35 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของด้านส่วนประสมทางการตลาดพฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อน ที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression...	121
36 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนใน สถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและ บุคลากรในสถานกวดวิชาโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter.....	122

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
37 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	125
38 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	128
39 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย	132
40 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์	135
41 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	139
42 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน	143
43 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	147
44 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	152
45 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	156
46 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	161
47 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม	166
48 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน	169

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
49 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรม การเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือ บุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้.....	172
50 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรม การเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตร การเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชา แห่งเดิม.....	175
51 สรุปสมมติฐานในการวิจัย.....	178



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	8
2 แสดงบทบาทและสถานะของบุคคลในการตัดสินใจซื้อ.....	14
3 โมเดลเครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service)...	25
4 แสดงรูปพฤติกรรมผู้บริโภค [Model of buyer (consumer) behavior] และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factors influencing consumer's buying behavior).....	42



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ได้วิเคราะห์คะแนนการทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐานหรือ O-Net ของนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากจำนวนนักเรียนเข้าสอบทั้งสิ้น 28,290 คน พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนน O-Net รวมทุกวิชาในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 อยู่ที่ 49.36 คะแนน (ผู้จัดการออนไลน์. 18 กันยายน 2555) ข้อมูลดังกล่าวแสดงถึงมาตรฐานการศึกษาของเด็กไทยโดยรวมอยู่ในระดับต่ำกว่าเกณฑ์การเรียนรู้กววิชาจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารช่วยแก้ปัญหาของผลการเรียนให้กับนักเรียนได้

เดิมทีการกววิชามีจุดมุ่งหมายเพียงเพื่อจัดการเรียนการสอนเสริมให้สำหรับนักเรียนที่เรียนอ่อนหรือเรียนไม่ทันเพื่อน หากแต่ในปัจจุบันจุดมุ่งหมายในการเรียนกววิชาเริ่มเปลี่ยนไป ไม่ใช่เฉพาะนักเรียนที่เรียนอ่อนเท่านั้น แต่นักเรียนหลายคนที่ยเรียนกววิชาต้องการเรียนให้เก่งขึ้นหรือเรียนให้เก่งกว่าคนอื่น นักเรียนแต่ละคนจะมีเหตุผลในการเรียนกววิชาที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในคือ ระบบการเรียนการสอนในโรงเรียนที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถสอนเนื้อหาให้นักเรียนได้เท่ากัน ปัจจัยจากตัวนักเรียนเอง เช่น ความไม่เอาใจใส่ ความไม่สนใจและไม่ตั้งใจเรียน หรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ ก็ตามเช่น อาจารย์ของโรงเรียนกววิชาที่มีเทคนิคในการสอนที่แปลกใหม่ และแตกต่างไปจากในห้องเรียนของโรงเรียนในระบบ หรือค่านิยมในการเรียนกววิชาที่นักเรียนจำนวนมากมองเห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น หากไม่เรียนกววิชาก็จะไม่มีความรู้เท่าเพื่อนที่เรียนกววิชา

จากผลสำรวจของนักเรียนที่เรียนกววิชาพบว่า นักเรียนที่เรียนกววิชาอยู่ในปัจจุบันคิดว่าจำเป็นที่จะต้องเรียนพิเศษเพราะปัจจุบันการแข่งขันทางการศึกษามีสูงขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องเรียนพิเศษเพื่อพัฒนาตนเอง และการเรียนพิเศษทำให้มีความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนมากขึ้น (นิด้าโพล. เด็กไทยกับโรงเรียนกววิชา. 85/2555)

ปัจจุบันธุรกิจโรงเรียนกววิชาจัดได้ว่าเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่นำลงทุนติดอันดับต้น เนื่องด้วยมีการเติบโตอย่างแพร่หลายไม่ว่าสภาพเศรษฐกิจจะมีสภาวะใดก็ตาม การสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนต่อในสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวเร่งให้ธุรกิจโรงเรียนกววิชาประสบผลสำเร็จสำหรับธุรกิจกววิชานั้น มีการประเมินเรื่องค่าเรียนว่าไม่ต่ำกว่าปีละ 30,000 ล้านบาท โดยมีเด็กนักเรียนเรียนเฉลี่ย 3 หลักสูตรต่อหนึ่งภาคเรียน ค่าเรียนเฉลี่ยหลักสูตรละประมาณ 2,000 บาท (จิตรา วงศ์บุญสิน. 23 สิงหาคม 2554, จาก <http://www.chulakid.com>)

จากแนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจโรงเรียนกววิชาในประเทศไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประมาณการมูลค่าตลาดธุรกิจกววิชาในปี 2556 ไว้ที่ประมาณ 7,160 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีมูลค่าประมาณ 7,000 ล้านบาท และจะเติบโตไปสู่ 8,189 ล้านบาทในปี 2558 หรือจะ

เติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.4 จึงเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจและดึงดูดใจสำหรับผู้ประกอบการไทย เป็นอย่างยิ่ง และจังหวัดกรุงเทพมหานครมีจำนวนของโรงเรียนกวดวิชาอยู่เป็นจำนวนมากและมี อัตราการสอบแข่งขันของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายเพื่อเข้าเรียนมัธยมศึกษาที่มี ชื่อเสียงสูงกว่าในเขตของปริมณฑลและต่างจังหวัด ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา ตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งหวังว่าข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการหรือ ผู้ประกอบการที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เพื่อที่จะนำข้อมูลดังกล่าวไปประกอบการพิจารณา ในการบริหารงาน วิเคราะห์ปรับปรุง แผนธุรกิจ ให้ตรงกับความต้องการของนักเรียนและมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน และผลการเรียนของนักเรียน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา แห่งเดิม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงครอบครัว กับพฤติกรรมกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้ม พฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเรียนต่อในสถาน กวดวิชา ของนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสำคัญ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจสถานกวดวิชา สามารถนำผลของการศึกษาไปใช้ประกอบการ พิจารณาในการบริหารงานให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน
2. ผู้ประกอบการที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจสถานกวดวิชาในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ได้รับรู้ถึงความต้องการของนักเรียน

3. เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจได้ศึกษาและนำผลของการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษา และอ้างอิงต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 – ป.6) ในสถานกวดวิชา 5 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 834 คน (แหล่งที่มา : ข้อมูลจำนวนลูกค้าจากสถานกวดวิชาที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัย) และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 – ป.6) ในสถานกวดวิชาของเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967: 887) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 271 คน และสำรองกลุ่มตัวอย่างเพื่อป้องกันความผิดพลาดไว้ 5% จะได้จำนวนเท่ากับ 14 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 285 คน แล้วจึงทำการกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการคัดเลือกสถานกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 5 แห่ง ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการแบ่งโควตา (Quota) ในการสุ่มตัวอย่างนักเรียนจากสถานกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสัดส่วนที่เท่ากัน คือ สถานกวดวิชาแห่งละ 57 คน และจำแนกเป็นชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 อย่างละ 19 คน เท่า ๆ กัน ต่อหนึ่งสถานกวดวิชา รวมทั้งสิ้น 285 คน

สถานกวดวิชา	จำนวน(คน)	จำแนกเป็นชั้นปี	จำนวน(คน)
สถานกวดวิชาแห่งที่ 1	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19
สถานกวดวิชาแห่งที่ 2	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19

สถานกวดวิชา	จำนวน(คน)	จำแนกเป็นชั้นปี	จำนวน(คน)
สถานกวดวิชาแห่งที่ 3	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19
สถานกวดวิชาแห่งที่ 4	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19
สถานกวดวิชาแห่งที่ 5	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19
จำนวนรวม	285		

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ในแต่ละสถานกวดวิชา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ความเต็มใจและยินดีที่จะให้ข้อมูล เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามตามที่กำหนด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 10 ปี

1.1.2.2 11 ปี

1.1.2.3 12 ปี

1.1.2.4 อื่นๆ โปรดระบุ.....ปี

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.3.1 ประถมศึกษาปีที่ 4

1.1.3.2 ประถมศึกษาปีที่ 5

1.1.3.3 ประถมศึกษาปีที่ 6

1.1.4 สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน

1.1.4.1 รัฐบาล

1.1.4.2 เอกชน

- 1.1.5 ผลการเรียนรู้เดิม
 - 1.1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2.00
 - 1.1.5.2 2.01 – 2.50
 - 1.1.5.3 2.51 – 3.00
 - 1.1.5.4 3.01 – 3.50
 - 1.1.5.5 3.51 – 4.00
- 1.1.6 ชื่อสถานที่เรียนกวดวิชา.....
- 1.1.7 รายวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา.....
- 1.1.8 ระยะเวลาที่เรียนกวดวิชาในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร.....
- 1.2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ
 - 1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์
 - 1.2.2 ด้านราคา
 - 1.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - 1.2.5 ด้านบุคคล
 - 1.2.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
 - 1.2.7 ด้านกระบวนการ
- 1.3 ปัจจัยทางด้านสังคม
 - 1.3.1 ด้านกลุ่มอ้างอิง
 - 1.3.2 ด้านครอบครัว
- 1.4 แรงจูงใจ
 - 1.4.1 ด้านเหตุผล
 - 1.4.2 ด้านอารมณ์
- 2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)
 - 2.1 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา
 - 2.2 แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สถานกวดวิชา หมายถึง โรงเรียนที่จัดตั้งตาม พ.ร.บ. การศึกษาเอกชน มาตรา 15(2) ประเภทกวดวิชา เพื่อสอนเสริมวิชาต่าง ๆ เป็นการทบทวนความรู้ โดยอาจกำหนดเวลาเรียนต่างจากเวลาเรียนปกติของนักเรียน เช่น เรียนเฉพาะวันหยุด เฉพาะภาคฤดูร้อน หรือเฉพาะตอนเย็น
2. ผู้เรียนกวดวิชา หมายถึง นักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายที่ใช้บริการสถานกวดวิชาของเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ประถมศึกษาตอนปลาย หมายถึง ช่วงประถมศึกษาปีที่ 4 ถึง ประถมศึกษาปีที่ 6

4. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของนักเรียนที่รู้สึกดี ชอบ หรือประทับใจต่อสถาน กวดวิชาประกอบด้วย

4.1 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ความรู้สึกของนักเรียนที่รู้สึกดี ชอบ หรือประทับใจต่อบัณฑิตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ เนื้อหาของวิชาที่เรียน รูปเล่มของหนังสือที่ใช้ เรียน

4.2 ความพึงพอใจด้านราคา (Price) หมายถึง ความรู้สึกของนักเรียนที่รู้สึกดี ชอบ หรือประทับใจต่อมูลค่าของเงินที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อใช้ในการลงเรียนหลักสูตรรายวิชาในสถานกวด วิชา เช่น ราคาการเรียนในแต่ละหลักสูตร ราคาการเรียนโดยรวมที่คุ้มค่ากับความรู้ที่ได้รับ

4.3 ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ความรู้สึกของนักเรียนที่ รู้สึกดี ชอบ หรือประทับใจต่อสถานที่ที่ใช้ในการประกอบกิจการของสถานกวดวิชา เช่น ความสะดวก ในการเดินทางมาเรียน จำนวนสาขาของสถานกวดวิชา

4.4 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง ความรู้สึกของนักเรียนที่ รู้สึกดี ชอบ หรือประทับใจต่อกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ที่สถานกวดวิชากำหนดขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้น และจูงใจนักเรียน ในสถานกวดวิชา เช่น ส่วนลดราคาที่สถานกวดวิชากำหนดให้ ช่วงระยะเวลาใน การผ่อนผันการชำระเงินที่สถานกวดวิชากำหนดให้ ของสมนาคุณที่สถานกวดวิชาแจกจ่ายให้

4.5 ความพึงพอใจด้านบุคคล (People) หมายถึง ความรู้สึกของนักเรียนที่รู้สึกดี ชอบ หรือประทับใจต่อเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการแก่นักเรียน ในสถานกวดวิชา เช่น รูปแบบการสอนของ อาจารย์ผู้สอน การตอบปัญหาของอาจารย์ผู้สอนเมื่อนักเรียนมีข้อสงสัย การให้คำปรึกษาของ พนักงานฝ่ายธุรการ การพูดจาที่ไพเราะอ่อนหวานของพนักงานฝ่ายธุรการ

4.6 ความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง ความรู้สึกของนักเรียนที่รู้สึกดี ชอบ หรือประทับใจต่อการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบ การให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับนักเรียน ในสถานกวดวิชา เช่น ความปลอดภัยภายในอาคาร การเดินขึ้น – ลงภายในอาคาร ขนาดของห้องเรียน การจัดที่นั่งให้นักเรียน ความสว่างของห้องเรียน ความสะอาดของห้องเรียน , อาคารเรียนและห้องน้ำ อุปกรณ์และสื่อการสอนที่ใช้ประกอบการสอน สภาพโต๊ะและเก้าอี้ที่ใช้ในสถานกวดวิชา

4.7 ความพึงพอใจด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง ความรู้สึกของนักเรียนที่รู้สึก ดี ชอบ หรือประทับใจต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติ ในด้านกระบวนการ ทำงานของสถานกวดวิชา เช่น ระเบียบวิธีการด้านการบริการโดยรวม การบริการที่รวดเร็วของ พนักงานฝ่ายธุรการ

5. ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ซึ่งลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว

5.1 กลุ่มอ้างอิง (reference groups) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่นักเรียนในสถานกวดวิชา ยึดถือเป็นแนวทางในการแสดงความคิดและแสดงพฤติกรรม เช่น เพื่อน เพื่อนบ้าน

5.2 ครอบครัว (Family) หมายถึง บุคคลหรือสมาชิกในครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ของนักเรียน เช่น พ่อ แม่ พี่ น้อง

6. แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคล เกิดการปฏิบัติหรือสิ่งซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drivers) หรือ ความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้ แรงจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอก ของตัวบุคคลนั้น ๆ เป็นแรงจูงใจทางด้านเหตุผลและอารมณ์ที่ใช้ในการตัดสินใจมาเรียนกวดวิชา โดยด้านเหตุผล ได้แก่ ความต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้น การต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษา ต่อในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ อาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้ เข้าใจง่าย นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง สถานกวดวิชามีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขัน เข้าโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียง และด้านอารมณ์ ได้แก่ การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความ เชื่อมั่นให้กับนักเรียน เพื่อนหลายคนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม พี่หรือน้องเรียนกวดวิชาทำ ให้ต้องเรียนตาม

7. พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา หมายถึง การแสดงออกทางกริยาของนักเรียน ขณะที่เรียนในสถานกวดวิชา เช่น ความมุ่งมั่นตั้งใจศึกษาเล่าเรียน การมาเรียนสม่ำเสมอ การซักถาม อาจารย์ผู้สอนเมื่อมีข้อสงสัย

8. แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา หมายถึง แนวโน้มในการตัดสินใจ เรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม หรือความโน้มเอียงที่จะเกิดพฤติกรรมหรือไม่เกิดพฤติกรรม ในอนาคต เช่น เมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไปนักเรียนจะลงทะเบียนเรียน เมื่อมีการเปิดหลักสูตรใหม่ นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน นักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวด วิชาแห่งนี้ หากมีการปรับราคาค่าเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจนักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวด วิชาแห่งเดิม

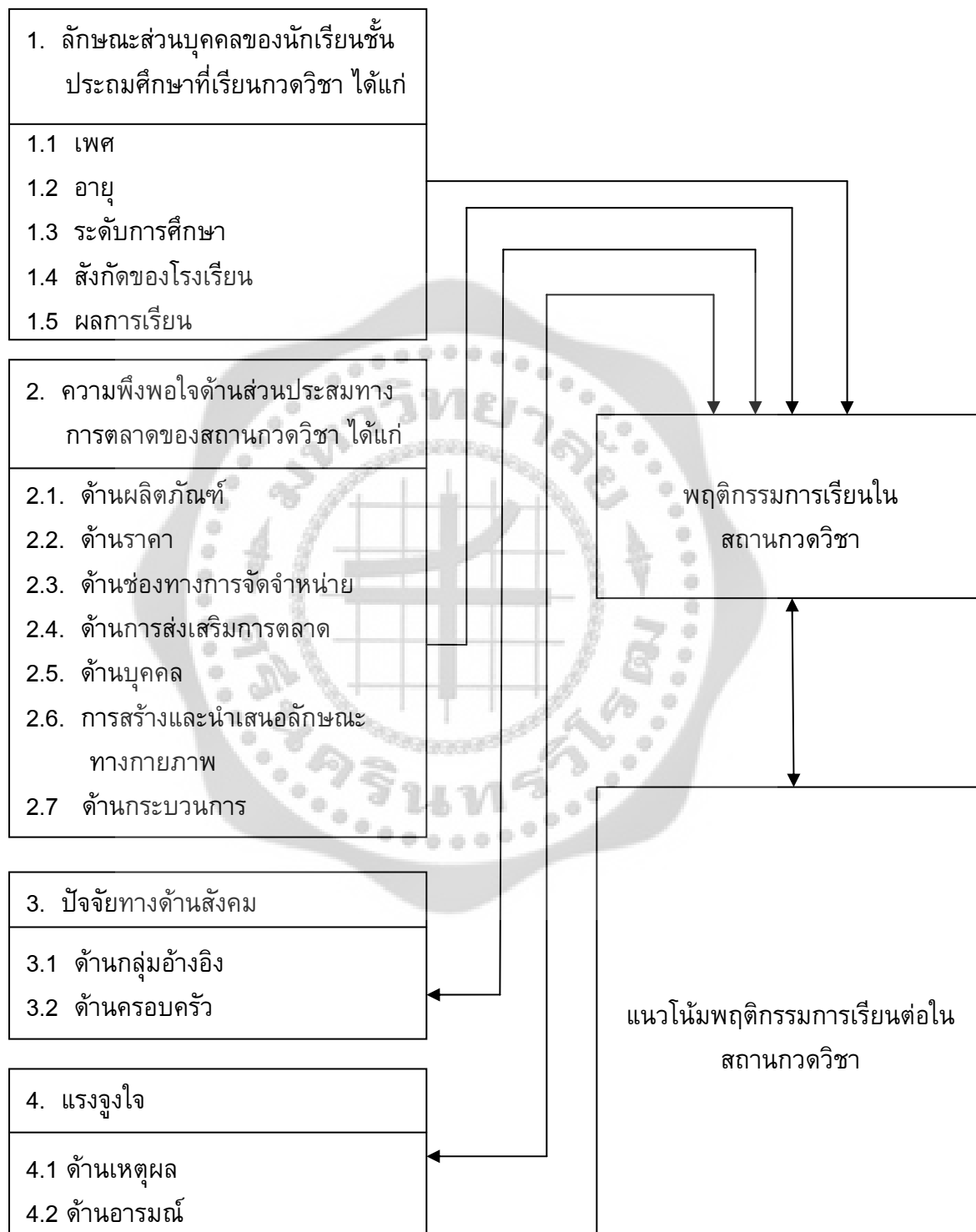
กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

(Independent Variables)

ตัวแปรตาม

(Dependent Variables)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักเรียนที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียน และผลการเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา แตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน
3. ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง และครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน
4. แรงจูงใจ ประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน
5. พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคม
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
5. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค
9. ประวัติของโรงเรียนกวดวิชา
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

เกื้อ วงศ์บุญสิน (2545: 1-2) กล่าวว่าประชากรศาสตร์ (Demography) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับขนาดโครงสร้าง การกระจายตัว ตลอดจนสาเหตุและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงประชากร อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาด โครงสร้าง และการกระจายตัวของประชากรดังกล่าวแล้ว ส่วนประกอบของการเปลี่ยนแปลงประชากรที่สำคัญ คือ การเกิด การตาย และการย้ายถิ่นของประชากร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 117-119) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ (Demographic Environment) เป็นหนึ่งในสิ่งแวดล้อมมหภาค และปัจจัยในสังคมส่วนรวมของประเทศหรือระหว่างประเทศ เนื่องจากประชากรทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดังนั้น นักการตลาดจึงสนใจลักษณะด้านต่าง ๆ ของประชากรดังนี้

1. การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร (Population Growth) การเพิ่มของประชากรทำให้เพิ่มความจำเป็นและความต้องการผลิตภัณฑ์

2. โครงสร้างอายุประชากร จะกำหนดความต้องการผลิตภัณฑ์ (Population Age mix Determines needs) จำนวนประชากรในแต่ละโครงสร้างอายุ เช่น กลุ่มอายุก่อนเข้าโรงเรียนช่วงอายุ 0-4 ปี เด็กวัยเรียนช่วงอายุ 5-14 ปี ช่วงวัยรุ่นหรือเยาวชน ช่วงอายุ 15-24 ปี กลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-59 ปี กลุ่มวัยผู้สูงอายุ ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งแต่ละช่วงอายุจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์และมีพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน

3. การเปลี่ยนแปลงด้านเชื้อชาติ (Nationality) และสีผิว (Race) ประชากรในประเทศไทย มีหลายเชื้อชาติด้วยกัน ได้แก่ ไทย จีน อินเดีย มุสลิม ฯลฯ จึงจำเป็นต้องศึกษาตลาดชาติพันธุ์ วรรณนา ในด้านต่าง ๆ เช่น ค่านิยม ความเชื่อ ประเพณี กิจวัตรประจำวัน รูปแบบการดำรงชีวิต

4. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบครอบครัว (Household Patterns) รูปแบบครอบครัวจะเปลี่ยนแปลงในกรณีต่าง ๆ ได้แก่ การแต่งงานช้า การมีบุตรน้อย อัตราการหย่าร้างเพิ่มขึ้น และภรรยาทำงานนอกบ้านเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มขึ้นของที่อยู่อาศัยที่ไม่ใช่รูปแบบครอบครัว การเปลี่ยนแปลงกรณีนี้ทำให้ส่วนตลาดแตกต่างกัน ได้แก่ ครัวเรือนที่มีผู้อยู่อาศัยคนเดียว ครัวเรือนที่มีผู้อยู่อาศัย 2 คน และครัวเรือนที่เป็นกลุ่ม นักการตลาดต้องสนใจต่อความต้องการของคนกลุ่มนี้ซึ่งมีจำนวนมากขึ้นทุกที

5. การเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ของประชากร (Geographical Shifts in Population) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การย้ายจากชนบทสู่ในเมือง และการย้ายจากในเมืองสู่ชานเมือง

6. กลุ่มที่ได้รับการศึกษา (Educational Groups) การที่ผู้บริโภคได้รับการศึกษาดีขึ้น ย่อมหมายถึงการมีอาชีพที่ดีและรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้น นักการตลาดต้องพิถีพิถันด้านคุณภาพของสินค้าและการติดต่อสื่อสาร

7. การเปลี่ยนแปลงจากตลาดใหญ่เป็นตลาดย่อย (Shift From a Mass to Micromarkets) ลักษณะความต้องการของตลาดจะมีลักษณะจำเพาะเจาะจงมากขึ้น เนื่องจากความแตกต่างด้านอายุ เพศ ภูมิศาสตร์ รูปแบบการดำรงชีวิต เชื้อชาติ ฯลฯ นักการตลาดจึงต้องใช้เครื่องมือทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อสร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการในแต่ละกลุ่มย่อยให้ดีขึ้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

เบเรลสัน และสไตเนอร์ (ชิบ จิตนิยม. 2534: 27; อ้างอิงจาก Berelson; & Steiner. n.d.) ได้แสดงความเห็นว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะดูและฟังการสื่อสารที่สอดคล้องกับกรอบอ้างอิงทางความคิดของเขา ซึ่งกรอบอ้างอิงแนวความคิดนี้ หมายรวมถึง บทบาททางเพศ การศึกษา ความสนใจ และความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ สถานภาพทางสังคมและอื่นๆ ที่เป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญของบุคคล โดยกรอบอ้างอิงทางความคิดเหล่านี้ ทำให้เกิดความแตกต่างกันในเรื่องของความรู้ ความคิด ความเชื่อทัศนคติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของคนตัวแปรสำคัญที่นิยมนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อ (ธันส์ เกษมไชยานันท์. 2544: 24-26) มีดังต่อไปนี้

1. เพศ (Sex) จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่อง แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมการสื่อสารของหญิงและชายต่างกันด้วย งานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ยังชี้ให้เห็นว่า ผู้หญิงมักจะถูกโน้มน้าวใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย และมักเผยแพร่ทัศนคติที่ได้รับการจูงใจนั้นให้ผู้อื่นต่อไปอีกด้วย นอกจากนี้ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ (Age) โดยทั่วไปบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น ในประเด็นนี้ ปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนไป เนื่องจากในแต่ละช่วงชีวิต คนเราจะเปลี่ยนสถานที่ที่ใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ เช่น เด็กเล็กต้องอยู่ในบ้าน วัยรุ่นอยู่กับกลุ่มเพื่อน หรือในโรงเรียน ผู้ใหญ่อยู่นอกบ้านหรือที่ทำงาน เป็นต้น แบบแผนการใช้เวลาเปลี่ยนไป เช่น เด็กเล็กจะเล่นและว่างเป็นหลัก ในขณะที่ผู้ใหญ่จะทำงานและมีเวลาว่างเป็นส่วนน้อย นอกจากนี้ ลักษณะของกิจกรรมที่ทำและกลุ่มบุคคลที่แวดล้อมก็จะเปลี่ยนไป การเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรชีวิต (Life cycle) ดังกล่าวจึงมีผลต่อปริมาณการใช้สื่อ เช่น

2.1 เด็กเล็กจะใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่ และใช้เพื่อความบันเทิง

2.2 วัยรุ่นจะใช้สื่อนอกบ้านและ ใช้สื่อพร้อมกลุ่ม และใช้สื่อเพื่อความบันเทิง

2.3 ผู้ใหญ่จะใช้สื่อทั้งในและนอกบ้าน แต่จะมีเป้าหมายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการใช้งานมากกว่า

2.4 คนชราจะหันมาใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่อีกครั้งหนึ่ง แต่จะใช้เพื่อฆ่าเวลาหรือเป็นเพื่อนเป็นหลัก

3. การศึกษา (Education) นักวิชาการสื่อสารพบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับสารและใช้สื่อ การศึกษาของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป โดยคนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากมีความรู้กว้างขวางในหลายๆเรื่อง และสามารถเข้าใจสารได้ดี จึงส่งผลให้คนที่มีการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) โดยดูจากรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว เป็นต้น เช่นคนที่มีฐานะดี อาศัยอยู่ในเมือง อาจมีโอกาสเลือกสื่อได้หลากหลายประเภทมากกว่าและบ่อยครั้งกว่า โดยเฉพาะสื่อที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546: 204) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยมหรือคุณค่าและรูปแบบการดำรงชีวิต ดังนี้

1. อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน

2. วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

3. อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน

4. โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่ต่างกัน

5. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

6. ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ ในรูปของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interest) (3) ความคิดเห็น (Opinions)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคม

ความหมายของปัจจัยด้านสังคม

สังคมจะเป็นหน่วยย่อยของวัฒนธรรม ดังนั้นจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ตลอดจนเข้าไปมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยด้านสังคมจะประกอบไปด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ (สุโขทัยธรรมมาธิราช. 2554, จาก <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/Subm2/U322-1.htm>)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546: 203) กล่าวว่า ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) โมเวน และไมเนอร์ (Mowen: & Minor. 1998: 485) ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง กลุ่มบุคคลใดๆ ซึ่งค่านิยม (Values) บรรทัดฐาน (Norms) ทศนคติ (Attitudes) และความเชื่อ (Beliefs) ของเขาได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทาง เพื่อแสดงพฤติกรรมโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

กลุ่มอ้างอิง คือ กลุ่มบุคคลซึ่งบุคคลอื่นยึดถือเป็นแนวทางในการแสดงพฤติกรรม เนื่องจากกลุ่มอ้างอิงจะให้บรรทัดฐานทางสังคมหรือค่านิยมบางอย่าง ซึ่งบุคคลอื่นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการแสดงความคิดและแสดงพฤติกรรมในสังคมจะมีกลุ่มต่าง ๆ มากมายหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อน เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคอาจใช้ผลิตภัณฑ์หรือตราผลิตภัณฑ์ตราใดตราหนึ่งให้สอดคล้องกับกลุ่มอ้างอิง เพื่อแสดงความเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้น ผู้บริโภคจะเรียนรู้จากการสังเกตสมาชิกของกลุ่มอ้างอิงว่า เขามีวิธีการแก้ปัญหาการบริโภคของเขาอย่างไรและจะใช้วิธีการแก้ปัญหาและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตนั้น มาใช้เพื่อเป็นแบบอย่างของตนเองด้วย

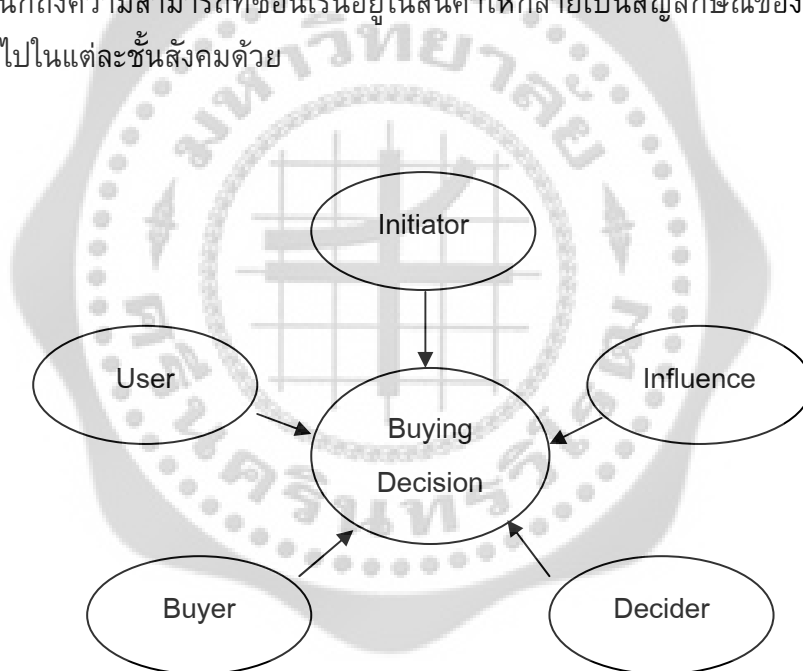
2. ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อ ทศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของแต่ละบุคคล สมาชิกในครอบครัวก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น

2.1 ครอบครัวเดิม (family of orientation) ที่ประกอบด้วย พ่อ แม่ บุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัวเดิมในเรื่องของศาสนา การเมือง และเศรษฐกิจ ความทะเยอทะยาน ความรัก

2.2 ครอบครัวใหม่ (family of procreation) ประกอบด้วยสามี ภรรยา และลูก ลักษณะของครอบครัวนี้ได้รับความสนใจจากนักการตลาดมาก เพราะเกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการ

จำนวนมาก โดยถือว่าภรรยาเป็นหน่วยการซื้อของครอบครัว โดยเฉพาะสินค้าพวกอาหารแห้ง เสื้อผ้า และต่อมาสามีได้มีบทบาทในการซื้อด้วย เช่น สินค้าคงทนถาวร แต่ในกรณีการซื้อสินค้าราคาแพงจะเป็นการตัดสินใจร่วมกัน นักการตลาดต้องการจะทราบว่าใครมีอิทธิพลมากกว่ากันในการซื้อ

3. บทบาทและสถานภาพ (Roles and status) บุคคลต่าง ๆ จะมีส่วนร่วมในกลุ่มต่าง ๆ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ เช่น ครอบครัว สโมสร องค์กร การ ตำแหน่งของบุคคลต่าง ๆ ในแต่ละกลุ่มเหล่านี้จะเรียกว่า เป็นบทบาท (roles) และในขณะเดียวกันจะมีสถานภาพ (statuses) ควบคู่ตัวเสมอ บทบาท (roles) ประกอบกิจกรรมที่บุคคลถูกคาดหวังจากบุคคลอื่นที่อยู่รอบ ๆ ตัวเขา ซึ่งจะมีผลในการชักจูงพฤติกรรมกรรมการซื้อของเขา แต่ละบทบาทจะหมายรวมถึงสถานภาพ (status) ด้วย เช่น บทบาทของผู้จัดการขายจะมีสถานภาพดีกว่าพนักงานขาย หรือ บทบาทของผู้บริหารจะมีสถานภาพดีกว่าเจ้าหน้าที่ในแผนก ดังนั้นผู้บริหารมักจะคู่กับรถยนต์ยี่ห้อดี แต่งตัวด้วยเครื่องแต่งกายที่ดี นักการตลาดจะตระหนักถึงความสามารถที่ซ่อนเร้นอยู่ในสินค้าให้กลายเป็นสัญลักษณ์ของสถานภาพ ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปในแต่ละชั้นสังคมด้วย



ภาพประกอบ 2 แสดงบทบาทและสถานะของบุคคลในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: Kotler. (1994). *Marketing Management*. p. 161.

ผู้บริโภคแต่ละคนมีบทบาทหน้าที่ ดังต่อไปนี้

3.1 ผู้ริเริ่ม (Initiator) คือ บุคคลผู้ริเริ่มคิดถึงการซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง

3.2 ผู้ที่มีอิทธิพล (Influence) คือ บุคคลผู้ที่มีความคิดเห็นอันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

3.3 ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) คือ บุคคลผู้มีอำนาจและหน้าที่ในการตัดสินใจซื้อว่าจะซื้อสินค้าอะไร ซื้อที่ไหนและซื้ออย่างไร

3.4 ผู้ซื้อ (Buyer) คือ บุคคลผู้ที่ทำหน้าที่ในการซื้อสินค้า

3.5 ผู้ใช้ (User) คือ บุคคลผู้ที่ทำหน้าที่บริโภคหรือใช้สินค้าและบริการ

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 431) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล หรือโรงแรม

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 428) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือความสามารถที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งตอบสนองต่ออีกบุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่ง โดยเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้และไม่เกิดการเป็นเจ้าของผลผลิตของการบริการอาจจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2530: 7) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจ ด้วยลักษณะเฉพาะในตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตน แต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้า

สมชาติ กิจยรรยง (2536: 42) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการของการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดผลกับผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ให้บริการ จึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวกและทำงานเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

วีระพงษ์ เณิมจิระวัฒน์ (2539: 6-7) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัสแต่ต้องไม่ได้และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นโดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการบริการนั้น

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543: 316) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง งานที่ไม่มีตัวตนสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้ตลาดธุรกิจได้ จะเห็นว่าจุดมุ่งหมายของบริการ คือ การตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ทำให้เกิดความพึงพอใจจากการซื้อบริการเหล่านั้น ดังนั้นการจำหน่ายบริการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงการบริหารการตลาดเช่นเดียวกับการจำหน่ายสินค้าที่มีตัวตน

มีนักบริหารงานบริการบางแห่ง จะหาคำที่มีความหมายดี ๆ จำนวนหนึ่งมารวมกันโดยมีอักษรตัวหน้าต่อกัน แล้วอ่านได้ว่า Service พอดี

คุณลักษณะ 7 ประการแห่งการบริการที่ดี มีดังนี้ (ชานาญ ภูเอี่ยม. 2537)

1. S = Smiling & Sympathy: ยิ้มแย้มและเอาใจใส่เขาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของลูกค้า
2. E = Early Response: ตอบสนองต่อความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมีทันได้เอ่ยปากเรียกหา
3. R = Respectful: แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติลูกค้า
4. V = Voluntariness manner. ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำ มิใช่ทำแบบเสียมิได้
5. I = Image Enhancing: แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการ และเสริมภาพพจน์องค์กร
6. C = Courtesy: กิริยาอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน
7. E = Enthusiasm: มีความกระฉับกระเฉง และกระตือรือร้นขณะให้บริการ และจะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง งานที่ไม่มีตัวตน สัมผัสไม่ได้แต่สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เป็นกิจกรรมที่ผู้ขายจัดทำขึ้น โดยเสนอสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้าและมีคุณสมบัติอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้

ประเภทของธุรกิจบริการ

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา (2541: 9-11) ได้กล่าวว่า ประเภทของธุรกิจบริการสามารถจำแนกประเภท โดยมีปัจจัยสำคัญที่นำมาใช้การจำแนกประเภทของการบริการ ได้ดังนี้

1. ประเภทของผู้ใช้บริการคนสุดท้าย
 - 1.1 บริการสำหรับผู้บริโภค เช่น บริการเสริมสวย บริการนำเที่ยว บริการรับจัดงานวิวาห์ เป็นต้น
 - 1.2 บริการสำหรับธุรกิจ เช่น บริการจากที่ปรึกษาด้านการจัดการ บริการด้านการโฆษณา บริการของสำนักงานบัญชี เป็นต้น
 - 1.3 บริการสำหรับอุตสาหกรรม เช่น บริการดูแลรักษาและซ่อมแซมเครื่องจักรในโรงงานบริการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น
2. สิ่งที่ใช้เป็นหลักในการให้บริการ
 - 2.1 การบริการที่ต้องอาศัยคนเป็นหลัก เช่น บริการของภัตตาคาร บริการที่ปรึกษากฎหมาย บริการด้านการศึกษา เป็นต้น
 - 2.2 การบริการที่ต้องอาศัยอุปกรณ์เป็นหลัก เช่น เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ บริการล้างรถ โรงภาพยนตร์ เป็นต้น

3. ระดับของการติดต่อกับผู้ใช้บริการ

3.1 บริการที่มีการติดต่อกับผู้ใช้บริการมาก เช่น บริการด้านการศึกษา บริการกวดวิชา เป็นต้น

3.2 บริการที่มีการติดต่อกับผู้ใช้บริการน้อย เช่น บริการโรงภาพยนตร์ บริการโทรศัพท์ เป็นต้น

4. ความชำนาญเฉพาะด้านในวิชาชีพของผู้ให้บริการ

4.1 บริการที่ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีความชำนาญเฉพาะด้านในวิชาชีพ เช่น บริการทางการแพทย์ บริการที่ปรึกษากฎหมาย เป็นต้น

4.2 บริการที่ผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมีความชำนาญเฉพาะด้านในวิชาชีพ เช่น บริการทำความสะอาด บริการซักผ้า เป็นต้น

5. การมุ่งหวังกำไรจากการให้บริการ

5.1 บริการที่ไม่มุ่งหวังกำไร เช่น บริการจากหน่วยงานของรัฐ บริการจากมูลนิธิ เป็นต้น

5.2 บริการที่มุ่งหวังกำไร เช่น บริการจากธนาคารพาณิชย์เอกชน บริการจากโรงแรม บริการจากบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

6. รูปแบบความสัมพันธ์กับลูกค้า ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า และลักษณะความต่อเนื่องในการให้บริการ แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

6.1 ความสัมพันธ์ในรูปแบบสมาชิก และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น บริการประกันวินาศภัย บริการด้านการศึกษา เป็นต้น

6.2 ความสัมพันธ์ในรูปแบบสมาชิก และการให้บริการอย่างไม่ต่อเนื่อง เช่น บริการรักษาโรคตามกฎหมายประกันสังคม เป็นต้น

6.3 ไม่มีความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น บริการของสถานีวิทยุ บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ เป็นต้น

6.4 ไม่มีความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ และการให้บริการอย่างไม่ต่อเนื่อง เช่น บริการเช่ารถ บริการของโรงภาพยนตร์ เป็นต้น

7. ระดับของการให้บริการที่พนักงานบริการจะต้องปรับให้ตรงกับความต้องการเฉพาะของลูกค้าขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ระดับการใช้วิจารณ์ญาณของพนักงาน และระดับการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการเฉพาะของลูกค้า แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

7.1 ใช้วิจารณ์ญาณของพนักงานอย่างมากและมีการปรับบริการอย่างมาก เช่น บริการที่ปรึกษากฎหมาย บริการรับออกแบบและตกแต่งบ้าน เป็นต้น

7.2 ใช้วิจารณ์ญาณของพนักงานอย่างมากและมีการปรับบริการน้อย เช่น บริการทางด้านทางการศึกษาในระดับประถมศึกษาตามหลักสูตรสามัญ

7.3 ใช้วิจารณ์ญาณของพนักงานน้อยและมีการปรับบริการอย่างมาก เช่น บริการด้านการฝาก-ถอนเงิน บริการร้านอาหาร เป็นต้น

7.4 ใช้วิจารณ์งานของพนักงานน้อย และมีการปรับบริการน้อย เช่น บริการด้านการขนส่งมวลชนของรัฐ บริการโรงภาพยนตร์ เป็นต้น

8. ลักษณะของอุปสงค์และอุปทานของบริการ ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ระดับของอุปทาน (ความสามารถในการให้บริการ) ที่สามารถรองรับอุปสงค์สูงสุดได้ และระดับความผันผวนของอุปสงค์ในช่วงเวลาต่าง ๆ แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

8.1 อุปทานที่สามารถรองรับอุปสงค์สูงสุดได้ โดยไม่เกิดความล่าช้าในการให้บริการ และอุปสงค์มีความผันผวนมาก เช่น บริการของการไฟฟ้า เป็นต้น

8.2 อุปทานที่สามารถรองรับอุปสงค์สูงสุดได้ โดยไม่เกิดความล่าช้าในการให้บริการ และอุปสงค์มีความผันผวนน้อย เช่น บริการรับประกันวินาศภัย เป็นต้น

8.3 อุปทานที่มักจะไม่สามารถรองรับอุปสงค์สูงสุดได้ และอุปสงค์มีความผันผวนมาก เช่น บริการโรงแรม บริการโรงภาพยนตร์ เป็นต้น

8.4 อุปทานที่มักจะไม่สามารถรองรับอุปสงค์สูงสุดได้ และอุปสงค์มีความผันผวนน้อย เช่น บริการซัก-รีด เป็นต้น

ลักษณะสำคัญของการบริการ

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้

1. **ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)** บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ยกตัวอย่างเช่น คนไข้ไปหาจิตแพทย์ก็ไม่สามารถบอกได้ล่วงหน้าว่าตนจะได้รับบริการรูปแบบใด ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่จะได้รับ เพื่อสร้างความมั่นใจ ในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดการเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่จะต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อได้

1.2 บุคคล กล่าวคือ พนักงานขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกภาพดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่จะซื้อนั้นมีคุณภาพดีด้วย

1.3 เครื่องมือและอุปกรณ์ภายในสำนักงาน จะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีการบริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก และควรมีลักษณะที่สามารถสื่อความหมายที่มีเกี่ยวกับบริการที่เสนอ

1.6 ราคา การกำหนดราคาการให้บริการนั้นจะต้องเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคไปในขณะเดียวกัน ซึ่งจะแตกต่างจากสินค้ากายภาพที่จะสามารถผลิต จัดเก็บ และส่งผ่านช่องทางการจำหน่ายต่าง ๆ ไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นในการที่ผู้บริโภคจะซื้อบริการ ผู้ให้บริการจึงเป็นส่วนหนึ่งในสินค้าและบริการนั้นด้วย และเนื่องจากผู้ขายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการทดแทนได้นั้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้สินค้าบริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาของผู้ให้บริการ เพื่อแก้ไขข้อจำกัดด้านเวลาจึงมีการกำหนดมาตรฐานในการให้บริการ เพื่อให้การบริการรวดเร็วขึ้น เช่น การจัดการให้มีการให้บริการเป็นกลุ่ม การใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาช่วยแก้ปัญหา

3. ความไม่แน่นอน (Variability) ความไม่แน่นอนของการให้บริการขึ้นกับว่า ผู้ให้บริการเป็นใคร และมีคุณภาพของผู้ให้บริการอย่างไร ซื้อบริการที่ไหน เมื่อไหร่ และอย่างไร ฉะนั้นการให้บริการ จึงมีความไม่แน่นอนแต่ละครั้งที่รับบริการ ด้วยเหตุนี้ในแง่ขององค์กรผู้ให้บริการแล้ว จึงต้องมีการควบคุมคุณภาพของการให้บริการตลอดเวลา เช่น การคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรมพนักงาน การรับฟังข้อคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการในครั้งต่อไป

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) สินค้าบริการเป็นสินค้าที่ไม่สามารถเก็บไว้ได้เหมือนเช่นสินค้ากายภาพ ถ้าความต้องการในการบริการมีความสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหาเลย แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือความต้องการของผู้บริโภคนั้นมักจะไม่สม่ำเสมอ ทำให้การให้บริการทำได้ไม่ทันต่อความต้องการ ดังนั้น จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการให้เข้ากับความไม่แน่นอน เช่น

4.1 กลยุทธ์การปรับความต้องการซื้อ เป็นกลยุทธ์ในการปรับความต้องการซื้อของผู้รับบริการ โดยการตั้งราคาที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลา เพื่อกระตุ้นให้ผู้มาใช้บริการในช่วงที่มีความต้องการน้อยให้เพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งมีบริการเสริมขึ้นมา เช่น ระบบการนัดหมาย เป็นต้น

4.2 กลยุทธ์การปรับการให้บริการ เช่น การเพิ่มพนักงานในบางช่วงเวลา การกำหนดวิธีการทำงานให้มีประสิทธิภาพ การให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการให้บริการ การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ

งานที่สำคัญของธุรกิจบริการ

งานที่สำคัญของธุรกิจบริการมี 3 ประการ คือ ความแตกต่างจากคู่แข่ง คุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพในการให้บริการ

1. ความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive differentiation)

งานการตลาดของผู้ขายจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง การสร้างให้เกิดความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดของการให้บริการในความรู้สึกของลูกค้าก็จะทำได้ยาก การพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งจนสามารถทำได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovation features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งขั้นทั่วไป นอกจากนี้เรายังสามารถสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์และตราสินค้าได้ด้วย

1.2 การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary service package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับการบริการ

1.3 การให้บริการเสริม (Secondary service features) ได้แก่ บริการเพิ่มเติมนอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

2. คุณภาพการให้บริการ (Service quality)

สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าจะทราบข้อมูลของคุณภาพของการให้บริการได้จากประสบการณ์ในอดีต การพูดปากต่อปาก และการโฆษณาของธุรกิจบริการ โดยลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจถ้า

- 1) ได้รับสิ่งที่ต้องการ (What)
- 2) เมื่อมีความต้องการ (When)
- 3) ในที่ที่ต้องการ (Where) และ
- 4) ในลักษณะที่ต้องการ (How)

นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปแล้วธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้ ในการพิจารณาคุณภาพของการให้บริการ

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้า

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) การบริการต้องมีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้โดยง่าย

2.3 ความสามารถ (Competence) บุคลากรต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานที่ทำ

2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง และมีวิจรรย์านที่ดี

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยการเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องไม่เป็นอันตราย หรือทำให้เกิดความเสียหายหรือปัญหาใด ๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

2.10 ความเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. ประสิทธิภาพในการให้บริการ (Service productivity) ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการ สามารถทำได้ 6 วิธี ดังนี้

3.1 การให้พนักงานทำงานมากขึ้นหรือมีความชำนาญสูงขึ้นโดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม

3.2 เพิ่มปริมาณการให้บริการโดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง เช่น หมอตรวจคนไข้จำนวนมากขึ้น โดยลดเวลาที่ใช้สำหรับแต่ละรายลง

3.3 เปลี่ยนบริการนี้ให้เป็นอุตสาหกรรม โดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานการให้บริการ เช่น บริการขายอาหารแบบฟาสต์ฟู้ด

3.4 การให้บริการที่ปลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่น ๆ เช่น บริการซักรีด เป็นการลดบริการจ้างคนใช้หรือการใช้เตารีด

3.5 การออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ชมรมวิ่งจ็อกกิ้ง จะช่วยลดการใช้บริการการรักษาพยาบาลลง

3.6 การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานของเขาแทนแรงงานของบริษัท เช่น ร้านขายอาหารแบบให้ลูกค้าช่วยตัวเอง

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่าการบริการมีความสำคัญและต้องใช้อยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ให้มีความสอดคล้องกับการให้บริการ สถานกวดวิชาจัดเป็นธุรกิจที่ให้บริการแก่ลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ถือเป็นธุรกิจที่ให้บริการประเภทที่ต้องติดต่อกับผู้ใช้บริการ(นักเรียน) จำนวนมากและต้องปรับการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ(นักเรียน) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อ ผู้ใช้บริการ(นักเรียน) และแข่งขันกับคู่แข่งขั้นได้

5. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้กล่าวว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตน (Tangible) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible) ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลผลิตสามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้

3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non Personal Selling) เครื่องมือในการ

ติดต่อสื่อสารแบบประสมประสาน (Integrated Marketing Communication – IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรจุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการกลายยุทธ์การโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

4.1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative strategy) และยุทธวิธีวิธีการโฆษณา (Advertising tactics)

4.1.2 กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล

4.2.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy)

4.2.2 การจัดการหน่วยงานขาย (Sales force management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทางการส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบคือ

4.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion)

4.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)

4.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force promotion)

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) และการตลาดเชื่อมตรง (Online marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย

- การขายทางโทรศัพท์
- การขายโดยใช้จดหมายตรง
- การขายโดยใช้แคตตาล็อก

- การขายทางโทรทัศน์ วิทยุหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงให้ลูกค้า มีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใ้คูปองแลกซื้อ

5. ผู้ให้บริการ (People) ในธุรกิจบริการ ผู้ที่ให้บริการเป็นบุคคล เราสามารถสร้างความแตกต่างในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งได้ ดังนั้น ในการที่จะพัฒนาศักยภาพของผู้ที่จะให้บริการ สามารถทำได้ตั้งแต่การคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการสร้างแรงจูงใจ (Motivation) และคุณภาพของผู้ให้บริการที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

5.1 ทักษะการแสดงออก

5.2 ทักษะที่ดีต่อการดูแลเอาใจใส่

5.3 การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

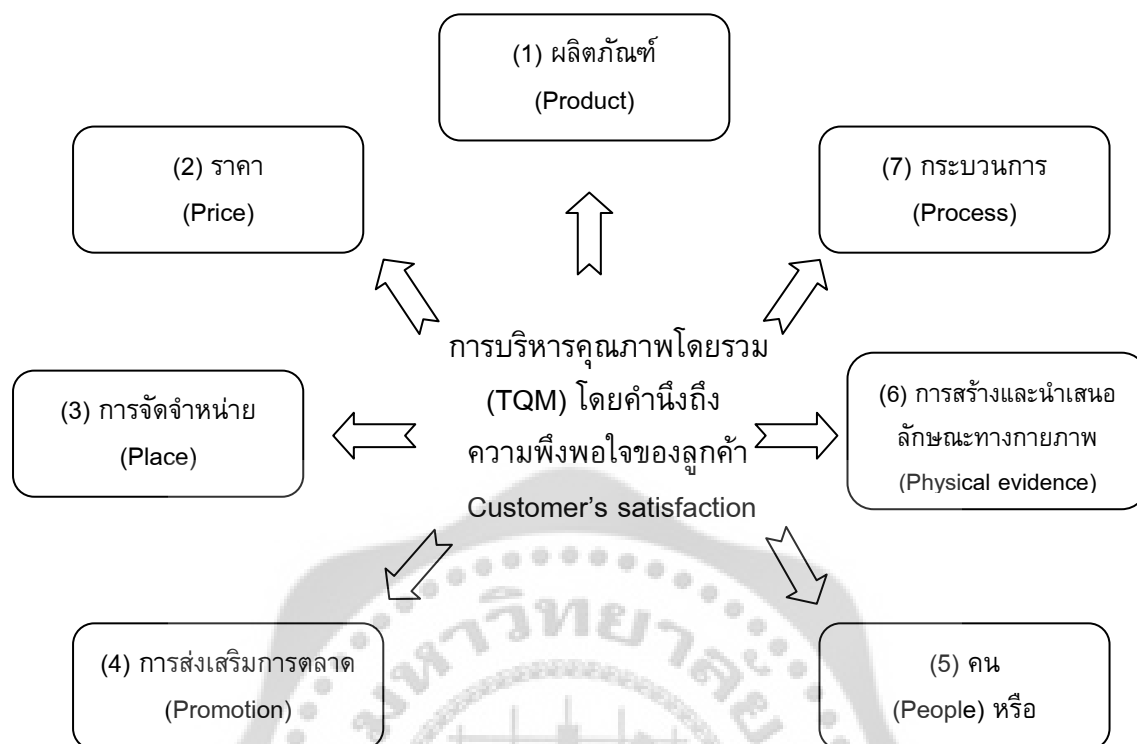
5.4 การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ

5.5 การแก้ไขปัญหา

5.5 มีบุคลิกภาพที่ดี

6. ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) ผู้ให้บริการพยายามที่จะสร้างการให้บริการโดยการนำเสนอ ผ่านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ รูปแบบสถานที่เพื่อสร้างความดึงดูดและความสนใจแก่ผู้รับบริการ เช่น การตกแต่งหน้าร้าน ความสะอาดเรียบร้อย เป็นต้น ซึ่งจะต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อลูกค้าในแต่ละศูนย์ จะมีรูปแบบการฝึกพนักงานที่มีมาตรฐาน และขั้นตอนที่กำหนดไว้ เช่น ต้องทำอะไรก่อนหลังในเวลาเท่าไร เป็นต้น

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)



ภาพประกอบ 3 โมเดลเครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service)

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า 434.

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในกลยุทธ์การตลาด คือ ส่วนประสมการตลาด กระบวนการในการกำหนดส่วนประสมให้เหมาะสมนั้นจะเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละธุรกิจและผลิตภัณฑ์ ส่วนการวางแผนการตลาดนั้นจะมีขั้นตอนที่ไม่แตกต่างกันเท่าใดนักในแต่ละธุรกิจบริการ แต่ถ้าพบว่าสิ่งที่ปรากฏขึ้นแตกต่างจากบริการอื่นนั้น แสดงว่าเกิดจากการใช้ส่วนประสมการตลาดที่ต่างกัน ส่วนประสมการตลาดดั้งเดิมถูกพัฒนาขึ้นมาสำหรับธุรกิจการผลิตสินค้าที่จับต้องได้ แต่สำหรับผลิตภัณฑ์บริการนั้น มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้า บริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ บริการไม่สามารถได้รับสิทธิบัตร ผู้ให้บริการเป็นส่วนหนึ่งของบริการ ปัญหาการรักษาคุณภาพของการบริการ เราไม่สามารถควบคุมคุณภาพของการบริการได้เหมือนสินค้า

ส่วนประสมการตลาดที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด ถูกเสนอโดย Mc.Carthy นั่นคือ 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ต่อมา Booms และ Bitner ได้ร่วมกันปรับปรุงและเพิ่มเติมส่วนประสมการตลาดขึ้นใหม่ให้เหมาะสม โดยได้แนะนำ 3Ps เพิ่มเติมสำหรับธุรกิจบริการรูปแบบใหม่ ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. บุคลากร (People)
6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
7. กระบวนการ (Process)

สำหรับธุรกิจบริการมีส่วนประสมการตลาดที่ปรับปรุงใหม่เพิ่มปัจจัยขึ้นอีก 3 ประการ คือ บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ โดยปัจจัยทั้ง 7 ประการนี้ต่างมีความสำคัญสามารถใช้เป็นหลักในการประกอบธุรกิจบริการ และหากธุรกิจดังกล่าวขาดปัจจัยหนึ่งใดไปก็อาจส่งผลถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจได้

ส่วนประสมการตลาดที่เฉพาะเจาะจง เมื่อนำไปใช้กับองค์กรธุรกิจหนึ่งๆ ก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ เช่น ตามปริมาณของอุปสงค์ ระยะเวลาที่ทำการเสนอบริการหนึ่งๆ ออกไป ส่วนประสมการตลาดที่นำมาใช้จะต้องทำการปรับเปลี่ยนปัจจัยหรือองค์ประกอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดแต่ละตัวอาจมีการเข้าซ้อนกันอยู่บ้าง ดังนั้น ในการตัดสินใจใดๆ จึงไม่สามารถที่จะทำโดยอาศัยเพียงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น นอกจากนั้นองค์ประกอบหนึ่งๆ อาจมีความสำคัญเพียงช่วงเวลาหนึ่งๆ เท่านั้น ดังนั้น กรอบรูปแบบของส่วนประสมการตลาดบริการที่จะอธิบายต่อไป จะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถกำหนดส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจบริการของตนเองได้ รายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบมีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการจะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของคุณภาพของบริการ ระดับชั้นของบริการ ราคาสินค้า สายการบริการ การรับประกันและการบริการหลังการขาย นั่นคือ ส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์บริการจะต้องครอบคลุมขอบเขตที่กว้าง เช่น สังคม ในอาคารเล็กๆ อาคารเดี่ยวจนกระทั่งจุดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ หรือจากร้านอาหารขนาดเล็กไปจนกระทั่งห้องอาหารของโรงแรมระดับสี่ดาว

2. ราคา (Price) การพิจารณาด้านราคาจะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือ ค่านายหน้า และเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อการค้า เนื่องจากราคามีส่วนในการทำให้บริการต่างๆ มีความแตกต่างกันและมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการบริการ โดยเทียบระหว่างราคาและคุณภาพ

3. การจัดจำหน่าย (Place) ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึง เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาดบริการ ทั้งนี้ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมิใช่แต่เฉพาะการเห็นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงบริการอีกด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดรวบรวมวิธีการหลากหลายของการสื่อสารตลาดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคลากร กิจกรรมส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่นๆ ทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านสื่อ เช่น การประชาสัมพันธ์

5. บุคลากร (People) จะครอบคลุม 2 ประเด็นดังนี้

5.1 บทบาทของบุคลากร สำหรับธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อมๆ กันด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการ

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน คุณภาพการบริการของลูกค้ารายหนึ่งอาจมีผลมาจากลูกค้าอื่นแนะนำมา ตัวอย่างที่เกิดขึ้น เช่น กลุ่มลูกค้าหรือลูกค้าจากร้านอาหารที่บอกต่อ ๆ กันไป แต่ปัญหาหนึ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะพบก็คือการควบคุมระดับของคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับคงที่

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ธุรกิจบริการจำนวนไม่มากนักที่นำลักษณะทางกายภาพเข้ามาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด แม้ว่าลักษณะทางกายภาพจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการตามที่ปรากฏให้เห็น ส่วนใหญ่จะเป็นการสร้างสภาพแวดล้อม การสร้างบรรยากาศ การเลือกใช้แสง สี และเสียงภายในร้าน เป็นต้น หรือใช้ลักษณะทางกายภาพ เพื่อสนับสนุนการขาย เช่น ยี่ห้อและคุณภาพของรถของบริษัทรถให้เช่า ลูกค้าสำหรับใส่เสื้อผ้าซักแห้งต้องสะอาด เป็นต้น

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2546: 105-106) กล่าวถึงลักษณะทางกายภาพว่า เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่ผสมผสานรวมเข้ากับองค์ประกอบอื่นๆ เป็นส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ให้กับลูกค้าได้ ลักษณะทางกายภาพนี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสจับต้องได้ ในขณะที่ยังใช้บริการอยู่หรือเป็นสิ่งที่เปรียบเทียบหรืออาจจะเป็นสัญลักษณ์ที่ลูกค้าเข้าใจความหมายในการรับข้อมูลจากการทำการสื่อสารการตลาดออกไป แต่ที่มีอิทธิพลมากที่สุด เห็นจะเป็นสิ่งที่ลูกค้าสัมผัสสิ่งแวดล้อมได้ในขณะที่มาใช้บริการที่สถานทีนั้น ๆ พร้อมกับการได้รับบริการจากพนักงานไปพร้อมๆ กัน หรือที่เรียก ว่า Service scape

Bitner ให้ความหมายไว้ว่า เป็นรูปลักษณ์ที่ปรากฏออกมาจากสิ่งแวดล้อมของสถานที่บริการที่ลูกค้ากำลังได้รับบริการอยู่ในขณะนั้น สภาพแวดล้อมที่ลูกค้าสัมผัสจับต้องได้มีผลกับพฤติกรรมของลูกค้าใน 3 ลักษณะ คือ

1) ช่วยทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ โดยทำให้บริการนั้นเด่น แตกต่างออกมาจากคู่แข่งอื่น ๆ ในสินค้าบริการประเภทเดียวกัน ทำให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเดียวกันมองเห็นและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ง่ายและชัดเจนมากขึ้น ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาค้นหาข้อมูลจากโฆษณาหรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ เมื่อต้องตัดสินใจมาใช้บริการ

2) ช่วยส่งข้อความให้กับลูกค้าแปลความหมายได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากทางด้านโฆษณาแล้ว การสร้างบรรยากาศของสถานที่และการตกแต่งสถานที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจได้มากยิ่งขึ้นว่าสถานที่บริการจะให้บริการได้ในระดับใด ราคาเท่าใด เหมาะกับคนกลุ่มไหน โดยลูกค้าสามารถสื่อสารแปลความหมายจากองค์ประกอบที่รวมกันแสดงออกมาทางด้านสัญลักษณ์ เครื่องหมายสัญญาณที่รวมกันเป็นองค์ประกอบอยู่ในบรรยากาศของสถานที่บริการนั้นๆ

3) ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าอยากใช้บริการ ด้วยการใช้สี ผิวนวัตกรรม เสียงเพลงประกอบ แสงและบรรยากาศ ตลอดจนเครื่องแต่งกายของพนักงานบริการ ทำให้มีผลกระทบกับความรู้สึกของลูกค้าที่ได้สัมผัสจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา ทำให้ลูกค้าถูกกระตุ้นและเกิดกระบวนการพิจารณาตัดสินใจที่อยากจะใช้บริการนั้นๆ โดยง่ายมากยิ่งขึ้น

7. กระบวนการ (Process) ในกลุ่มธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการมีความสัมพันธ์เช่นเดียวกับเรื่องทรัพยากรบุคคล แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความสนใจดูแลลูกค้าอย่างดี ก็ไม่สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทั้งหมด เช่น การเข้าแถวรอ ระบบการส่งมอบบริการ จะครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ ระดับการใช้เครื่องจักรกลในการให้บริการ อำนาจตัดสินใจของพนักงาน การที่มีส่วนร่วมของลูกค้า ในกระบวนการให้บริการ อย่างไรก็ตามความสำคัญของประเด็นปัญหาดังกล่าวไม่เพียงแต่จะสำคัญต่อฝ่ายปฏิบัติการเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญต่อฝ่ายการตลาดด้วย เนื่องจากเกี่ยวข้องกับความพอใจที่ลูกค้าได้รับ จะเห็นได้ว่าการจัดการทางการตลาดต้องให้ความสนใจในเรื่องของกระบวนการให้บริการและการนำเสนอ ดังนั้นส่วนประสมการตลาดก็ควรครอบคลุมถึงประเด็นของกระบวนการนี้ด้วย

ตารางแสดงส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ผลิตภัณฑ์	ราคา	การจัด จำหน่าย	การส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	ลักษณะทาง กายภาพ	กระบวนการ
- ขอบเขต	- ระดับชั้น	- ทำเล	- การ	- บุคลากร	-สภาพแวดล้อม	- นโยบาย
- คุณภาพ	- ส่วนลด	- ความ	โฆษณา	- การ	ล้อมการ	- กระบวน
- ระดับชั้น	- เงินช่วย	สามารถ	- การขาย	ฝึกอบรม	ตกแต่ง สี	การ
- ตราสินค้า	เหลือ	- ช่อง	โดย	- การ	รูปแบบ	- การ
- สายการ	- ค่า	ทางการจัด	พนักงาน	ตัดสินใจ	ระดับเสียง	ปรับปรุง
บริการ	นายหน้า	จำหน่าย	- การ	- ภารกิจ	- สินค้าช่วย	เครื่องจักร
- การรับ	- เงื่อนไข	- การครอบ	ส่งเสริมการ	- แรงจูงใจ	อำนวยความสะดวก	- การ
ประกัน	การชำระ	คลุมการจัด	ขาย	- รูปลักษณ์	ความ	ตัดสินใจ
บริการหลัง	เงิน	จำหน่าย	- การให้ข่าว	ภายนอก	สะดวก	ของ
การขาย	- ระยะเวลา		- การประชาสัมพันธ์	- พฤติกรรม	- สิ่งที่จับ	พนักงาน
	การเรียก			ระหว่าง	ต้องได้ใน	- การมีส่วน
	เก็บชำระ			บุคคล	สายตา	ร่วมของ
	- คุณค่าของ			- ทักษะคติ	ลูกค้า	ลูกค้า
	การบริการที่			ของลูกค้า		- แนวโน้ม
	ลูกค้ารับรู้ได้			- พฤติกรรม		ของลูกค้า
	- คุณภาพ			- ระดับการ		- ผังแสดง
	ราคาความ			มีส่วนร่วม		กิจกรรม
	แตกต่างกัน			ขอลูกค้า		
				- การติดต่อ		
				ลูกค้า		

ที่มา: ยุพาวรรณ วรรณวนิชย์. (2548). การจัดการการตลาดบริการ. หน้า 30.

จากแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยได้ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดด้านบริการ โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า อันได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการหรือพนักงาน กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ และกลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ

ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ มีส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักเรียนที่มาเรียนกวดวิชาที่ สถานกวดวิชานักปราชญ์ โดยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

เสรี วงษ์มณฑา (2545: 58) ให้ความหมายแรงจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปฏิบัติ

สมกมล พวงธรรม (2546: 21) ให้ความหมายแรงจูงใจ หมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมบางอย่างที่ต้องการ

สาเหตุของการจูงใจ

พิบูล ทีปะपाल (2545: 156) กล่าวถึงสาเหตุของการเกิดแรงจูงใจไว้ดังนี้

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product Buying Motives) ได้แก่ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพอใจ

2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมีเหตุผลก่อนตัดสินใจซื้อ แรงกระตุ้นประเภทนี้ ได้แก่

2.1 ความประหยัด เช่น ราคาที่ถูกกว่า

2.2 ประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้ เช่น คุณภาพสินค้าที่ดีกว่า ใช้ประโยชน์ได้มากกว่า

2.3 ความเชื่อถือได้ เช่น การรับประกันคุณภาพสินค้า ชื่อเสียงของผู้จำหน่าย

2.4 ความทนทานถาวรของสินค้า

2.5 ความสะดวกในการใช้

3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotion Buying Motives) สามารถแบ่งได้ดังนี้

3.1 การเอาอย่างแข่งดีกัน เพื่อไม่ให้หน้าผู้อื่น การได้ท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีชื่อเสียง อาจเป็นประเด็นที่นำมาพูดคุยกันในหมู่สังคม การได้ชื่อว่าเคยไป อาจทำให้บางคนมีความรู้สึกว่าเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3.2 ต้องการเป็นจุดเด่นเป็นเอกเทศ เป็นผู้นำแฟชั่น ทันยุคสมัย การท่องเที่ยวเป็นสัญลักษณ์ของการเป็นผู้นำแฟชั่นในกลุ่มคนบางกลุ่ม การได้ท่องเที่ยวในสถานที่เปิดใหม่หรือการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เช่น การได้ดำน้ำดูปะการังที่เกาะลันตา ซึ่งถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเปิดใหม่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก อาจทำให้กลุ่มรู้สึกว่าคุณค่านี้เป็นผู้นำสมัยแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่เสมอ

3.3 ต้องการการคล้อยตามผู้อื่น เลียนแบบกลุ่ม เลียนแบบผู้ที่ตนชื่นชอบ ผู้มีชื่อเสียง การท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ หากเพื่อนหรือคนในกลุ่มสังคมเราได้ไปมาแล้ว แต่เรายังไม่เคยไป อาจถูกเพื่อนมองว่าเป็นบุคคลที่ล้าหลังได้

3.4 ต้องการความสะดวกสบาย การพักผ่อน เบาแรง การทำงานทำให้เกิดความเมื่อยล้า ทั้งร่างกายและจิตใจ การท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวทำให้แม่บ้านทำงานน้อยลง เพราะอาจไม่ต้องประกอบอาหารเอง

3.5 ต้องการความสำราญ สนุกสนาน เพลิดเพลินใจ เหตุผลอีกประการหนึ่งที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว คือ เพื่อความสำราญใจ

4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ของร้านค้า (Patronage Buying Motives) เกิดจากสาเหตุต่อไปนี้

4.1 การบริการดีเป็นที่พอใจ การบริการเป็นหัวใจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะสินค้าเป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึก ไม่อาจจับต้องและเป็นเจ้าของได้ การบริการที่ดีนั้นก็อาจส่งผลให้การพักผ่อนครั้งต่อไปของลูกค้าเลือกที่มารับบริการพักผ่อนท่องเที่ยว แทนที่จะนอนดูโทรทัศน์อยู่ที่บ้าน

4.2 ราคาเยี่ยมาสมเหตุสมผล การตั้งราคาที่เหมาะกับการบริการทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกว่าถูกเอาเปรียบจากผู้ให้บริการ อาจยังส่งผลให้เกิดความคิดทางบวกกับการเลือกใช้บริการครั้งต่อไปได้หลายครั้งที่นักท่องเที่ยวรู้สึกเข็ดขยาดกับการถูกเรียกราคาสินค้าแพงเกินไปในสถานที่ท่องเที่ยว หรือการเรียกราคาค่าห้องแพงเกินไปสำหรับที่พักที่ไม่มีการบริการที่ดีอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความคิดทางลบกับการท่องเที่ยวได้

4.3 ทำเลที่ตั้งสะดวกในการที่จะไปซื้อ การคมนาคมที่สะดวกมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงในการตัดสินใจไปเที่ยวแต่ละครั้ง ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทั่วถึงครอบคลุมผู้บริโภคจำนวนมาก เป็นโอกาสที่จะได้กระตุ้นความต้องการท่องเที่ยวของลูกค้าและเป็นโอกาสที่จะได้ขายสินค้ามากขึ้น

4.4 มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย การมีทางเลือกที่หลากหลายย่อมตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่า

4.5 ชื่อเสียงของร้านดีเป็นที่เชื่อถือได้ ชื่อเสียงที่สั่งสมมานานเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคจะมั่นใจในคุณภาพของสินค้าและบริการได้ เช่น โรงแรมหรือธุรกิจบริการท่องเที่ยวได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จะเพิ่มความมั่นใจในด้านคุณภาพในความรู้สึกของนักท่องเที่ยว

7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542: 577) ให้ความหมายของคำว่า พึงพอใจ หมายถึง รักชอบใจ และ พึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ความพึงพอใจตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยา (สมพร ตั้งสะสม. 2537: 18; อ้างอิงจาก Chaplin. 1998) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการ ตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการจากสถานบริการ

ดิเรก (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์การอีกด้วย

กิตติมา (2529) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆเมื่อได้รับการตอบสนอง

ฉัตรชัย (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

สง่า (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

เทพพนม และสวีน (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคนๆหนึ่ง สิ่งที่เขาหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

วิรุฬ (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อยสอดคล้องกับ

นภารัตน์ (2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

กาญจนา (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงาานนั้น

มอร์ส (Morse. 1953: 27) กล่าวว่าความพึงพอใจ คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ความตึงเครียดมีมากจะทำให้เกิดความไม่พอใจ ซึ่งความตึงเครียดนี้เป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการสนองก็จะทำให้เกิดความพอใจ

โวล์แมน (Wolman. 1973: 334) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าความพึงพอใจหมายถึง มีความรู้สึก (Feeling) ที่มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 36) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลเมื่อได้รับความสุขหรือความผิดหวังซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวังในผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการพอดีกับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ

มุลินส์ (Mullinss. 1985: 280) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเจตคติ ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงาน ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่าง เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังที่มีอยู่และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จึงเป็นหัวใจของธุรกิจที่ให้บริการสร้างความพึงพอใจที่จะมารับบริการอีกในครั้งต่อไป ธุรกิจหรือองค์กรใด ๆ ที่ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการให้ได้แล้ว ในที่สุดก็จะถูกคู่แข่งขั้นก้าวหน้าไป หรือถูกลูกค้าเมินโดยไม่มีเยื่อใยเหลือไว้ให้อีกเลย

มิลเลต (Millet. 1954: 397) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการหรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พอใจหรือไม่โดยวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) คือ การให้บริการที่มีความยุติธรรม
2. ความเสมอภาค และเสมอหน้าไม่ว่าจะเป็นใคร
3. การให้บริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
4. การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ
5. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
6. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการด้านปริมาณคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ (2546: 90-93) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003: 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการ

ทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก สรุปจากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์

ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นนักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) ตลอดจนยึดหลักการสร้างภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าที่เกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ซึ่งคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) หรือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง

ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product Competitive Differentiation) เป็นการออกแบบลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความแตกต่างนั้นจะต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสามารถสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าได้ความแตกต่างทางการแข่งขันประกอบด้วย

1. ความแตกต่างผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)
2. ความแตกต่างด้านบริการ (Service Differentiation)
3. ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal Differentiation)
4. ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)

ความแตกต่างเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer Added Value) คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า (Total Customer Value) เป็นการรับรู้ในรูปของตัวเงินทางด้านเศรษฐกิจ หน้าที่ และผลประโยชน์ทางด้านจิตวิทยาที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากตลาด หรือเป็นผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าของผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากรและความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้งสี่ด้านนี้ก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้านเช่นกัน คือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personal Value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) คุณค่าทั้ง 4 ประการ รวมเรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า

โทมัสและเอิร์ล (Thomas; & Eart. 1995: 88) ได้ให้แนวคิดความพึงพอใจไว้ว่า การวัดความพึงพอใจเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่ เพื่อทราบผลของการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจเป็นสิ่งที่บริษัทเชื่อว่ามีคุณค่าและควรให้ความเข้าใจในความต้องการและปัญหาของลูกค้าในการให้บริการ ผู้บริการขององค์กรต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดประสิทธิผลและได้ผลดีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสำรวจความพึงพอใจจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารจัดการในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน มีเกณฑ์ในการวัดที่ลูกค้ามักอ้างอิงถึงดังต่อไปนี้ (วีรพงษ์ เณิมจิระรัตน์. 2538: 17)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ บุคลากร และวัสดุการติดต่อสื่อสาร
2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้และมีความน่าเชื่อถือ
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการในทันที
4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน
5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติมีน้ำใจและเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ
6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ความจริงใจของผู้ให้บริการ
7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ
8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้บริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกในการติดต่อ
9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ แก่ ผู้รับบริการ ใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจและรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์
10. การเข้าใจและรู้สึกผู้รับบริการ (Customer understanding) หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน

เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Tools for Tracking and Measuring Customer Satisfaction) เป็นวิธีการที่จะติดตาม วัด และค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า บริษัทที่ยึดปรัชญาหรือแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ที่มุ่งเน้นความสำคัญที่ลูกค้าจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ 1. การสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้า ซึ่งจะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง 2. บริษัทจะต้องสามารถสร้างกำไรโดยวิธีใดวิธีหนึ่ง เช่น ลงทุนในการผลิตมากขึ้น หรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เหล่านี้ถือว่ามีผลกระทบทั้งรายได้ของบริษัทและต้นทุนของสินค้า 3. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้นพนักงาน ผู้ขายปัจจัยการผลิตและคนกลาง และเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของคนเหล่านี้ด้วย

วิธีการติดตาม และวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถทำได้ 4 วิธีดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Systems) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งดีกว่าวิธีแรกที่มักพบปัญหาว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือและมักเปลี่ยนไป ซึ่งสินค้าจากผู้ขายรายอื่นแทน เป็นผลให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้าไป เครื่องมือที่นิยมใช้มากคือการวิจัยตลาด วิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า เทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า มีดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง

2.2 การถามลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่ อย่างไร

2.3 การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และเสนอแนะประเด็นต่าง ๆ ที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า

2.4 เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่าง ๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์ เรียกว่า เป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์

2.5 เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย (Ghost shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง รวมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost Customer Analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น วิธีแก้ปัญหาดัง ๆ ที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ เช่น ราคาสูงเกินไป บริการไม่ดีพอ ผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ มีดังนี้

1.1 มีความรู้และรอบรู้ในเรื่องของสินค้า บริการ ผู้บริหาร โครงสร้างขององค์กร นโยบายขององค์กร ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในองค์กร โดยเฉพาะ งานในหน้าที่ ที่ต้องการศึกษาหาความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ก้าวหน้าต่อไป ต้องรู้จักนำความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.2 มีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจในตนเอง และมีความคล่องตัว แสดงถึงความกระตือรือร้น สุภาพ จริงใจ ดูเป็นธรรมชาติ การแต่งกายเรียบร้อย สะอาด สวยงามเหมาะสมกับกาลเทศะ เหล่านี้ล้วนทำให้บุคลิกของผู้ให้บริการน่าชวนมอง น่านิยมนับถือ น่าเข้าใกล้ และน่าประทับใจต่อผู้มาทำการติดต่อ

1.3 ร่างกายแข็งแรง ท่าทางคล่องแคล่ว สุขภาพอนามัยเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอ มีโรคภัยมาเบียดเบียนอยู่เสมอ ย่อมเป็นอุปสรรคในการทำงานและการพัฒนาตนเอง ฉะนั้น การระวังรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอจะมีผลทำให้จิตใจ สมอง สติปัญญา สุขภาพจิตดีเป็นปกติ การทำงานติดต่อกับผู้อื่นย่อมเป็นไปอย่างราบรื่น

1.4 มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดี ชอบให้บริการผู้อื่น ยึดถือว่าบุคคลอื่นหรือผู้มาติดต่อถูกเสมอ ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและอย่างตั้งใจ

1.5 ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีไมตรีจิต มีใจเมตตากรุณา เห็นอกเห็นใจผู้อื่นให้ความช่วยเหลือ เมื่อผู้อื่นมีปัญหาทุกข์ร้อน สามารถรับฟังปัญหาด้วยความเห็นอกเห็นใจ

1.6 เป็นคนช่างสังเกต มีปฏิภาณดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ การพบปะหรือประจันหน้ากันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้มาติดต่อ ย่อมมีโอกาสหรือแนวโน้มที่จะปะทะคารมกันได้ ความมีปฏิภาณ ไหวพริบดี สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จะช่วยลดหลีกมิให้โอกาสแบบนั้นเกิดขึ้นได้ ประการสำคัญ ความมีปฏิภาณไหวพริบจะช่วยเสริมบุคลิกภาพ ความอะลุ่มอล่วย และความเข้าใจซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี

2. ด้านสถานที่ประกอบการ ลักษณะของสถานที่ ที่ให้บริการที่ดี (สุวัฒนา ในเจริญ. 2540: 11)

- 2.1 ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ไม่แออัดในการเดินทาง
- 2.2 สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่
- 2.3 การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับบริการ
- 2.4 สถานที่จอดรถสะดวกไม่คับแคบจนเกินไป

3. ด้านความสะดวกที่ได้รับ ลูกค้าจะรู้สึกประทับใจเมื่อ

- 3.1 มีพนักงานที่คอยให้ความสะดวกกับลูกค้าเพียงพอ
- 3.2 มีความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้บริการกับลูกค้า
- 3.3 การให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ
- 3.4 การให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้รับบริการไม่เข้าใจในบริการ

4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

4.1 ความทันสมัยต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับบริการจะได้รับ

4.2 การให้คำแนะนำตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน

4.3 การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ารวมถึงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ง่ายไม่คลุมเครือเข้าใจต่อการฟัง

5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ การบริการที่มีการดำเนินการที่ดี ได้แก่

5.1 ความรวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้ง แต่ละเรื่อง

5.2 การลดขั้นตอนหรืออนุโลมให้ลูกค้าในบางกรณี ลูกค้าจะมีความรู้สึกที่ง่ายไม่เสียเวลา

5.3 การดำเนินการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ

จากความหมายข้างต้นกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล เกิดจากความต้องการที่บุคคลนั้น ๆ คาดหวังไว้ หากได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Needs) , มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Needs) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้น บุคคลนั้นต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ หรือบริการ แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความต้องการก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค ความต้องการนั้นต้องเป็นนามธรรม เป็นความต้องการพื้นฐานเบื้องต้นที่ไม่ใช่กล่าวถึงสินค้า แต่กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับตัวบุคคล สินค้า และบริการต่าง ๆ ก็สามารถนำออกมาขาย เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นปฐมภูมิได้

2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่ต้องมีอำนาจซื้อด้วย ฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย

3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้ออย่างน้อยแค่ไหน

4. พฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้อย่างไร เช่น ซื้อกี่ครั้ง ครั้งละเท่าไร ซื้อกับใคร เป็นต้น

พฤติกรรมของผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ (Physical) และลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา (Psychological) สภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว (Family) ครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม (Social) รวมถึงสังคมถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น (Cultural) ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา. 2542: 32)

ลาวดอน และเดลลา กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และกิจกรรมกายภาพที่บุคคลกระทำ เมื่อเขาทำการประเมิน (Evaluating) แสวงหาและครอบครอง (Acquiring) การใช้ (Using) หรือบริโภค (Consuming) สินค้าและบริการ (Goods and Service) (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Loudon; & Della. 1993)

ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 7) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้า และบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อน และหลังการกระทำดังกล่าว

ชิฟแมน และคานัค กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลในการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Schiffmen; & Kanuk. 1997)

เอ็นเกล แบล็คเคิล และไมเนียด กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลในการประเมิน (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Enger Blackell; & Miniard. 1993)

ธงชัย สันติวงษ์ (2542: 34) ได้กล่าวไว้ว่า การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือเข้าใจถึงกลไกภายใน ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม นับว่าเป็นเรื่องราวที่นักการตลาดสมัยใหม่ต้องสนใจเป็นพิเศษ ทั้งนี้เพราะการตลาดในปัจจุบันเป็นยุคสมัยของการแข่งขันและสภาพแวดล้อมมีข้อจำกัดมากมายทำให้การศึกษาผู้บริโภคโดยละเอียดลึกซึ้งไปกว่าเดิมจนถึงพฤติกรรมผู้บริโภค

เนื่องด้วยผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในลักษณะประชากรอยู่หลายประเด็น เช่น ด้านอายุ รายได้ ระดับการศึกษาและรสนิยม เป็นต้น ทำให้มีการซื้อสินค้าและบริการหลากหลายชนิดไปบริโภค นอกจากลักษณะประชากรดังกล่าว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่ทำให้มีการบริโภคแตกต่างกัน (สุปัญญา ไชยชาญ. 2543: 121) ทำให้นักการตลาดต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) การค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 125)

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องการ โดยมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำซึ่งมีอิทธิพลมาจากปัจจัยที่อยู่ภายในของบุคคล และปัจจัยที่อยู่ภายนอกของบุคคล

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมด้านการบริโภค เป็นการค้นคว้าหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหา พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย Who? What? Why? When? Where? และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ 7O_s ซึ่งประกอบไปด้วย Occupants Objects Objectives Organization Occasions Outlets Operations มีตารางแสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แสดงคำถาม 7 คำถาม ดังนี้

ตารางแสดงคำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงต้องซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อคือ (1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล

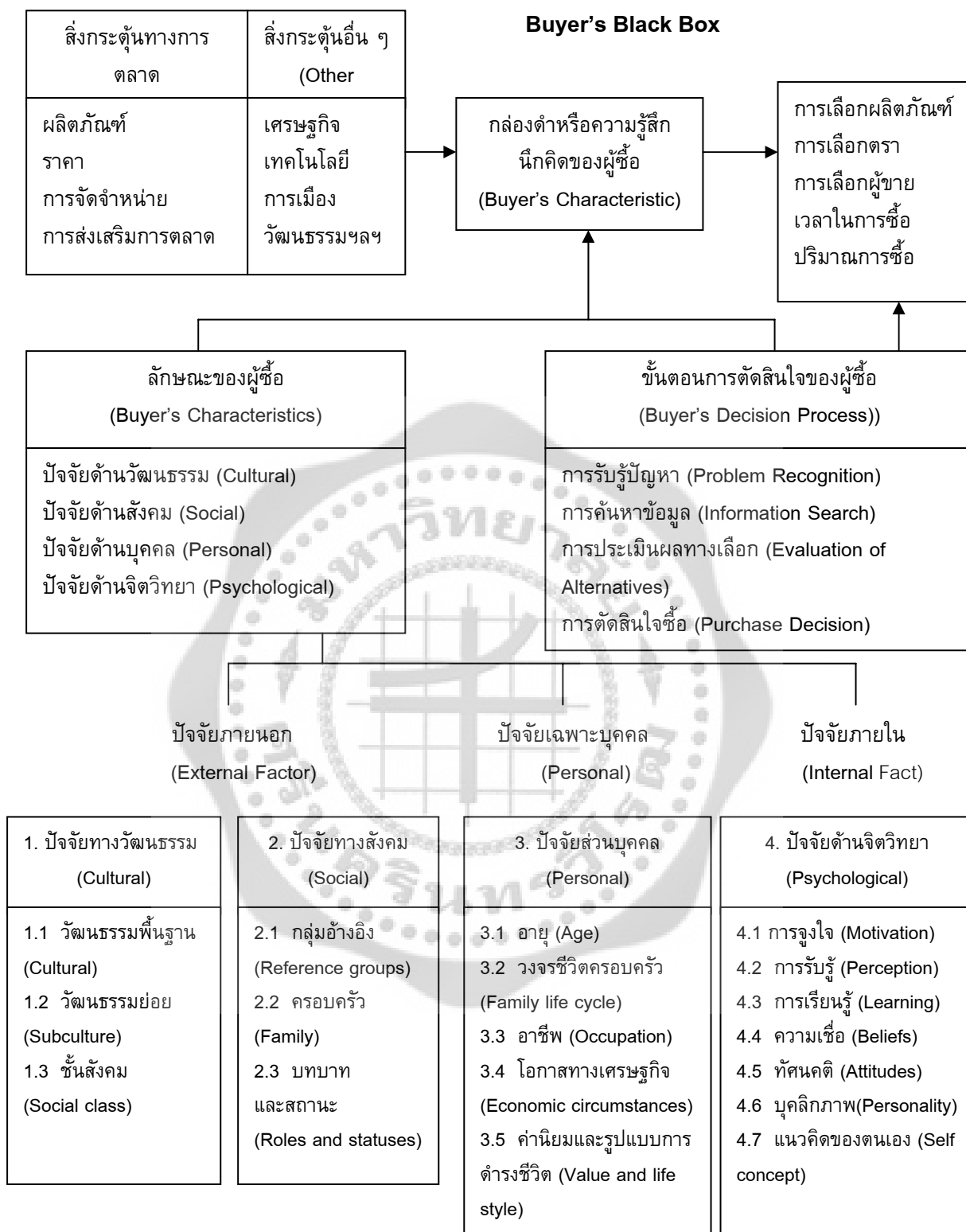
ตารางแสดงคำถาม (BWS และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the Consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูกาลใดของปีช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the Consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) สถานที่ไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) ตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า 126.

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 196-199) กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาดังถึงเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้



ภาพประกอบ 4 แสดงรูปพฤติกรรมผู้บริโภค [Model of buyer (consumer) behavior] และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factors influencing consumer's buying behavior)

ที่มา: Kotler. (2000). *Marketing Management*. p. 161.

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

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

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การให้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซื้อบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีการควบคุมระบบการจัดเก็บสินค้า ระบบบาร์โค้ด ระบบการกระจายสินค้า

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น อัตราการเพิ่มหรือลดลงในการเก็บภาษีเงินได้ มีบทบาทในการเพิ่มหรือลดการบริโภค

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น วัฒนธรรมนิยมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้นมากขึ้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

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

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

- 3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice)
- 3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice)
- 3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)
- 3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)
- 3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เป็นผลมาจากความแตกต่างของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม (ฉัตรยาพร เสมอใจ.2546: 38) สามารถแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก

1. ปัจจัยภายนอก (Internal factors) ปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก มีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เช่น การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวคิดของตนเอง

1.1 การจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นภายใน และผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้นและเป็นแรงจูงใจที่อยู่บนพื้นฐานของความต้องการ เมื่อไรที่ผู้บริโภคมีแรงจูงใจแล้วความต้องการก็จะได้รับการสนองตอบ

1.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น การรับรู้ของแต่ละบุคคล จะแตกต่างกันออกไป แม้ว่าจะถูกกระตุ้นอย่างเดียวกันและสถานการณ์เดียวกัน ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับ

- ลักษณะของสิ่งกระตุ้น
- ความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นกับสิ่งรอบตัว
- สภาพภายในของบุคคล

1.3 การเรียนรู้ (Learning) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นได้แสดงพฤติกรรมแล้ว และเกิดขึ้นโดยผ่านสิ่งต่าง ๆ คือ แรงขับภายใน สิ่งเร้า ตัวเร่งให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองและแรงขับเสริมอื่น ๆ การเรียนรู้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและประสบการณ์ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ได้ใน 3 ลักษณะคือ

- ด้านการรับรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการไม่รู้ข้อมูลมาเป็นการรับรู้ข้อมูล หรือจากการที่รับรู้น้อยมาเป็นรับรู้มากขึ้น
- ด้านความรู้สึก เป็นการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกจากการไม่ชอบมาเป็นชอบ หรือจากการชอบน้อยมาเป็นชอบมาก
- ด้านทักษะ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกี่ยวกับความชำนาญ คือ จากสิ่งที่ทำไม่เป็นมาทำเป็นหรือที่เป็นน้อยมาทำให้คล่อง

1.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) บุคคลย่อมมีความคิดที่ตนยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003: 198) หรือเป็นความคิดที่ยึดถือในใจ ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1.5 ทศนคติ (Attitudes) การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคลความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหมายถึง แนวโน้มของการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ ทศนคติมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องสร้างทศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าและบริการ หรือศึกษาทศนคติของผู้บริโภคแล้วพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความสอดคล้อง

1.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และแสดงออกมาในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนองตอบของแต่บุคคล บุคลิกภาพและพฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุมโดยความนึกคิดพื้นฐาน 3 ระดับ คือ

- อิด (Id) ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์
- อีโก้ (Ego) ความต้องการด้านการยกย่อง ความภาคภูมิใจ ความเคารพ และสถานะของบุคคล
- ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) เป็นส่วนที่สะท้อนถึงศีลธรรมและจริยธรรมของสังคมในตัวบุคคล

1.7 แนวคิดของตนเอง (Self concept) เป็นความรู้สึกของบุคคลเป็น สิ่งประทับใจของบุคคล ซึ่งจะกำหนดลักษณะของบุคคลนั้น แต่ละบุคคลจะมีบุคลิกส่วนตัวหรือแนวคิดของตนเองซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

2. ปัจจัยภายนอก (External factors) คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และไม่สามารถควบคุมได้ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) เป็นผลรวมจากการเรียนรู้ระหว่างความเชื่อ ค่านิยม และประเพณี ซึ่งจะควบคุมพฤติกรรมผู้บริโภคของสมาชิกในสังคม (Schiffman; & Kanuk. 2000: G-4) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมแบ่งได้ดังนี้

2.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากคนหนึ่งสู่คนหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง (Etzel, Walker, & Stanton. 2001: G-3) หรือเป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและพฤติกรรม

2.1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มภายในสังคมซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน (Schiffman; & Kamuk. 2000: G-13) หรือหมายถึง กลุ่มย่อยของวัฒนธรรม ซึ่งมีรูปแบบทางพฤติกรรมที่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นภายในวัฒนธรรมเดียวกัน (Etzel, Walker, & Stanton. 2001: G-12) วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ และกลุ่มย่อยด้านเพศ

2.1.3 ชั้นสังคม (Social class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน (Schiffman; & Kamuk. 2000: G-12) หรือหมายถึง การแบ่งหรือการจัดลำดับภายในสังคมซึ่งถือเกณฑ์การศึกษา อาชีพ และรูปแบบ ตลอดจนลักษณะที่อยู่อาศัย (Etzel, Walker, & Stanton. 2001: G-11) การแบ่งชั้นของสังคมโดยทั่วไปจะถือเกณฑ์รายได้ อาชีพ หรือพื้นที่อยู่อาศัย ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

2.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยด้านสังคมแบ่งได้ดังนี้

2.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) กลุ่มบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคลอื่น (Etzel, Walker, & Stanton. 2001: G-10) แบ่งได้เป็นอีก 2 ระดับ คือ

- กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน

- กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม ศาสนา เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่าง ๆ

2.2.2 ครอบครัว (Family) ได้แก่ บิดามารดา และพี่น้อง ครอบครัวถือเป็นกลุ่มปฐมภูมิ

2.2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว องค์กร และสถาบัน โดยบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่สามารถสื่อถึงบทบาทและสถานะของตนเองในสังคม

ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ต้องผ่านขั้นตอนดังนี้

1. รับรู้ปัญหา (Problem recognition)
2. การค้นหาข้อมูล (Information search)
3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives)

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision)

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) แบ่งได้ดังนี้

1. การรับรู้ความต้องการ/ปัญหา รับรู้ว่าการอะไร ซึ่งอาจเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายในและภายนอก ความต้องการทางกาย ความต้องการด้านจิตวิทยา

2. การค้นหาข้อมูล รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประเมินผล โดยข้อมูลอาจจะเป็นเรื่องผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่มาของแหล่งข้อมูลมาจากตัวแทนขาย โฆษณา (โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) อินเทอร์เน็ต ห้างสรรพสินค้า หรือจากผู้เคยใช้ หรือทดลองใช้เอง

3. การประเมินผลทางเลือก เมื่อได้ข้อมูลแล้วผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือก โดยกระบวนการประเมินมีดังนี้

- คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ด้านใดด้านหนึ่ง หรือภาพรวมที่ตอบสนองความต้องการ
- การให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติที่แตกต่างกัน
- ความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า
- ทศนคติในการเลือกตราสินค้า

4. การตัดสินใจซื้อ หลังจากผ่านการประเมินผลมาแล้ว ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่พอใจมากที่สุด แต่ในระหว่างความตั้งใจซื้อกับการตัดสินใจซื้อ มีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง 3 ประการ

- ทศนคติจากบุคคลอื่น
- ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้
- ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นสิ่งที่นักการตลาดต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อว่าอยู่ในระดับใด พฤติกรรมหลังการซื้อที่ต้องติดตามและให้ความสนใจ มีรายละเอียดดังนี้

5.1 ความพึงพอใจหลังการซื้อ (Post purchase satisfaction) เป็นระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคภายหลังจากที่ได้ซื้อสินค้าและบริการไปแล้ว ถ้าสินค้าและบริการนั้นมีประสิทธิภาพสูงเท่า หรือเกินความคาดหวัง ก็มีโอกาสที่ผู้บริโภคจะกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำ

5.2 การกระทำภายหลังการซื้อ (Post purchase action) ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์จะมีผลต่อพฤติกรรมต่อเนื่องของผู้บริโภค เช่น ซื้อซ้ำ เลิกใช้ บอกต่อ หรือร้องเรียน

5.3 พฤติกรรมการใช้และการกำจัดภายหลังการซื้อ (Post purchase use and disposal) เป็นสิ่งที่ต้องติดตาม เพราะมีผลต่อการพัฒนาสินค้า ยอดขาย สังคม และสิ่งแวดล้อม

ความหมายของแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง แนวโน้มการกระทำหรือการตอบสนองที่บุคคลแสดงออกมาทั้งภายในและภายนอกต่อความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา พฤติกรรมของผู้บริโภคที่คาดว่าจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีดังต่อไปนี้ (รจรินทร์ สิมธาราแก้ว. 2550: 34)

1. สิ่งที่เป็นสัญญาณบอกเหตุของความเป็นผู้บริหรณ์ติภาวะต่าง ๆ จะถูกชะลอตัวลง เช่น เรื่องของการมีครอบครัว การแต่งงาน การสร้างรากฐานครอบครัว เช่น มีบ้าน มีรถ ฯลฯ พบว่าคนทั่วโลกรวมทั้งคนในประเทศไทยแต่งงานช้าลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต โดยเฉพาะผู้หญิงในอดีตจะแต่งงานอายุ 16-17 ปี แต่ในปัจจุบันอายุ 30-40 ปี ก็ยังมีโอกาสแต่งงานได้

1.1 บุคคลแต่งงานช้าลงทำให้ครอบครัวมีบุตรช้าลง มีบุตรน้อยลง หรือไม่มีบุตร ปัจจุบันพบว่า อัตราเฉลี่ยของการมีบุตรของแต่ละประเทศไม่ถึง 2 คน

1.2 คนยุคใหม่ใส่ใจสัณนิยมของการบันเทิงมากขึ้น เพราะคนที่ต้องการหาความบันเทิงนั้นมีเงินมากพอ ในอดีตจะแต่งงานเร็วและจะเทียในชวงที่ตนเองมีเงินน้อย ปัจจุบันคนแต่งงานช้าลงทำให้มีเงินเพียงพอใช้จ่ายในเรื่องของความบันเทิงมากขึ้น

2. ผู้บริโภคยุคใหม่เป็นผู้บริโภคที่มีลักษณะเป็นกบฏ (Rebellion) เพราะว่าผู้บริโภคในยุคนี้จะมีความรู้สึกเบื่อหน่ายในกฎระเบียบและชื่นชมในความเป็นปัจเจกชนเพิ่มขึ้น ดังนั้นยังมีความเคารพในปัจเจกชนมากเท่าไร ความเป็นกบฏก็จะเกิดขึ้นมากเท่านั้น

3. ลักษณะของครัวเรือนที่แปรเปลี่ยนไป (The changing of household)

3.1 มีประเภทของครัวเรือนเพิ่มขึ้น กล่าวคือในอดีตส่วนใหญ่ประกอบด้วย ครอบครัว 2 แบบคือ

- ครอบครัวสามีและภรรยา
 - ครอบครัวแบบเดี่ยว คือ ครอบครัวที่ประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก
- ปัจจุบันครอบครัวยุคใหม่มีการแตกออกมาอีก 2 แบบคือ
- ครอบครัวแบบหย่าร้าง

- ครอบครัวแบบใหม่ (Untraditional Family) คือ ครอบครัวที่เป็นการรวมตัวกันระหว่างคนที่ไม่ใช่ครอบครัวปกติ แต่รวมตัวอยู่ในบ้านเดียวกันโดยไม่เกี่ยวพันกันเลย เช่น พนักงานที่ถูกส่งไปอยู่บ้านพักเดียวกัน เป็นต้น

3.2 ขนาดของครอบครัว ปัจจุบันขนาดของครอบครัวมีขนาดเล็กลง ค่านิยมเรื่องเพศของลูกหายไปหรือลดลงไปมาก ซึ่งมีผลต่อรายได้เนื่องจากครอบครัวมีขนาดเล็กลงมีผลทำให้เงินรายได้เหลือมากขึ้น เพียงพอกับสำหรับค่าใช้จ่าย

4. แนวโน้มเรื่องความแตกต่างทางเพศจะลดน้อยลง คือ ผู้หญิงสามารถทำในเรื่องที่เคยเป็นเรือผูกขาดของผู้ชาย และผู้ชายก็สามารถทำในหลายสิ่งที่เป็นเรือผูกขาดของผู้หญิงได้

5. แนวโน้มด้านการศึกษาของผู้บริโภคสูงขึ้น ผู้บริโภคยุคใหม่จะได้รับข้อมูลข่าวสารมากขึ้น เป็นผู้บริโภคที่มีการศึกษาดี ทำให้มีผลกระทบต่อการบริโภค คือ การภักดีต่อตราห้อยลดลง ทำให้เกิดความรู้สึกแตกต่างระหว่างยี่ห้อจะลดต่ำลง

6. ผู้บริโภคมีเวลาว่างน้อยลง คนยุคใหม่มีแนวความคิดว่า เวลาคือแก่นสารของชีวิต ดังนั้นจึงหาเวลาว่างได้ยาก ทำให้ต้องใช้เวลาว่างอย่างคุ้มค่า ดังนั้นผลที่ตามมาคือผู้บริโภคต้องการชีวิตที่สมบูรณ์แบบขึ้นและต้องการได้รับความสะดวกสบายจากการได้รับบริการ

7. ผู้บริโภคยุคใหม่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ (Health conscious) มากขึ้น จะเห็นว่าสินค้าที่ผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการจะต้องคำนึงถึงเรื่องสุขภาพ เช่นการดื่มน้ำผลไม้ทดแทนน้ำอัดลม เป็นต้น

8. ยุคที่บริโภคต่อสู้กับความชรา สมัยก่อนผู้บริโภคจะปล่อยให้ความชราเป็นเรื่องตามธรรมชาติ แต่สมัยนี้ไม่มีใครยอมแพ้ความชราอีกต่อไป

9. ผู้บริโภคยุคใหม่นั้นไม่มีความจงรักภักดีในตราห้อย (Lack of brand Loyalty) จะเห็นได้ชัดเจน เพราะผู้บริโภคมีการเปิดรับสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ จึงทำให้ไม่มีความภักดีในตราสินค้า และผู้บริโภคสมัยใหม่หลายคนตระหนักว่า “ความภักดีทำให้ชีวิตมีค่าใช้จ่ายสูง”

10. ผู้บริโภคยุคใหม่เป็นผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบายในชีวิต เช่น ความเป็นอัตโนมัติ (Automatic) ของสินค้า ที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกที่รู้สึกว่าเป็นเรื่องง่ายมาจากการทำงาน

11. การแสวงหาข่าวสารและความรู้ของผู้บริโภคมีมากขึ้น

12. ผู้บริโภคต้องการได้รับการยอมรับจากกลุ่ม (Sense of belonging) เนื่องจากคนยุคนี้มีความเหงามือเหงาก็รู้สึกตัวเองถูกแยกกลุ่ม จึงพยายามดิ้นรนที่จะเข้าไปอยู่ในกลุ่มโดยการแสดงออกมาด้วยการใช้สินค้าที่สะท้อนวัฒนธรรมของกลุ่ม

13. ผู้บริโภคยุคใหม่จะซื้อผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ (Integrated product) คำว่าบูรณาการคือ สินค้าที่มีความพร้อมทั้งด้วยผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการได้ มีคุณภาพดี มีรูปแบบที่สวยงาม มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีบริการที่ดี และมีภาพพจน์ที่ดีอีกด้วย

14. ลูกค้ายุคใหม่เป็นมนุษย์ยุคเก็บกด

15. ผู้บริโภคต้องการบริการ (Service) ที่เป็นเลิศ

16. ผู้บริโภคพอใจธุรกิจที่ทำการตลาดด้วยความซื่อสัตย์

17. ผู้บริโภคซื้อแบบไม่มีการวางแผน (Unplanned shopping) ในอดีตผู้บริโภคอาจต้องมีการวางแผนก่อนการซื้อทุกครั้ง แต่ปัจจุบันผู้บริโภคไปห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าเพียงแห่งเดียวทำให้ได้ของที่ต้องการทุกประเภท โดยไม่ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า

18. ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการจ่ายแบบใหม่มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายด้วยบัตรเครดิต (Pay with credit card) จ่ายด้วยระบบเงินผ่อน (Credit Concept or credit attitude) เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่เอื้ออำนวยที่จะให้ผู้บริโภคจ่ายเงินสดเป็นจำนวนมากๆ ได้ในครั้งเดียว ผู้บริโภคยุคนี้จะไม่สนใจราคาโดยรวม ไม่สนใจดอกเบี้ยแต่จะสนใจว่าจ่ายต่อเดือนเท่าไร ถ้าเขาสามารถจ่ายได้เขาก็จะตกลงซื้อสินค้านั้น ๆ ทันที

9. ประวัติของสถานกวดวิชา

ประวัติกวดวิชาบ้านนักปราชญ์

ตั้งอยู่ที่ 99/82-83 ถ.เทศบาลสงเคราะห์ ตลาดยาว จตุจักร กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10900 โทรศัพท์ 02-954-4690 Facebook : สถาบันกวดวิชาบ้านนักปราชญ์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 จำนวนครู 5 คน และประชาสัมพันธ์ 1 คน ในรูปแบบการศึกษาโรงเรียนเอกชนนอก ระบบ ประเภทโรงเรียนกวดวิชา โดยมีการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการ ระยะเวลาของการศึกษา

เปิดการเรียนการสอน ในวันเสาร์-อาทิตย์ หยุดทำการในวันจันทร์ โดยยึดเนื้อหาการเรียนการสอนตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ เน้นการเรียนแนวใหม่ ที่ทันสมัย มีการสอนเทคนิคการจดจำและเทคนิคการทำข้อสอบที่เข้าใจง่าย เพื่อให้นักเรียนนำไปใช้ประโยชน์ในการทำข้อสอบได้จริง เห็นผลชัดเจน โดยจัดการเรียนเป็นกลุ่ม สอนสดทุกรอบซึ่งครูสามารถดูแลนักเรียนได้ทั่วถึงและอบอุ่นเป็นกันเอง

ลักษณะสถานที่กวดวิชาบ้านนักปราชญ์

เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น จำนวน 2 คูหาติดกัน ชั้นล่างเป็นเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ต้อนรับผู้ปกครองและนักเรียน ชั้นที่ 2 เป็นห้องเรียนใหญ่โอโถง และชั้น 3 แบ่งห้องเรียนออกเป็น 2 ห้อง ห้องเรียนทุกห้องติดเครื่องปรับอากาศพร้อมโต๊ะและเก้าอี้แบบเลคเชอร์

จุดมุ่งหมายของการก่อตั้ง

1. เพื่อพัฒนาผู้เรียนในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 – ป.6) ให้มีความรู้ เพิ่มพูนปัญญาสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
2. เพื่อฝึกทักษะการคิดให้เป็นระบบและรวดเร็ว ตั้งแต่เยาว์วัย
3. เพื่อให้ผู้เรียนมีการพัฒนาศักยภาพให้เต็มความสามารถ กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก เพื่อเป็นพื้นฐานที่ดีในการพัฒนาต่อยอดการศึกษาของตนเองต่อไป และเพื่อให้นักเรียนสามารถสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อได้ในระดับชั้นมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงตามที่นักเรียนมุ่งหวัง

หลักสูตรที่เปิดสอน

ภาคเรียนที่ 1:

☺ คอร์ส “เปิดเทอม 1/1” (ป.4 , ป.5 , ป.6)

- เรียน 4 วิชา คณิตฯ , วิทยาศาสตร์ , ไทย , สังคม
- เรียนทุกวันเสาร์ภาคเช้า (08.30 – 13.00 น.)
- เริ่มเรียน 2 มิ.ย. – 28 ก.ค. 55
- ค่าเรียน 2,350 บาท

☺ คอร์ส “ภาษาอังกฤษ” ป.4 – ป.6

- เรียนทุกวันเสาร์ภาคบ่าย (14.00 - 15.30 น.)
- ค่าเรียน 1,100 บาท / เดือน

☺ คอร์ส Math For Gifted & E.P. ป.6

- คณิตฯยาก สำหรับสอบรอบพิเศษ
โรงเรียนสามเสน , โยธินฯ และสาธิตฯ ต่าง ๆ
- เรียนทุกวันอาทิตย์ (9.00 – 10.30 น.)
- ค่าเรียน 1,500 บาท (2 เดือน)

****กรุณาจองที่นั่งล่วงหน้า****

****สอบถามโทร : 02-954-4690 , 086-610-9973****

☺ คอร์ส “เปิดเทอม 1/2” (ป.4 , ป.5 , ป.6)

- เรียน 4 วิชา คณิตฯ , วิทยาศาสตร์ , ไทย , สังคม
- เรียนทุกวันเสาร์ภาคเช้า (08.30 – 13.00 น.)
- เริ่มเรียน 4 ส.ค. – 29 ก.ย. 55
- ค่าเรียน 2,350 บาท

☺ คอร์ส “ภาษาอังกฤษ” ป.5 – ป.6

- เรียนทุกวันเสาร์ภาคบ่าย (14.00 - 15.30 น.)
- ค่าเรียน 1,100 บาท / เดือน

☺ คอร์ส Math For Gifted & E.P. ป.6

- คณิตฯยาก สำหรับสอบรอบพิเศษ
โรงเรียนสามเสน , โยธินฯ และสาธิตฯ ต่าง ๆ
- เรียนทุกวันอาทิตย์ (9.00 – 10.30 น.)
- ค่าเรียน 1,500 บาท (2 เดือน)

****กรุณาจองที่นั่งล่วงหน้า****

****สอบถามโทร : 02-954-4690 , 086-610-9973****

ภาคเรียนที่ 2 :

☺ คอร์ส “เปิดเทอม 2/1” (ป.4 , ป.5 , ป.6)

- เรียน 4 วิชา คณิตฯ , วิทยาศาสตร์ , ไทย , สังคม
- เรียนทุกวันเสาร์ภาคเช้า (08.30 – 13.00 น.)
- เริ่มเรียนวันเสาร์ที่ 3 พ.ย. 55 - 29 ธ.ค. 55
- ค่าเรียน 2,350 บาท

☺ คอร์ส “คณิต O-net ป.4 , ป.5 , ป.6 ”

- เรียนทุกวันเสาร์ภาคบ่าย (13.30 – 15.00 น.)
- ค่าเรียน 800 บาท / เดือน

☺ คอร์ส Math For Gifted & E.P. ป.6

- คณิตฯยาก สำหรับสอบรอบพิเศษ
โรงเรียนสามเสน , โยธินฯ และสาธิตฯ ต่าง ๆ
- เรียนทุกวันอาทิตย์ (9.00 – 10.30 น.)
- ค่าเรียน 1,500 บาท (2 เดือน)

***พิเศษ เรียน 2 คอร์ส รับส่วนลดทันที**

****สอบถามโทร : 02-954-4690 , 086-610-9973****

☺ คอร์ส “เปิดเทอม 2/2” (ป.4 , ป.5 , ป.6)

- เรียน 4 วิชา คณิตฯ , วิทยาศาสตร์ , ไทย , สังคม
- เรียนทุกวันเสาร์ภาคเช้า (08.30 – 13.00 น.)
- เริ่มเรียนวันเสาร์ที่ 5 ม.ค. - 2 มี.ค. 56
- ค่าเรียน 2,350 บาท

☺ คอร์ส “อังกฤษ + คณิต O-net ป.4 , ป.5 , ป.6”

- เรียนทุกวันเสาร์ภาคบ่าย (13.30 – 16.00 น.)
- ค่าเรียน 1,000 บาท / เดือน

☺ คอร์ส “9 วันตะลุยโจทย์ 1,000 ข้อ” (ป.6 สอบเข้า ม.1)

- ตะลุยโจทย์ 4 วิชา คณิตฯ , วิทยาศาสตร์ , ไทย , สังคม
- เรียนรอบบ่าย (13.00 - 17.00 น.)
- เริ่มเรียน 11 มี.ค. – 21 มี.ค. 56
- ค่าเรียน 1,950 บาท (เรียน 9 วัน)

***พิเศษ เรียน 2 คอร์ส รับส่วนลดทันที**

****สอบถามโทร : 02-954-4690 , 086-610-9973****

ภาคฤดูร้อน :

☺ คอร์ส “Summer 1/1” ป.4 , ป.5 , ป.6 (มี.ค. – พ.ค. 56)

- เรียนทุกวันจันทร์ , พุธ , ศุกร์ (9.00 – 12.30 น.)
- เริ่มเรียนวันจันทร์ที่ 11 มี.ค. – 1 เม.ย. 56
- เรียน 5 วิชา (คณิต , วิทยาศาสตร์ , ไทย , สังคม , อังกฤษ)
- ค่าเรียน 2,350 บาท / เดือน

☺ คอร์ส “ตะลุยโจทย์คณิตศาสตร์” ป.6 สอบเข้า ม.1

- เรียนทุกวันจันทร์ , พุธ , ศุกร์ (12.00 – 13.00 น.)
- เริ่มเรียนวันจันทร์ที่ 11 มี.ค. – 21 มี.ค. 56 (เรียน 9 วัน)
- ค่าเรียน 750 บาท

☺ คอร์ส “9 วันตะลุยโจทย์ 1,000 ข้อ” (ป.6 สอบเข้า ม.1)

- ตะลุยโจทย์ 4 วิชา คณิตฯ , วิทยาศาสตร์ , ไทย , สังคม
- เรียนรอบบ่าย (13.00 – 17.00 น.)
- เริ่มเรียนวันจันทร์ที่ 11 มี.ค. – 21 มี.ค. 56 (เรียน 9 วัน)
- ค่าเรียน 1,950 บาท

****พิเศษเรียน 2 คอร์ส รับส่วนลดทันที****

****สอบถามโทร : 02-954-4690 , 086-610-9973****

☺ คอร์ส “Summer 1/2” ป.4 , ป.5 , ป.6 (มี.ค. – พ.ค. 56)

- เรียนทุกวันจันทร์ , พุธ , ศุกร์ (9.00 – 12.30 น.)
- เริ่มเรียนวันพุธที่ 3 เม.ย. – 1 พ.ค. 56
- เรียน 5 วิชา (คณิต , วิทยาศาสตร์ , ไทย , สังคม , อังกฤษ)
- ค่าเรียน 2,350 บาท / เดือน

☺ คอร์ส “เปิดเทอม 1/1” (ป.4 , ป.5 , ป.6)

- เรียน 4 วิชา คณิตฯ , วิทยาศาสตร์ , ไทย , สังคม
- เรียนทุกวันเสาร์ภาคเช้า (08.30 – 13.00 น.)
- เริ่มเรียน 1 มี.ย. – 27 ก.ค. 56
- ค่าเรียน 2,350 บาท

☺ คอร์ส “คณิต O-net ป.4 , ป.5 , ป.6”

- เรียนทุกวันเสาร์ภาคบ่าย (13.30 – 15.00 น.)
- ค่าเรียน 800 บาท / เดือน

****พิเศษเรียน 2 คอร์ส รับส่วนลดทันที****

****สอบถามโทร : 02-954-4690 , 086-610-9973****

10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นันทกษร ปวิณเมธา(2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเรียนกวดวิชาและค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการเรียนกวดวิชา และค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา (3) เสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาการเรียนกวดวิชาในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลแบบสอบถามของผู้ปกครองและนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2546 จำนวนกลุ่มละ 901 คนครูผู้สอนในโรงเรียน 10 คน และผู้เชี่ยวชาญ 5 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การคิดสัดส่วน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า (1) นักเรียนในโรงเรียนเอกชนเรียนกวดวิชามากกว่าไม่เรียนกวดวิชา แต่นักเรียนในโรงเรียนรัฐไม่เรียนกวดวิชามากกว่า นักเรียนที่เรียนกวดวิชา ส่วนใหญ่ทั้งในโรงเรียนเอกชนและรัฐเป็นเพศหญิง มีเกรดเฉลี่ย 3.51-4.00 เรียนในโรงเรียนขนาดใหญ่ ผู้ปกครองจบการศึกษาระดับปริญญาโท นักเรียนที่ไม่เรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าการเรียนในชั้นเรียนปกติเพียงพอแล้ว นักเรียนที่พึงพอใจในการเรียนกวดวิชาเพราะมีความเข้าใจในวิชาที่เรียนมากขึ้น ส่วนนักเรียนที่ไม่พึงพอใจเพราะเหนื่อย ลักษณะการเรียนคือเรียนในโรงเรียนกวดวิชา และเรียนทุกภาคการศึกษา รวมถึงปิดเทอมด้วย ชั้นเรียนที่เริ่มเรียนคือ ชั้น ป.6 ส่วนใหญ่เรียนในวันเสาร์-อาทิตย์ วิชาคณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย และสังคม ผลจากการเรียนกวดวิชานักเรียนส่วนใหญ่ระบุว่า

ทำให้ผลการเรียนดีขึ้นนักเรียนที่ได้เข้าศึกษาต่อในชั้น ม.1 โดยวิธีสอบคัดเลือกเป็นผู้เรียนกวดวิชา มากกว่าผู้ไม่เรียนกวดวิชา ส่วนที่แตกต่างกันคือนักเรียนในโรงเรียนเอกชนที่เรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ มีผู้ปกครองประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ครอบคลุม 30,001-40,000 บาทเรียนกวดวิชาเพราะต้องการเรียนเอง จุดมุ่งหมายในการเรียนกวดวิชา คือ ตัวเพื่อเตรียมตัวสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนที่มีชื่อเสียง ส่วนใหญ่เรียนทั้งช่วงเช้าและกลางวันสัปดาห์ละ 5-8 ชม. ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาเฉลี่ยปีละ 21,450.4 บาท แต่นักเรียนในโรงเรียนรัฐที่เรียนกวดวิชาส่วนใหญ่มีผู้ปกครองประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ครอบคลุม 40,001-50,000 บาท เรียนกวดวิชาเพราะผู้ปกครองต้องการให้เรียน จุดมุ่งหมายในการเรียนกวดวิชา คือ เรียนเสริมเพื่อรู้เนื้อหาวิชาล่วงหน้า ส่วนใหญ่เรียนในช่วงเช้าสัปดาห์ละ 1-4 ชม. ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาเฉลี่ยปีละ 18,465.8 บาท (2) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับนักเรียนโรงเรียนเอกชนมี 5 ตัวแปร ได้แก่ ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ค่าหนังสือและอุปกรณ์การเรียน ขนาดโรงเรียน ค่าบำรุงการศึกษา และค่าหนังสืออ่านเพิ่มเติมตามลำดับ ส่วนนักเรียนโรงเรียนรัฐพบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ค่าเสื้อผ้าชุดนักเรียนและรายได้ครอบคลุม ตามลำดับ (3) ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาการเรียนกวดวิชา 1) ควรพัฒนาประสิทธิภาพของครูในโรงเรียนมากขึ้น 2) รัฐควรพัฒนาศักยภาพของโรงเรียน และนักเรียนควรตั้งใจเรียนในห้องเรียน 3) ควรปรับปรุงระบบการคัดเลือกเข้าศึกษาต่อชั้น ม.1 4) ควรปรับปรุงข้อสอบให้สอดคล้องกับหลักสูตร 5) ผู้ปกครองควรเพิ่มบทบาทในการดูแลการเรียนของบุตรหลาน

จิรวดี ภูวนารถนุรักษ์ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนกวดวิชา กรณีศึกษาโรงเรียนกวดวิชาวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนกวดวิชาวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มประชากรทั้งหมดที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 และกำลังศึกษาอยู่ที่โรงเรียนกวดวิชาวัฒนา โดยศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการบริการ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย รวมถึงสถิติ t-test จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน โดยผู้ปกครองของนักเรียนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักธุรกิจหรือกิจการส่วนตัว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชาเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันเข้าศึกษาต่อเป็นส่วนใหญ่ ผลการศึกษาด้านความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาที่ยอดเยี่ยม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ การมีวิชาให้เลือกที่หลากหลายสนองความต้องการของผู้เรียน มีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบใหม่ ๆ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ความสามารถในการขอลดค่าเรียน และค่าเรียนเหมาะสมกับคุณภาพการสอน ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ความสะดวกในการคมนาคม ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ การมีแผ่นพับใบปลิว ป้ายประกาศติดตามโรงเรียนต่าง ๆ การโฆษณา การมีของสมนาคุณหรือของตอบแทนผู้เรียน ปัจจัยย่อยในการบริการด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ การที่โรงเรียนกวดวิชามีครูผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดีและสามารถถ่ายทอดให้นักเรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน ปัจจัยด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ห้องเรียนสะอาด มีแสงสว่างเหมาะสมตลอดเวลา ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก มีอุปกรณ์การเรียนและเครื่องมือที่ทันสมัย มีอาคารใหญ่โต และมีการตกแต่งสถานที่ที่ทันสมัย ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ การมีจำนวนห้องเรียนอย่างเพียงพอ การแบ่งฝ่ายงานต่าง ๆ ที่ชัดเจน มีเอกสารจัดเตรียมเป็นรูปเล่มและมีพนักงานบริการได้รวดเร็วและถูกต้องและมีอุปกรณ์ช่วยสอนที่ครบถ้วน

สายจิต ลิลิต (2537) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ ดังนี้คือ 1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่โรงเรียนกวดวิชาใช้กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคครั้งนี้ ได้แก่ 1. ผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีขนาดใหญ่ เปิดสอนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีนักเรียนตั้งแต่ 100 คนขึ้นไป มีจำนวน 4 โรงเรียน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ 2. นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนกวดวิชา ทั้ง 4 โรงเรียน จำนวน 280 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยการตอบแบบสอบถาม ผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาทั้ง 4 โรงเรียน ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายกลุ่มตัวอย่างของโรงเรียนกวดวิชาทั้ง 4 โรงเรียน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05 โดยผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ ด้านการบริการหรือผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจ ให้ความสำคัญมากที่สุดในหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ รองลงไปที่การจัดอาคารสถานที่และเอกสารประกอบการเรียน ด้านราคาค่าเล่าเรียน ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ในการตั้งราคาโดยคำนึงถึงบริการและคุณภาพ รองลงไปที่ จากต้นทุนการดำเนินงาน และการจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน นักเรียนสามารถเดินทางไปมาสะดวก และรองลงไปที่ การจราจรไม่ติดขัด ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญมากที่สุดคือการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ รองลงไปที่ การโฆษณาโดยการแจกใบปลิวหรือแผ่นพับ และการแจ้งสถิตินักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วสอบเข้าได้ ด้านการตลาดภายใน การเลือกสรรบุคลากร

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการมีทักษะและประสบการณ์ รองลงไปที่คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์และมีบุคลิกภาพ ด้านการสร้างคุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดคือบุคลากรมีประสบการณ์และชำนาญในการสอน รองลงไปที่คือ มีน้ำใจเป็นกันเองและสร้างการบริการให้น่าเชื่อถือทางวิชาการเป็นไปตามที่นักเรียนคาดหวัง ด้านการทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การให้ข้อมูลในการสมัครสอบในสถาบันต่าง ๆ รองลงไปที่คือ การบริการแนะแนวทางการศึกษาและการจัดโครงการรับรองผลการเรียนสอบเข้าไม่ได้ยีนดีคืนเงิน จากการศึกษาข้อมูล นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ในเรื่องหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ โดยเฉพาะการแนะนำวิธีการแก้ปัญหาโจทย์การเปรียบเทียบราคาค่าเล่าเรียนกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น ทำเลที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชนและการแนะนำโรงเรียนกวดวิชาจากเพื่อน หรือรุ่นพี่ จากการศึกษาข้อมูลที่ได้การประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในส่วนของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ควรจะมีการจัดหลักสูตรเนื้อหาวิชาการที่ดีโดยเฉพาะการแนะนำเทคนิควิธีการแก้ปัญหาโจทย์ มีการตั้งราคาค่าเล่าเรียนโดยเปรียบเทียบกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น ทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน นักเรียนเดินทางไปมาสะดวก มีการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อ หรือรุ่นพี่ สำหรับกลยุทธ์การตลาดธุรกิจบริการ ต้องมีการเลือกสรรบุคลากรที่มีทักษะ ประสบการณ์ มีความชำนาญในการสอนและมีความน่าเชื่อถือ ในการบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจดังกล่าว ในอนาคต

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค และงานวิจัยทั้งหมดข้างต้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดชื่อเรื่อง กรอบแนวความคิด การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย นิยามศัพท์ สมมติฐาน เพื่อช่วยในการออกแบบสอบถาม เพื่ออภิปรายผล และข้อเสนอแนะต่าง ๆ

สรุปในรายงานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีมาเป็นตัววิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล อ้างอิงจากศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546: 204) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยมหรือคุณค่าและรูปแบบการดำรงชีวิต

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคม อ้างอิงจากศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546: 203) กล่าวว่า ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง และครอบครัว

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ อ้างอิงจากพิบูล ที่ปะปาล (2545: 156) กล่าวถึงสาเหตุของการเกิดแรงจูงใจทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ จากตัวผลิตภัณฑ์ เหตุผล อารมณ์ และจากการอุปถัมภ์ของร้านค้า ในงานวิจัยนี้เลือกใช้แนวคิดเพียง 2 ด้าน คือ ด้านเหตุผล และด้านอารมณ์ เนื่องจากแนวคิดแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีความคล้ายกันกับแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7Ps) ในข้อ 1. ผลิตภัณฑ์และบริการ(Product) อ้างอิงจากศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546: 434) และแนวคิดแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ของร้านค้าที่ประกอบด้วย การบริการดีเป็นที่พอใจ ราคาเหมาะสมเหตุผลสมควร ทำเลที่ตั้งสะดวกมีความคล้ายกันกับแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7Ps) ในข้อ 7. กระบวนการ (Process) ข้อ 2. ราคา (Price) และข้อ 3. การจัดจำหน่าย (Place) อ้างอิงจากศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546: 434) ตามลำดับ

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ อ้างอิงจากศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ (2546: 90-93) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003: 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก โดยนำไปใช้ประเมินส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ อ้างอิงจากศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ (2546: 434) ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการหรือพนักงาน ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ และกระบวนการให้บริการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ทราบถึงความพึงพอใจ

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค อ้างอิงจากลาวดอน และเดลลา (Loudon; & Della 1993) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมกายภาพที่บุคคลกระทำเมื่อเขาทำการประเมิน (Evaluating) แสวงหาและครอบครอง (Acquiring) การใช้ (Using) หรือบริโภค (Consuming) สินค้าและบริการ (Goods and Service)

6. แนวคิดเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคอ้างอิงจากกรจินทร์ สิมธราแก้ว (2550: 34) กล่าวถึง แนวโน้มการกระทำหรือการตอบสนองที่บุคคลแสดงออกมาทั้งภายในและภายนอกต่อความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

จากการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียน พบว่านักเรียนในแต่ละกลุ่มมีทัศนคติและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน ในการศึกษาครั้งนี้จึงต้องการศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสังคม และแรงจูงใจ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม โดยจะศึกษาถึงความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กระบวนการศึกษาถึงกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และศึกษาถึงแรงจูงใจจากเหตุผล อารมณ์ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียน และผลการเรียนของนักเรียน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 – ป.6) ในสถานกวดวิชาของเอกชน 5 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 834 คน (แหล่งที่มา : ข้อมูลจำนวนลูกค้าจากสถานกวดวิชาที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัย) และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 – ป.6) ในสถานกวดวิชาของเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967: 887) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% สูตรการคำนวณดังนี้

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

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	e	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนที่มาเรียนกวดวิชาในสถานกวดวิชา จำนวนทั้งสิ้น 834 คน ความคลาดเคลื่อน 5% = 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร} \quad n &= \frac{834}{1+(834)(0.05)^2} \\ &= 271 \text{ คน} \end{aligned}$$

ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จำนวน 271 คน และสำรองกลุ่มตัวอย่างเพื่อป้องกันความผิดพลาดไว้ 5% เท่ากับ 14 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 285 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง(Purposive Sampling) โดยทำการคัดเลือกสถานกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 5 แห่ง ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการแบ่งโควตา (Quota) ในการสุ่มตัวอย่างนักเรียนจากสถานกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสัดส่วนที่เท่ากัน คือ สถานกวดวิชาแห่งละ 57 คน และจำแนกเป็นชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 อย่างละ 19 คน เท่า ๆ กัน ต่อหนึ่งสถานกวดวิชา รวมทั้งสิ้น 285 คน

สถานกวดวิชา	จำนวน(คน)	จำแนกเป็นชั้นปี	จำนวน(คน)
สถานกวดวิชาแห่งที่ 1	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19
สถานกวดวิชาแห่งที่ 2	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19
สถานกวดวิชาแห่งที่ 3	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19
สถานกวดวิชาแห่งที่ 4	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19
สถานกวดวิชาแห่งที่ 5	57	ป.4	19
		ป.5	19
		ป.6	19
จำนวนรวม	285		

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ในแต่ละสถานกวดวิชา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ความเต็มใจและยินดีที่จะให้ข้อมูล เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามตามที่กำหนด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งที่มาของข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาสร้างแบบสอบถาม
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนที่มาเรียนกวดวิชา ในสถานกวดวิชา ที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามซึ่งมีขั้นตอนการสร้างดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารตำราทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำสารสนเทศที่ได้จากการรวบรวมมาสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถานกวดวิชา
 - ตอนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม
 - ตอนที่ 4 แรงจูงใจ
 - ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา
 - ตอนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้ต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำเสนอต่อกรรมการควบคุมปริญญาพันธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนนำทดลอง (Try out)
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 49)

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{\overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	k	แทน	จำนวนข้อคำถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

จากการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน พบว่า ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 ปัจจัยทางด้านสังคมโดยรวม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.73 ปัจจัยด้านแรงจูงใจโดยรวม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.68 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.75 และแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง และค่าที่ใกล้ 0 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นต่ำ โดยกำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้ ควรมีค่ามากกว่า 0.70 จึงจะเป็นแบบทดสอบที่มีความเชื่อมั่นสูง (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546:449)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-end response questions) ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถาม ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียน และผลการเรียน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยยึดตามพระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ พ.ศ. 2545 ระบุว่า กำหนดให้เด็กที่มีอายุย่างเข้าปีที่ 7 ต้องเข้าเรียนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยเริ่มจากชั้นประถมศึกษาชั้นปีที่ 1 ซึ่งเป็นชั้นประถมศึกษาตอนต้น

1. 10 ปี
2. 11 ปี
3. 12 ปี

4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....ปี

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ตามระดับการศึกษาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ดังนี้

1. ประถมศึกษาปีที่ 4
2. ประถมศึกษาปีที่ 5
3. ประถมศึกษาปีที่ 6

ข้อที่ 4 สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

1. รัฐบาล
2. เอกชน

ข้อที่ 5 ผลการเรียนใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2.00
2. 2.01 – 2.50
3. 2.51 – 3.00
4. 3.01 – 3.50
5. 3.51 – 4.00

ข้อที่ 6 ชื่อสถานกวดวิชาที่นักเรียนเรียน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Normal scale) แบบเติมคำ ดังนี้

1. ชื่อสถานที่เรียนกวดวิชา.....

ข้อที่ 7 รายวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Normal scale) แบบเติมคำ ดังนี้

1. รายชื่อที่เรียนในสถานกวดวิชา ได้แก่.....

ข้อที่ 8 ระยะเวลาที่เรียนกวดวิชาในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Normal scale) แบบเติมคำ ดังนี้

1. ระยะเวลาที่เรียนกวดวิชาในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถานกวดวิชา มีทั้งหมด 7 ด้าน จำนวน 25 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดคะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่า เพื่อแปลความหมายหาค่าคะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 29)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ในการแปลความหมายข้อมูลปรากฏดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.21 – 5.00	มีความพึงพอใจอย่างมาก
3.41 – 4.20	มีความพึงพอใจ
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.60	ไม่พึงพอใจ
1.00 – 1.80	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสังคม 2 ด้าน จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Likert scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดคะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่า เพื่อแปลความหมายหาค่าคะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 29)

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ในการแปลความหมายข้อมูลปรากฏดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญของปัจจัยสังคม
4.21 – 5.00	มีความสำคัญในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีความสำคัญในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีความสำคัญในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีความสำคัญในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจ 2 ด้าน จำนวน 8 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Likert scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดคะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่า เพื่อแปลความหมายหาค่าคะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 29)

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ในการแปลความหมายข้อมูลปรากฏดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับแรงจูงใจ
4.21 – 5.00	มีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีแรงจูงใจในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีแรงจูงใจในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วน(Likert scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดคะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่า เพื่อแปลความหมายหาค่าคะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{(5-1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ในการแปลความหมายข้อมูลปรากฏดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	มีพฤติกรรมในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีพฤติกรรมในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีพฤติกรรมในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีพฤติกรรมในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีพฤติกรรมในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม จำนวน 4 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า(Rating scale) ซึ่งมีลักษณะค่าตรงข้ามกัน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดคะแนน ดังนี้

คะแนน	แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
5	เรียนต่อแน่นอน
4	เรียนต่อ
3	อาจจะเรียนต่อ
2	ไม่เรียนต่อ
1	ไม่เรียนต่อแน่นอน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่า เพื่อแปลความหมายหาค่าคะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 29)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ในการแปลความหมายข้อมูลปรากฏดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
4.21 – 5.00	มีแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในระดับน้อยที่สุด

การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามในแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. ลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ดังนี้
 - 1.1 หาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียน ผลการเรียนรู้
 - 1.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถานกวดวิชา ตอนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม ตอนที่ 4 แรงจูงใจ ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ตอนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
2. วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้
 - 2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ และสังกัดของโรงเรียน
 - 2.2 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way Analysis of variance) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน อายุ ระดับการศึกษา และผลการเรียนรู้
 - 2.3 สถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) หรือตัวแปรเกณฑ์ (Criterion Variable) จำนวน 1 ตัว กับตัวแปรอิสระ (X) หรือตัวแปรพยากรณ์ หรือตัวแปรทำนาย (Predictor Variable) ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2
 - 2.4 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3-5

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) พื้นฐานประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) (อภิสิทธิ์ จันตะนี. 2538: 75)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P	แทน	ร้อยละหรือ % (Percentage)
f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 65)

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

เมื่อ S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
X	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (แอลฟา-Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 449)

$$\alpha = \frac{\overline{k \text{ covariance} / \text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม
	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้

3.1 ค่า t-test ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544: 173)

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม เท่ากัน $S_1^2 = S_2^2$

$$t = \frac{\overline{X_1} - \overline{X_2}}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

โดยที่ $df = n_1 + n_2 - 2$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม ไม่เท่ากัน $S_1^2 \neq S_2^2$

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

$$\text{โดยที่ } df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} - \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2 + \left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2} \cdot \frac{1}{\frac{1}{n_1 - 1} + \frac{1}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	องศาอิสระ (Degree of freedom)

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

3.2.1 ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน มีสูตรดังนี้

ตารางแสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

แหล่งของการแปรปรวน	ผลรวมกำลังสอง	df	ค่าประมาณของความแปรปรวน MS	F
ระหว่างกลุ่ม	SS_b	k-1	MS_b	MS_b / MS_w
ภายในกลุ่ม	SS_w	n-k	MS_w	
ทั้งหมด	SS_t	n-1		

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยที่	k-1	แทน	Degree of Freedom สำหรับการผันแปรระหว่างกลุ่ม df_b
	n-k	แทน	Degree of Freedom สำหรับการผันแปรภายในกลุ่ม df_w
เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F- distribution
	MS_b	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	SS_b	แทน	ผลบวกกำลังสองระหว่างกลุ่ม

SS_w	แทน	ผลบวกกำลังสองภายในกลุ่ม
K	แทน	จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
df_b	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
df_w	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ แอลฟา = 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% จะใช้วิธี Fisher's Least – Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้สูตรดังนี้(กัลยา วาณิชยบัญชา. 2545: 258)

$$\text{เมื่อ } n_i \neq n_j \quad LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

$$\text{ถ้า } n_i = n_j \quad LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $df_w = n - k$
 LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับ
 กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean square error (MS_w)

K แทน จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

α แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

n_i แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ j

3.2.2 สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown – Forsythe (B) ใช้ในกรณีที่ความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม แตกต่างกัน (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 141) สามารถเขียนได้ดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW'}$$

$$\text{โดยค่า } MSW' = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ	B	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe
	MSB	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MSW'	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown- forsythe
	K	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดประชากร
	S_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Dunnett's T3 (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 332-333) มีสูตรดังนี้

$$\bar{d}_D = q_D \frac{\sqrt{2(MSs / A)}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ	$\bar{d}_D$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test Dd
	q_D	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test
	MSs / A	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	S	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยกำหนดค่าความอิสระ (Degree of Freedom) ระหว่างกลุ่ม คือ K-1 ภายในกลุ่ม n-k และรวมทั้งกลุ่ม คือ n-1

3.3 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนน X
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนน Y
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
	n	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ดังนี้

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลดลง ถ้า X ลดลง Y จะเพิ่มขึ้น
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มขึ้น ถ้า X ลดลง Y จะลดลงด้วย
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย
6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ความหมาย
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.01 – 0.20	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.4 การทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือสัมประสิทธิ์การถดถอย(เท็ดคักดี้ สุพันธุ์ , Multiple Regression Analysis by NCSS 2007 , SPSS 15 and LISREL)

ทดสอบโดยใช้สถิติ F จากสูตร

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(N-k-1)}$$

เมื่อ F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบความมีนัยสำคัญของ R
R	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
N	แทน	จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
k	แทน	จำนวนตัวพยากรณ์ (ตัวแปรอิสระ)

หรือทดสอบโดยใช้สูตร

$$F = \frac{SS_{reg}/df_{reg}}{SS_{res}/df_{res}}$$

เมื่อ F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบความมีนัยสำคัญของ R
SS_{reg}	แทน	ผลรวมของกำลังสอง (Sum of squares) ของ Y ที่เกิดจากการถดถอย
SS_{res}	แทน	ผลรวมของกำลังสอง (Sum of Squares) ของส่วนที่เหลือ หรือของความเบี่ยงเบนของการถดถอย (ความคลาดเคลื่อน)
df_{reg}	แทน	Degree of freedom ของการถดถอย = k
df_{res}	แทน	Degree of freedom ของส่วนที่เหลือ (ความคลาดเคลื่อน = N-k-1)

$$\begin{aligned} \text{จาก } SS_t &= SS_{reg} + SS_{res} \\ SS_{res} &= SS_t + SS_{reg} \end{aligned}$$

เมื่อ SS_t แทน ผลรวมของกำลังสองของทั้งหมดของ Y (Total sum of squares) $= \sum Y^2$

สำหรับ SS_{reg} ทำการหาจากสูตร

$$SS_{reg} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + \dots + \sum X_k Y$$



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรม การเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขต กรุงเทพมหานคร” โดยในการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (t – distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (F – distribution)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอ ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน และผลการเรียนของนักเรียน ปรากฏดัง ตาราง 1-3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านส่วน ประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสังคมที่มีผลต่อการมาเรียนกวดวิชา ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจใน การมาเรียนกวดวิชา พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาและแนวโน้มพฤติกรรม การเรียนต่อของนักเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ปรากฏดังตาราง 4-8

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ปรากฏดังตาราง 9 – 50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน

ตาราง 1 แสดงจำนวน ความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
● ชาย	138	48.4
● หญิง	147	51.6
รวม	285	100.0
2. อายุ		
● 10 ปี	92	32.3
● 11 ปี	95	33.3
● 12 ปี	98	34.4
รวม	285	100.0
3. ระดับการศึกษา		
● ประถมศึกษาปีที่ 4	95	33.33
● ประถมศึกษาปีที่ 5	95	33.33
● ประถมศึกษาปีที่ 6	95	33.33
รวม	285	100.0
4. สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน		
● โรงเรียนรัฐบาล	145	50.9
● โรงเรียนเอกชน	140	49.1
รวม	285	100.0
5. ผลการเรียนรู้ภาคเรียนล่าสุด		
● ต่ำกว่า 2.00	1	0.4
● 2.00 – 2.50	4	1.4
● 2.51 – 3.00	11	3.9
● 3.01 – 3.50	66	23.1
● 3.51 – 4.00	203	71.2
รวม	285	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
6. ชื่อสถานที่เรียนกวดวิชา		
● สถานกวดวิชาแห่งที่ 1	57	20.0
● สถานกวดวิชาแห่งที่ 2	57	20.0
● สถานกวดวิชาแห่งที่ 3	57	20.0
● สถานกวดวิชาแห่งที่ 4	57	20.0
● สถานกวดวิชาแห่งที่ 5	57	20.0
รวม	285	100.0
7. รายวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา		
● ภาษาไทย	114	13.7
● คณิตศาสตร์	273	32.9
● วิทยาศาสตร์	171	20.6
● ภาษาอังกฤษ	141	17.0
● สังคมศึกษา	114	13.7
● อื่น ๆ เช่น ภาษาจีน	17	2.1
รวม	830	100.0
8. ระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชา		
ต่อ 1 หลักสูตร		
● 10 ชั่วโมง	57	20.0
● 12 ชั่วโมง	33	11.6
● 16 ชั่วโมง	114	40.0
● 20 ชั่วโมง	81	28.4
รวม	285	100.0

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้จำนวน 285 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

เพศ พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน เป็นเพศชายจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 และเป็นเพศหญิงจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6

อายุ พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามมีอายุ 10 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 มีอายุ 11 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีอายุ 12 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4

ระดับการศึกษา พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนที่เท่ากันโดยอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในสังกัดโรงเรียนรัฐบาลจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 และศึกษาอยู่ในสังกัดโรงเรียนเอกชนจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1

ผลการเรียนภาคเรียนล่าสุด พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.00 จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 รองลงมา คือ นักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 3.01 – 3.50 จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 นักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.00 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 นักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 2.00 – 2.50 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 นักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 2.00 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ และเนื่องจากมีนักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 2.00 – 2.50 ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และนักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ ผู้วิจัยจึงได้สรุปรวมกลุ่มเข้ากับนักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.00 ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ผลการเรียนภาคเรียนล่าสุด

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. ผลการเรียนภาคเรียนล่าสุด		
● ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.00	16	5.6
● 3.01 – 3.50	66	23.2
● 3.51 – 4.00	203	71.2
รวม	285	100.0

ชื่อสถานที่เรียนกวดวิชา พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 1 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 2 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 3 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 4 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 5 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

รายวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเรียนวิชาคณิตศาสตร์จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาคือ เรียนวิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 เรียนวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 เรียนวิชาภาษาไทยจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 เรียนวิชาสังคมศึกษา จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และเรียนวิชาอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ และเนื่องจากมีนักเรียนที่เรียนวิชาอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ผู้วิจัยจึงได้สรุปรวมกลุ่มเข้ากับนักเรียนที่เรียนวิชาสังคมศึกษา ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 รายวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
7. รายวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา		
● ภาษาไทย	114	13.7
● คณิตศาสตร์	273	32.9
● วิทยาศาสตร์	171	20.6
● ภาษาอังกฤษ	141	17.0
● สังคมศึกษาและอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน	131	15.8
รวม	830	100.0

ระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร คือ 16 ชั่วโมง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา มีระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร คือ 20 ชั่วโมง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 มีระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร คือ 10 ชั่วโมง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร คือ 12 ชั่วโมง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสังคมที่มีผลต่อการมาเรียนกวดวิชา ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชา พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา และแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อของนักเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ปรากฏดังตาราง 4 – 8

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อสถานกวดวิชาของนักเรียน

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ต่อสถานกวดวิชา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
(1) ด้านผลิตภัณฑ์	4.39	0.62	มีความพึงพอใจมาก
1. เนื้อหาของวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา	4.47	0.68	มีความพึงพอใจมาก
2. รูปเล่มของหนังสือที่ใช้เรียนในสถานกวดวิชา	4.32	0.77	มีความพึงพอใจมาก
(2) ด้านราคา	4.22	0.57	มีความพึงพอใจมาก
1. ราคาค่าเรียนในแต่ละหลักสูตร	4.09	0.82	มีความพึงพอใจ
2. ราคาค่าเรียนโดยรวมที่คุ้มค่ากับความรู้อันที่ได้รับ	4.35	0.68	มีความพึงพอใจมาก
(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.29	0.63	มีความพึงพอใจมาก
1. ความสะดวกในการเดินทางมาเรียน	4.32	0.85	มีความพึงพอใจมาก
2. จำนวนสาขาของสถานกวดวิชา	4.26	0.74	มีความพึงพอใจมาก
(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09	0.68	มีความพึงพอใจ
1. ส่วนลดราคาที่สถานกวดวิชากำหนด	4.01	0.93	มีความพึงพอใจ
2. ช่วงระยะเวลาในการผ่อนผันการชำระเงินที่ สถานกวดวิชากำหนด	4.11	0.85	มีความพึงพอใจ
3. ของสมนาคุณที่สถานกวดวิชาแจกจ่ายให้เช่น ดินสอ ปากกา ไม้บรรทัด ปากกาเน้นข้อความ	4.13	0.86	มีความพึงพอใจ
(5) ด้านบุคคล	4.42	0.56	มีความพึงพอใจมาก
1. รูปแบบการสอนของอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา	4.57	0.66	มีความพึงพอใจมาก
2. การตอบปัญหาของอาจารย์ผู้สอน เมื่อนักเรียน มีข้อสงสัย	4.39	0.75	มีความพึงพอใจมาก
3. การให้คำปรึกษาของพนักงานฝ่ายธุรการ เมื่อนักเรียนมีข้อสงสัย	4.30	0.86	มีความพึงพอใจมาก

ตาราง 4 (ต่อ)

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ต่อสถานกวดวิชา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
4. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการพูดจาที่ไพเราะ อ่อนหวานของพนักงานฝ่ายธุรการ	4.52	0.72	มีความพึงพอใจมาก
5. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อแบบฟอร์ม การแต่งกายของพนักงานฝ่ายธุรการ	4.35	0.77	มีความพึงพอใจมาก
6. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อแบบฟอร์มการแต่งกาย ของอาจารย์ผู้สอน	4.38	0.77	มีความพึงพอใจมาก
(6) ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	4.12	0.57	มีความพึงพอใจ
1. ความปลอดภัยภายในอาคารสถานกวดวิชา	4.28	0.85	มีความพึงพอใจมาก
2. การเดินขึ้น – ลงในอาคารสถานกวดวิชา	3.92	0.90	มีความพึงพอใจ
3. ขนาดของห้องเรียนในสถานกวดวิชา	3.93	0.92	มีความพึงพอใจ
4. การจัดที่นั่งให้นักเรียนในสถานกวดวิชา	4.08	0.91	มีความพึงพอใจ
5. ความสว่างของห้องเรียนในสถานกวดวิชา	4.55	0.71	มีความพึงพอใจมาก
6. ความสะอาดของห้องเรียน อาคารเรียน และห้องน้ำในสถานกวดวิชา	3.94	0.96	มีความพึงพอใจ
7. อุปกรณ์และสื่อการสอน ที่ใช้ประกอบการสอน	3.92	0.72	มีความพึงพอใจ
8. สภาพโต๊ะและเก้าอี้ที่ใช้ในสถานกวดวิชา	3.95	0.85	มีความพึงพอใจ
(7) ด้านกระบวนการ	4.34	0.67	มีความพึงพอใจมาก
1. ระเบียบวิธีการ ด้านการบริการโดยรวมของ สถานกวดวิชา	4.33	0.73	มีความพึงพอใจมาก
2. การบริการที่รวดเร็วของพนักงานฝ่ายธุรการของ สถานกวดวิชา	4.35	0.75	มีความพึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.25	0.48	มีความพึงพอใจมาก

จากตาราง 4 แสดงภาพรวมความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่านักเรียนที่
เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ใน
ระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในเนื้อหาของวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา รูปเล่มของหนังสือที่เรียนในสถานกวดวิชา อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และ 4.32 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักเรียนมีความพึงพอใจในราคาค่าเรียนโดยรวมที่คุ้มค่ากับความรู้อันที่ได้รับ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และนักเรียนมีความพึงพอใจในราคาค่าเรียนในแต่ละหลักสูตรอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักเรียนมีความพึงพอใจในความสะดวกในการเดินทางมาเรียน จำนวนสาขาของสถานกวดวิชาอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ 4.26 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจทุกข้อ คือ ของสมนาคุณที่สถานกวดวิชาแจกจ่ายให้ เช่น ดินสอ ปากกา ไม้บรรทัด ปากกาเน้นข้อความ ช่วงระยะเวลาในการผ่อนผันการชำระเงินที่สถานกวดวิชากำหนด และส่วนลดราคาที่สถานกวดวิชากำหนด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 4.11 และ 4.01 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากทุกข้อ คือ รูปแบบการสอนของอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา การพูดจาที่ไพเราะอ่อนหวานของพนักงานธุรการ การตอบปัญหาของอาจารย์ผู้สอนเมื่อนักเรียนมีข้อสงสัย แบบฟอร์มการแต่งกายของอาจารย์ผู้สอน แบบฟอร์มการแต่งกายของพนักงานธุรการ และการให้คำปรึกษาของพนักงานฝ่ายธุรการเมื่อนักเรียนมีข้อสงสัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 4.52 4.39 4.38 4.35 และ 4.30 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.12 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก 3 ข้อ ได้แก่ ความสว่างของห้องเรียนในสถานกวดวิชา อุปกรณ์และสื่อการสอนที่ใช้ประกอบการสอนและความปลอดภัยภายในอาคารสถานกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 4.29 และ 4.28 ตามลำดับ นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ 5 ข้อ ได้แก่ การจัดที่นั่งให้นักเรียนในสถานกวดวิชา สภาพโต๊ะและเก้าอี้ที่ใช้ในสถานกวดวิชา ความสะอาดของห้องเรียน อาคารเรียนและห้องน้ำในสถานกวดวิชา ขนาดของห้องเรียนในสถานกวดวิชา และการเดินขึ้น – ลงในอาคารสถานกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 3.95 3.94 3.93 และ 3.92 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากทุกข้อ ได้แก่ การบริการที่รวดเร็วของพนักงานฝ่ายธุรการของสถานกวดวิชา และระเบียบวิธีการด้านการบริการโดยรวมของสถานกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และ 4.33 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยด้านสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
(1) กลุ่มอ้างอิง	3.12	0.07	สำคัญปานกลาง
1. เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้เพื่อนมาเรียนในสถานกวดวิชา	4.17	1.00	สำคัญมาก
2. คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้เพื่อนมาเรียนในสถานกวดวิชา	2.05	1.03	สำคัญน้อย
(2) ครอบครัว	4.69	0.48	สำคัญมากที่สุด
1. ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา	4.66	0.62	สำคัญมากที่สุด
2. ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น	4.77	0.51	สำคัญมากที่สุด
3. ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้	4.67	0.74	สำคัญมากที่สุด
ภาพรวม	4.06	0.44	สำคัญมาก

จากตาราง 5 แสดงภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อบัณฑิตด้านสังคม พบว่านักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีระดับความคิดเห็นต่อกลุ่มอ้างอิงโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่อเพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และนักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่อคุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาอยู่ในระดับสำคัญน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.05

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีระดับความคิดเห็นต่อครอบครัวโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักเรียนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดทุกข้อ โดยที่ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น รองลงมาคือผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ และผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 4.67 และ 4.66 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับแรงจูงใจของนักเรียนในการมาเรียนกวดวิชา

แรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชาของนักเรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
(1) ด้านเหตุผล	4.66	0.43	มีแรงจูงใจมากที่สุด
1. นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนเองดีขึ้น	4.80	0.51	มีแรงจูงใจมากที่สุด
2. นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้	4.72	0.63	มีแรงจูงใจมากที่สุด
3. อาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย	4.57	0.69	มีแรงจูงใจมากที่สุด
4. นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด)	4.61	0.70	มีแรงจูงใจมากที่สุด
5. สถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียง	4.59	0.60	มีแรงจูงใจมากที่สุด

ตาราง 6 (ต่อ)

แรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชาของ นักเรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
(2) ด้านอารมณ์	3.92	0.91	มีแรงจูงใจมาก
1. การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน	4.58	0.60	มีแรงจูงใจมากที่สุด
2. เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม	3.72	1.31	มีแรงจูงใจมาก
3. พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม	3.47	1.51	มีแรงจูงใจมาก
ภาพรวม	4.38	.49	มีแรงจูงใจมากที่สุด

จากตาราง 6 แสดงภาพรวมระดับแรงจูงใจของนักเรียนในการมาเรียนกวดวิชา พบว่านักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชาในระดับมากทุกข้อ โดยที่นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้น รองลงมาคือ นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด) สถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียง และอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 4.72 4.61 4.59 และ 4.57 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีแรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชาโดยการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และพี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อ
พฤติกรรมกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา

พฤติกรรมกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ของนักเรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชา ทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	4.58	0.66	มากที่สุด
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	4.26	0.74	มากที่สุด
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	3.95	0.85	มาก
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของ อาจารย์	4.60	0.68	มากที่สุด
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียน และบุคลากรในสถานกวดวิชา	4.44	0.77	มากที่สุด
ภาพรวม	4.36	0.53	มากที่สุด

จากตาราง 7 แสดงภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อพฤติกรรมกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา พบว่านักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสภาพกวดวิชาที่มีระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ ได้แก่ นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ รองลงมาคือ นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา และนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 4.58 4.44 และ 4.26 ตามลำดับ ส่วนข้อที่ว่านักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักเรียนต่อแนวโน้ม
พฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียน

แนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนใน สถานกวดวิชาของนักเรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแนวโน้มพฤติกรรม การณ์เรียนต่อในสถานกวด วิชาแห่งเดิมของนักเรียน
1. เมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะ ลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม	4.16	0.93	เรียนต่อในระดับมาก
2. หากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน	4.05	0.91	เรียนต่อในระดับมาก
3. นักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จัก ของนักเรียนมาเรียนกวดวิชา ที่สถานกวด วิชาแห่งนี้	4.21	0.89	เรียนต่อในระดับมากที่สุด
4. หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้น ตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่ สถานกวดวิชาแห่งเดิม	3.88	0.98	เรียนต่อในระดับมาก
ภาพรวม	4.07	0.77	เรียนต่อในระดับมาก

จากตาราง 8 แสดงภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียน พบว่านักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีระดับความคิดเห็นต่อแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียนอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ โดยระดับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และนักเรียนมีระดับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ เมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไปนักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม รองลงมาคือ หากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียน และหากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 4.05 และ 3.88 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ปรากฏตั้งตาราง 9 – 50

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 นักเรียนที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดโรงเรียนและผลการเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

H_0 : นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน
สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า t โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน Levene's Test (ตาราง 9) ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 9 แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ

พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	4.474*	0.035
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	12.610**	0.000
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	8.319**	0.004
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	4.028*	0.046
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	2.690	0.102

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 9 ผลการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถาน กวดวิชา โดยจำแนกตามเพศ จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า Levene's Test for Equality of Variances พบว่าค่า Sig. ในข้อ 1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิด หนี้เรียน ข้อ 2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียน ข้อ 3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอน บ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย และ ข้อ 4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีค่าเท่ากับ 0.035, 0.000, 0.004 และ 0.046 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงใช้ t- test กรณี Equal variances not assumed สำหรับ Levene's Test for Equality of Variances ค่า Sig. ในข้อ 5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวด วิชา มีค่าเท่ากับ 0.102 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนเท่ากัน จึงใช้ t- test กรณี Equal variances assumed ซึ่งค่า t-test for Equality of Means แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ได้ดังตาราง 10

ตาราง 10 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามเพศ โดยใช้ สถิติ t-test ทดสอบ

พฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียน ในสถานกวดวิชา	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	df	t	Sig
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียน กวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	ชาย	4.53	0.727	263.891	-1.145	0.253
	หญิง	4.62	0.589			
Equal variances not assumed						
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะ เรียน	ชาย	4.20	0.847	249.421	-1.247	0.214
	หญิง	4.31	0.617			
Equal variances not assumed						
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอน บ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	ชาย	4.01	0.928	267.375	1.147	0.252
	หญิง	3.90	0.774			
Equal variances not assumed						
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอน ของอาจารย์ผู้สอน	ชาย	4.58	0.809	236.905	-0.480	0.632
	หญิง	4.62	0.541			
Equal variances not assumed						
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อน	ชาย	4.41	.869	283	-0.465	0.642

ที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา หญิง 4.46 .675

Equal variances assumed

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมกรเรียนของนักเรียน ในสถานกวดวิชา	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	df	t	Sig
ภาพรวม	ชาย	4.35	.616	241.307	-0.526	0.600
Equal variances not assumed	หญิง	4.38	.424			

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมกรเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามเพศ ในข้อ 1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.253 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมกรเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามเพศ ในข้อ 2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.214 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน ไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมกรเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามเพศ ในข้อ 3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.252 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมกรเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามเพศ ในข้อ 4. นักเรียนสนทนากับการสอนของอาจารย์ผู้สอน พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.632 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติ

ฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน ไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามเพศ ในข้อ 5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.642 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในภาพรวม พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.600 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

H_0 : นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test (ตาราง 11) ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 11 แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้
ของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ

ตัวแปรตามที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดย ไม่คิดหนีเรียน	7.985**	2	282	0.000
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	0.182	2	282	0.834
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อ สงสัย	0.597	2	282	0.551
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	9.641**	2	282	0.000
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและ บุคลากรในสถานกวดวิชา	0.115	2	282	0.891

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 ผลการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนใน
สถานกวดวิชา โดยจำแนกตามอายุ ผลการทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances
พบว่าค่า Sig. ในข้อ 2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ข้อ 3. นักเรียนซักถามอาจารย์
ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย และ ข้อ 5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากร
ในสถานกวดวิชา มีค่าเท่ากับ 0.834, 0.551 และ 0.891 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม
เท่ากัน จึงใช้ F-test ในการทดสอบ (ตาราง 10) ส่วนผลการทดสอบ Levene's Test for Equality
of Variances ในข้อ 1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน และ
ข้อ 4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน พบว่าทั้ง 2 ข้อ ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ
0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า
ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe จะ
ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธ
สมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่
แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's

Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 12-13)

ตาราง 12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชา
จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test

พฤติกรรมการเรียนรู้ของ นักเรียนในสถานกวดวิชา	F-test					
	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจ ขณะเรียน	ระหว่างกลุ่ม	1.541	2	0.771	1.148	0.244
	ภายในกลุ่ม	153.245	282	0.543		
	รวม	154.786	284			
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอน บ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	ระหว่างกลุ่ม	0.628	2	0.314	0.430	0.651
	ภายในกลุ่ม	205.779	282	0.730		
	รวม	206.407	284			
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อ เพื่อนที่เรียนและบุคคลากรใน สถานกวดวิชา	ระหว่างกลุ่ม	0.250	2	0.125	0.208	0.813
	ภายในกลุ่ม	169.799	282	0.602		
	รวม	170.049	284			

จากตาราง 12 การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน โดยจำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.244 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย โดยจำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.651 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา โดยจำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.813 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่

ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมของนักเรียนในด้าน		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	Brown-Forsythe	1.862	2	144.124	0.159
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	Brown-Forsythe	4.356*	2	200.993	0.014

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน และด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน มีความน่าจะเป็น Sig. เท่ากับ 0.159 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักเรียนอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีความน่าจะเป็น Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนอายุแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงในตาราง 14

ตาราง 14 แสดงความแตกต่างของความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเมื่อจำแนกตามอายุของนักเรียน โดยใช้วิธี Dunnett's T3

อายุ (ปี)	Mean	10 ปี	11 ปี	12 ปี
10 ปี	4.51	-	-.245* (.048)	-.018 (.998)

11ปี	4.76	-	.227* (.019)
12 ปี	4.53	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 พบว่านักเรียนที่มีอายุ 10 ปี กับ 11 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่มีอายุ 10 ปี มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนน้อยกว่า นักเรียนที่มีอายุ 11 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.245 และนักเรียนที่มีอายุ 11 ปี กับ 12 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนที่มีอายุ 11 ปี มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมากกว่านักเรียนที่มีอายุ 12 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

H_0 : นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 หรือ Games-Howell เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test (ตาราง 15) ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 15 แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ

ตัวแปรตามที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	4.533*	2	282	0.012
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	0.041	2	282	0.960
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	0.503	2	282	0.606
4. นักเรียนสนุกรสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	4.195*	2	282	0.016
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	0.875	2	282	0.418

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชา โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ผลการทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances พบว่าค่า Sig. ในข้อ 2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ข้อ 3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย และ ข้อ 5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีค่าเท่ากับ 0.960, 0.606 และ 0.418 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน จึงใช้ F-test ในการทดสอบ (ตาราง 16) ส่วนการทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances ในข้อ 1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน และ ข้อ 4. นักเรียนสนุกรสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.012 และ 0.016 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐาน

รอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 หรือ Games-Howell เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 17-19)

ตาราง 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test

พฤติกรรมกรเรียนของ นักเรียนในสถานกวดวิชา	F-test					
	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจ ขณะเรียน	ระหว่างกลุ่ม	2.261	2	1.131	2.091	0.126
	ภายในกลุ่ม	152.525	282	0.541		
	รวม	154.786	284			
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอน บ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	ระหว่างกลุ่ม	1.067	2	0.534	0.733	0.482
	ภายในกลุ่ม	205.340	282	0.728		
	รวม	206.407	284			
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อ เพื่อนที่เรียนและบุคลากรใน สถานกวดวิชา	ระหว่างกลุ่ม	0.301	2	0.150	0.250	0.779
	ภายในกลุ่ม	169.748	282	0.602		
	รวม	170.049	284			

จากตาราง 16 การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.126 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.482 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.779 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ

ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมของนักเรียนในด้าน		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	Brown-Forsythe	3.323*	2	100.464	0.040
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	Brown-Forsythe	4.058*	2	135.537	0.019

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน และด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.040 และ 0.019 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน และสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 หรือ Games-Howell เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงในตาราง 18-19

ตาราง 18 แสดงความแตกต่างด้านมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียนเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	Mean	ป.4	ป.5	ป.6
ป.4	4.32	-	-0.354 (.054)	-0.244 (0.249)
ป.5	4.68		-	0.109 (0.438)

ป.6	4.57	-
-----	------	---

จากตาราง 18 พบว่านักเรียนในระดับชั้น ป.4 ป. 5 และ ป. 6 ไม่มีความแตกต่างกันในด้านมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนี้เรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทดสอบต่อโดยใช้วิธีทดสอบแบบ Games-Howell เพื่อทดสอบหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงในตาราง 19

ตาราง 19 แสดงความแตกต่างด้านมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนี้เรียนเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Games-Howell

ระดับการศึกษา	Mean	ป.4	ป.5	ป.6
ป.4	4.32	-	-0.35* (.047)	-0.24 (0.209)
ป.5	4.68		-	0.11 (0.364)
ป.6	4.57			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่านักเรียน ป. 4 และ ป. 5 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนชั้น ป. 4 มีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนี้เรียนน้อยกว่านักเรียนชั้น ป. 5 อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 20 แสดงความแตกต่างด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	Mean	ป.4	ป.5	ป.6
ป.4	4.38	-	-.347* (0.023)	-.185 (0.382)
ป.5	4.73		-	0.161 (0.145)

ป.6	4.57	-
-----	------	---

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่านักเรียน ป. 4 และ ป. 5 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักเรียนชั้น ป. 4 มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนน้อยกว่านักเรียนชั้น ป. 5 อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.347 ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 นักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

H_0 : นักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า t โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน Levene's Test (ตาราง 21) ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามสังกัดของโรงเรียน โดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ

พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	0.196	0.658
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	0.763	0.383
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	0.863	0.354
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	9.505*	0.002

5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	2.431	0.120
---	-------	-------

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 ผลการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชา โดยจำแนกตามสังกัดของโรงเรียน จากผลการทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances พบว่าค่า Sig. ในข้อ 4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงใช้ t – test กรณี Equal variances not assumed สำหรับ Levene's Test for Equality of Variances ค่า Sig. ในข้อ 1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ข้อ 2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ข้อ 3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย และข้อ 5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีค่าเท่ากับ 0.658, 0.383, 0.354 และ 0.120 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนเท่ากัน จึงใช้ t-test กรณี Equal variances assumed สำหรับค่า t-test for Equality of Means แสดงผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตาราง 22

ตาราง 22 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามสังกัดของโรงเรียนโดยใช้สถิติ t-test ทดสอบ

พฤติกรรมการเรียนรู้ของ นักเรียนในสถานกวดวิชา	สังกัด ของ โรงเรียน	$\bar{X}$	S.D.	df.	t	Sig
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมา เรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่ คิดหนีเรียน	รัฐบาล	4.59	0.641	283	0.280	0.780
	เอกชน	4.56	0.681			
Equal variances assumed						
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจ ขณะเรียน	รัฐบาล	4.29	0.696	283	0.698	0.486
	เอกชน	4.23	0.781			
Equal variances assumed						
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ ผู้สอน บ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	รัฐบาล	4.00	0.842	283	0.919	0.359
	เอกชน	3.91	0.864			
Equal variances assumed						
4. นักเรียนสนุกสนานกับการ สอนของอาจารย์ผู้สอน	รัฐบาล	4.69	0.595	264.293	2.263*	0.024
	เอกชน	4.51	0.754			

Equal variances not
assumed

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมการณ์เรียนของ นักเรียนในสถานกวดวิชา	สังกัด ของ โรงเรียน	$\bar{X}$	S.D.	df.	t	Sig
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อ เพื่อนที่เรียนและบุคลากรใน สถานกวดวิชา	รัฐบาล	4.48	0.708	283	0.905	0.366
	เอกชน	4.39	0.837			
Equal variances assumed						
ภาพรวม	รัฐบาล	4.408	0.466	283	1.422	0.156
	เอกชน	4.320	0.578			

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน ในข้อ 1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.780 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน ในข้อ 2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.486 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน ไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน ในข้อ 3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.359 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)

และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน ในข้อ 4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนพบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกัน สนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนที่สังกัดโรงเรียนรัฐบาลมีความสนุกสนานมากกว่านักเรียนที่สังกัดโรงเรียนเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน จำแนกตามสังกัดของโรงเรียน ในข้อ 5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.366 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในภาพรวม พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.156 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

H_0 : นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนการสอนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test (ตาราง 23) ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 23 แสดงการทดสอบความแปรปรวนและการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชาจำแนกตามผลการเรียนโดยใช้สถิติ Levene's Test ในการทดสอบ

ตัวแปรตามที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	1.004	2	282	0.368
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	1.338	2	282	0.264
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	6.678**	2	282	0.001
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	2.457	2	282	0.088
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	1.186	2	282	0.307

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถาน กวดวิชา โดยจำแนกตามผลการเรียน ผลการทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances พบว่าค่า Sig. ในข้อ 1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนี้เรียน ข้อ 2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ข้อ 4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน และ ข้อ 5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีค่าเท่ากับ 0.368, 0.264, 0.088 และ 0.307 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน จึงใช้ F-test ในการ ทดสอบ (ตาราง 24) ส่วนการทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances ในข้อ 3. นักเรียน ชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละ กลุ่มไม่เท่ากัน จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบ เชนซ์ซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 (ตาราง 25)

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา จำแนกตามผลการเรียน โดยใช้สถิติ F-test

พฤติกรรมการณ์เรียนของ นักเรียนในสถานกวดวิชา	F-test					
	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมา เรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิด หนี้เรียน	ระหว่างกลุ่ม	1.297	2	0.649	1.495	0.226
	ภายในกลุ่ม	122.331	282	0.434		
	รวม	123.628	284			
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจ ขณะเรียน	ระหว่างกลุ่ม	8.716	2	4.358	8.413**	0.000
	ภายในกลุ่ม	146.070	282	0.518		
	รวม	154.786	284			
4. นักเรียนสนุกสนานกับการ สอนของอาจารย์ผู้สอน	ระหว่างกลุ่ม	2.159	2	1.079	2.337	0.098
	ภายในกลุ่ม	130.241	282	0.462		
	รวม	132.400	284			

5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อ	ระหว่างกลุ่ม	1.412	2	0.706	1.181	0.308
เพื่อนที่เรียนและบุคคลากรใน	ภายในกลุ่ม	168.637	282	0.598		
สถานกวดวิชา	รวม	170.049	284			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน โดยจำแนกตามผลการเรียน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.226 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน โดยจำแนกตามผลการเรียน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน โดยจำแนกตามผลการเรียน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.098 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา โดยจำแนกตามผลการเรียน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.308 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 25 แสดงความแตกต่างด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนเมื่อจำแนกตามผลการเรียนโดยใช้วิธี LSD

ผลการเรียน	Mean	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ3.00	3.01 - 3.50	3.51 - 4.00
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ3.00	3.56	-	-0.665** (.001)	-0.763** (0.000)
3.01 - 3.50	4.23		-	-0.098 (0.338)

3.51 – 4.00	4.33	-
-------------	------	---

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 25 พบว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.00 และ 3.01 - 3.50 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า นักเรียนที่มีผลการเรียน 3.01 - 3.50 มีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนมากกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.665 และ พบว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.00 และ 3.51 – 4.00 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า นักเรียนที่มีผลการเรียน 3.51 – 4.00 มีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนมากกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.763 ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในสถานกวดวิชา จำแนกตามผลการเรียน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

พฤติกรรมของนักเรียนในด้าน		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	Brown-Forsythe	1.527	2	64.203	0.225

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักเรียนในด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย เมื่อจำแนกตามผลการเรียนพบว่ามี ค่า Sig. เท่ากับ 0.225 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกัน มีการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์ และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ประกอบด้วย

1. ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน
2. ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

3. ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย
4. ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน
5. ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

สมมติฐานย่อยที่ 2.1

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

H_1 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Enter ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการความถดถอยเชิงพหุ ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	34.359	7	4.908	15.230**	0.000
Residual	89.270	277	0.322		
Total	123.628	284			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์พหุได้ดังนี้

ตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อสถานกวดวิชา	Unstandardized (b)	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	1.920	0.306	6.280**	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.223	0.070	3.203**	0.002
ด้านราคา (x_2)	-0.056	0.071	-0.789	0.431
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	-0.066	0.070	-0.938	0.349
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.115	0.072	1.600	0.111
ด้านบุคลากร (x_5)	0.089	0.104	0.854	0.394
การสร้างสรรค์และการนำเสนอ (x_6)	-0.39	0.088	-0.442	0.659
ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ (x_7)	0.344	0.074	4.633**	0.000
r = 0.527		Adjusted R ² = 0.260		
R ² = 0.278		SE = 0.568		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) โดยตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านกระบวนการ (X_7) สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) ได้ร้อยละ 26.0 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนใน

สถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) โดยใช้คะแนนดิบ ดังนี้

$$Y_1 = 1.920 + 0.223 X_1 + 0.344 X_7$$

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 1.920 และด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.223

ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านกระบวนการ (X_7) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากไม่พิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.920 หน่วย

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) เพิ่มขึ้น 1.920 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม โดยรวม (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.223หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน อื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีค่าคงที่

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (x_6)

สมมติฐานย่อยที่ 2.2

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

H_1 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Enter ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการความถดถอยเชิงพหุ ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 29 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	31.780	7	4.540	10.224**	0.000
Residual	123.006	277	0.444		
Total	154.786	284			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ อย่างมีนัยสำคัญที่

ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์พหุได้ดังนี้

ตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทาง การตลาดต่อสถานกวดวิชา	Unstandardized (b)	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	1.345	0.359	3.750**	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (x ₁)	0.216	0.082	2.635**	0.009
ด้านราคา (x ₂)	0.201	0.083	2.431*	0.016
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x ₃)	0.041	0.083	0.493	0.622
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x ₄)	-0.200	0.085	-2.368*	0.019
ด้านบุคคล (x ₅)	0.201	0.122	2.144*	0.033
การสร้างสรรค์และการนำเสนอ (x ₆)	0.058	0.104	0.558	0.577
ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ (x ₇)	0.085	0.087	0.976	0.330
r = 0.453 Adjusted R ² = 0.185 R ² = 0.205 SE = 0.666				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนโดยรวม (Y₂) โดยตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (X₁) ด้านราคา (x₂) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x₄) และด้านบุคคล (x₅) สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนโดยรวม (Y₂) ได้ร้อยละ 18.5 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนโดยรวม (Y₂) โดยใช้คะแนนดิบ ดังนี้

$$Y_2 = 1.345 + 0.216 X_1 + 0.201 X_2 + (-0.200) X_4 + 0.201 X_5$$

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถทำนายในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ -0.200

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.216 และอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านราคา (x_2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.201 และด้านบุคคล (x_5) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.201 ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) และด้านบุคคล (x_5) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากไม่พิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.345 หน่วย

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม โดยรวม (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.216 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน อื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา (x_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม โดยรวม (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.201 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน อื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของ

นักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_4) ลดลงขึ้น 0.200 เนื่องจากด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.200 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(x_6) และด้านกระบวนการ (x_7)

สมมติฐานย่อยที่ 2.3

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย

H_1 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Enter ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการความถดถอยเชิงพหุ ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้าน นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	29.076	7	4.154	6.488**	0.000

Residual	177.331	277	0.640	
Total	206.407	284		

****มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์พหุได้ดังนี้

ตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อสถานกวดวิชา	Unstandardized (b)	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	1.616	0.431	3.750**	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.055	0.098	0.564	0.573
ด้านราคา (x_2)	-0.179	0.099	-1.795	0.074
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	0.067	0.099	0.677	0.499
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.163	0.102	1.608	0.109
ด้านบุคคล (x_5)	0.155	0.146	1.061	0.290
การสร้างสรรคและการนำเสนอ (x_6)	0.071	0.125	0.572	0.568
ลักษณะทางกายภาพ				
ด้านกระบวนการ (x_7)	0.211	0.105	2.012*	0.045
	r = 0.375		Adjusted R ² = 0.119	
	R ² = 0.141		SE = 0.800	

**** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยรวม (Y_3) โดยตัวแปรทั้ง 1 ตัวแปร ประกอบด้วย ด้านกระบวนการ (X_7) สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของ นักเรียนพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยรวม (Y_3) ได้ร้อยละ 11.9 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียน เป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถาน กวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย โดยรวม (Y_3) โดย ใช้คะแนนดิบ ดังนี้

$$Y_3 = 1.616 + 0.211 X_7$$

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมี ข้อสงสัยโดยรวม (Y_3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่า สัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.211

ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) เป็นปัจจัยที่ สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวด วิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยรวม (Y_3) ซึ่งจากค่า สัมประสิทธิ์ ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากไม่พิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถาม อาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยรวม (Y_3) มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.616 หน่วย

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้าน กระบวนการ (X_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมี ข้อสงสัยโดยรวม โดยรวม (Y_3) เพิ่มขึ้น 0.223 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน อื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้าน การส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ (x_6) มีค่าคงที่

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมี ข้อสงสัยโดยรวม (Y_3) มี 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์(x_1) ด้านราคา(x_2) ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย(x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด(x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ(x_6)

สมมติฐานย่อยที่ 2.4

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน

H_1 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Enter ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการความถดถอยเชิงพหุ ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของด้านส่วนประสมทางการตลาดพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	38.588	7	5.513	18.277**	0.000
Residual	93.812	277	0.339		

Total	132.400	284			
-------	---------	-----	--	--	--

****มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรสามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์พหุ ได้ดังนี้

ตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อสถานกวดวิชา	Unstandardized (b)	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	1.366	0.313	4.358**	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.165	0.071	2.310*	0.022
ด้านราคา (x_2)	0.024	0.072	0.326	0.745
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	0.057	0.072	0.791	0.429
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.085	0.074	1.150	0.251
ด้านบุคคล (x_5)	0.315	0.106	2.965**	0.003
การสร้างสรรค์และการนำเสนอ (x_6)	0.081	0.091	0.897	0.371
ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ (x_7)	0.021	0.076	0.273	0.785
	r = 0.540		Adjusted R ² = 0.274	
	R ² = 0.291		SE = 0.582	

**** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์

ผู้สอนโดยรวม (Y_4) โดยตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณท์ (X_1) และด้านบุคคล (x_5) สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4) ได้ร้อยละ 27.4 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4) โดยใช้คะแนนดิบ ดังนี้

$$Y_4 = 1.366 + 0.165 X_1 + 0.315 X_5$$

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณท์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.165 และด้านบุคคล (X_5) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.315

ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณท์ (X_1) และด้านบุคคล(X_5) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากไม่พิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4) มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.366 หน่วย

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณท์ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4) เพิ่มขึ้น 0.165 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา(x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ(x_7) มีค่าคงที่

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบุคคล(X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม โดยรวม (Y_4) เพิ่มขึ้น 0.315 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณท์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ(x_7) มีค่าคงที่

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_1) มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านราคา (x_2)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ(x_6) และด้านกระบวนการ (x_7)

สมมติฐานย่อยที่ 2.5

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

H_1 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรคและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Enter ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการความถดถอยเชิงพหุ ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของด้านส่วนประสมทางการตลาดพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	46.614	7	6.659	14.944**	0.000
Residual	123.436	277	0.446		

Total	170.049	284			
-------	---------	-----	--	--	--

****มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์พหุได้ดังนี้

ตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression โดยใช้วิธี Enter

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อสถานกวดวิชา	Unstandardized (b)	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	1.402	0.359	3.900**	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	-0.012	0.082	-0.150	0.881
ด้านราคา (x_2)	-0.030	0.083	-0.365	0.715
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	0.187	0.083	2.261*	0.025
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.156	0.085	1.843	0.066
ด้านบุคคล (x_5)	-0.096	0.122	-0.791	0.430
การสร้างสรรคและการนำเสนอ (x_6)	0.237	0.104	2.277*	0.024
ลักษณะทางกายภาพ				
ด้านกระบวนการ (x_7)	0.282	0.087	3.228**	0.001
	r = 0.524		Adjusted R ² = 0.256	
	R ² = 0.274		SE = 0.668	

**** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ประกอบด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(X_6) และด้านกระบวนการ (X_7) สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) ได้ร้อยละ 25.6 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) โดยใช้คะแนนดิบ ดังนี้

$$Y_5 = 1.402 + 0.187 X_3 + 0.237 X_6 + 0.282 X_7$$

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.187 และด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X_6) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.237 และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.282

ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X_6) และด้านกระบวนการ (X_7) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากไม่พิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.402 หน่วย

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) เพิ่มขึ้น 0.187 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนรู้

เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม โดยรวม (Y_5) เพิ่มขึ้น 0.237 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านกระบวนการ (x_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม โดยรวม (Y_5) เพิ่มขึ้น 0.282 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีค่าคงที่

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_1) มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5)

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ประกอบด้วย

1. ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน
2. ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน
3. ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย
4. ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน
5. ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

สมมติฐานย่อยที่ 3.1

ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

H_1 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 37 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน

ปัจจัยด้านสังคม	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านกลุ่มอ้างอิง				
เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	0.179**	0.002	ระดับต่ำ	เดียวกัน
คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้ นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	0.054	0.362	ไม่มีความสัมพันธ์กัน	-
ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม	0.172**	0.004	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ด้านครอบครัว				
ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา	0.303**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น	0.249**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้	0.310**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ครอบครัวโดยรวม	0.379**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม	0.333**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ หมายความว่าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.333 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อปัจจัยด้าน กลุ่มอ้างอิงโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.17 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ถ้าปัจจัย ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องเพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.179 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ในเรื่องคุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.362 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านคุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถาน

กวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านครอบครัวโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อปัจจัยด้าน ด้านครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.379 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัย ด้านครอบครัวโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.303 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชาจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.249 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.310 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 3.2

ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

H_1 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 38 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

ปัจจัยด้านสังคม	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านกลุ่มอ้างอิง				
เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	0.184**	0.002	ระดับต่ำ	เดียวกัน
คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้ นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	0.062	0.296	ไม่มีความสัมพันธ์กัน	-
ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม	0.181**	0.002	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน

ด้านครอบครัว

ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้ นักเรียนเรียนกวดวิชา	0.279**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการ เรียนของนักเรียนดีขึ้น	0.159**	0.007	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน



ตาราง 38 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสังคม	พฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียน มัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้	0.238**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ครอบครัวโดยรวม	0.299**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม	0.298**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วยกลุ่ม
อ้างอิง ครอบครัวกับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะ
เรียน พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวมกับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมี
ความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
หมายความว่าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชา
ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.298 แสดงว่าตัวแปรทั้ง สองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมี
ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการณ์เรียน
ในสถานกวดวิชา ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นราย
ด้านพบว่า

ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวมกับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชา ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจ
ขณะเรียนเพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน
หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อปัจจัยด้าน กลุ่มอ้างอิงโดยรวม
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจ
เรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.181 แสดงว่าตัว
แปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ถ้าปัจจัย
ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านมี
ความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องเพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาที่มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.184 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ในเรื่องคุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาที่มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.062 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ด้านครอบครัวโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อปัจจัยด้าน ด้านครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.299 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัย ด้านครอบครัวโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชาที่มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.279 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชาจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้นมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ที่ระดับ

นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.159 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.238 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 3.3

ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย

H_1 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 39 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย

ปัจจัยด้านสังคม	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านกลุ่มอ้างอิง				
เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้ นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	0.302**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้ นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	-0.017	0.774	ไม่มีความ สัมพันธ์กัน	-
ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม	0.209**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ด้านครอบครัว				
ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้ นักเรียนเรียนกวดวิชา	0.202**	0.001	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการ เรียนของนักเรียนดีขึ้น	0.113	0.058	ไม่มีความ สัมพันธ์กัน	-
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียน มัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้	0.139*	0.019	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ครอบครัวโดยรวม	0.199**	0.001	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม	0.265**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่ม
อ้างอิง ครอบครัวกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนชกถามอาจารย์
ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน
นักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า
0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ใน

ระดับปานกลาง หมายความว่าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.265 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัยด้านสังคมโดยรวมเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย เพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อปัจจัยด้าน กลุ่มอ้างอิงโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.209 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัย ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องเพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.302 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในเรื่องคุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.774 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ด้านครอบครัวโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อปัจจัยด้าน ครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน

นักเรียนชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.19 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ถ้าปัจจัย ด้านครอบครัวโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.202 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชาจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.058 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.139 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 3.4

ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์

H_1 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์

ปัจจัยด้านสังคม	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านกลุ่มอ้างอิง				
เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้ นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	0.146*	0.014	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้ นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	0.051	0.319	ไม่มีความ สัมพันธ์กัน	-
ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม	0.145*	0.014	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านครอบครัว				
ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้ นักเรียนเรียนกวดวิชา	0.321**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการ เรียนของนักเรียนดีขึ้น	0.298**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน

ตาราง 40 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสังคม	พฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียน มัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้	0.232**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ครอบครัวโดยรวม	0.364**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม	0.305**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่ม
อ้างอิง ครอบครัว กับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับ
การสอนของอาจารย์ พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวมกับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน
นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01
นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
หมายความว่าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชา
ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.305 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการณ์
เรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวมกับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนสนุกสนาน
กับการสอนของอาจารย์เพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทิศนคติต่อปัจจัยด้าน กลุ่ม
อ้างอิงโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียน
สนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
(r) เท่ากับ 0.145 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ใน
ระดับต่ำมาก กล่าวคือ ถ้าปัจจัย ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการณ์เรียนใน
สถานกวดวิชาของด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก และเมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องเพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.146 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ในเรื่องคุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.319 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั้นยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ด้านครอบครัวโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ เพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทิศนคติต่อปัจจัยด้านครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.364 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัย ด้านครอบครัวโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.321 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชาจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.298 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.232 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้จะทำให้พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 3.5

ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

H_1 : ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 41 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

ปัจจัยด้านสังคม	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านกลุ่มอ้างอิง				
เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้ นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	0.117*	0.048	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้ นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	0.070	0.242	ไม่มีความสัมพันธ์กัน	-
ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม	0.137*	0.020	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านครอบครัว				
ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้ นักเรียนเรียนกวดวิชา	0.209**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการ เรียนของนักเรียนดีขึ้น	0.157**	0.000	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียน มัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้	0.244**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ครอบครัวโดยรวม	0.271**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม	0.305**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัวกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมี

ความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง หมายความว่าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.305 แสดงว่าตัวแปรทั้ง สองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัยด้านสังคมโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้าน กลุ่มอ้างอิงโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.137 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ถ้าปัจจัย ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องเพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.117 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ในเรื่องคุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.242 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านครอบครัวโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัย ด้านครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.271 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าปัจจัย ด้านครอบครัวโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.209 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชาจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.157 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ในเรื่องผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.244 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 4 แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ประกอบด้วย

1. ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน
2. ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน
3. ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย
4. ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน
5. ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

สมมติฐานย่อยที่ 4.1

แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน
ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจของนักเรียน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน
ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

H_1 : แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน
ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนใน
ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

แรงจูงใจ	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาในด้าน นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเหตุผล				
นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตน ดีขึ้น	0.349**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษา ต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้	0.388**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
อาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มี เทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย	0.287**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด)	0.248**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
สถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับ สอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มี ชื่อเสียง	0.344**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ด้านเหตุผลโดยรวม	0.465**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน
ด้านอารมณ์				
การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน	0.477**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน
เพื่อนหลายคนของนักเรียน เรียนกวด วิชาทำให้ต้องเรียนตาม	0.087	0.142	ไม่มีความ สัมพันธ์กัน	-
พี่หรือน้องของนักเรียน เรียนกวดวิชาทำ ให้ต้องเรียนตาม	0.154**	0.000	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านอารมณ์โดยรวม	0.226**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
แรงจูงใจโดยรวม	0.407**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนพบว่า

แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง หมายความว่าแรงจูงใจของนักเรียนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.407 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลรวมด้านเหตุผลมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.465 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.349 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนใน

ผลรวมด้านอารมณ์มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.226 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.477 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.142 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยเพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจพี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.154 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 4.2

แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน
ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจของนักเรียน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของ
นักเรียน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

H_1 : แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของ
นักเรียน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย
ของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
ทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ
สมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนใน
ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

แรงจูงใจ	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเหตุผล				
นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตน ดีขึ้น	0.312**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษา ต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้	0.357**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
อาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มี เทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย	0.232**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด)	0.203**	0.001	ระดับต่ำ	เดียวกัน

ตาราง 43 (ต่อ)

แรงจูงใจ	พฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
สถานกวดวิชาที่มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับ สอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ๖ ที่มี ชื่อเสียง	0.326**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ด้านเหตุผลโดยรวม	0.410**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน
ด้านอารมณ์				
การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน	0.382**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
เพื่อนหลายคนของนักเรียน เรียนกวด วิชาทำให้ต้องเรียนตาม	0.216**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
พี่หรือน้องของนักเรียน เรียนกวดวิชาทำ ให้ต้องเรียนตาม	0.166**	0.000	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านอารมณ์โดยรวม	0.281**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
แรงจูงใจโดยรวม	0.415**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน พบว่า

แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมกับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางหมายความว่า แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชา ในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.415 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง และสามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลรวมด้านเหตุผลมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.410 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนในระดับปานกลาง

และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.312 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.357 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.232 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด) มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แรงจูงใจโดยนักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.203 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด) เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สถานกวดวิชาที่มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจสถานกวดวิชาที่มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.326 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ สถานกวดวิชาที่มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ผลรวมด้านอารมณ์มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.281 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.382 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจของเพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนกวดวิชาเพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.216 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจพี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านพี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.166 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 4.3

แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจของนักเรียน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย

H_1 : แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 44 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน
นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย

แรงจูงใจ	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเหตุผล				
นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตน ดีขึ้น	0.291**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษา ต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้	0.252**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
อาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มี เทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย	0.242**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด)	0.130*	0.028	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
สถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับ สอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มี ชื่อเสียง	0.190**	0.000	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านเหตุผลโดยรวม	0.316**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ด้านอารมณ์				
การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน	0.229**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
เพื่อนหลายคนของนักเรียน เรียนกวด วิชาทำให้ต้องเรียนตาม	0.275**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
พี่หรือน้องของนักเรียน เรียนกวดวิชาทำให้ ต้องเรียนตาม	0.343**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ด้านอารมณ์โดยรวม	0.373**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
แรงจูงใจโดยรวม	0.427**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย พบว่า

แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง หมายความว่าแรงจูงใจของนักเรียนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.427 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชานักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง และสามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลรวมด้านเหตุผลมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.316 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยในระดับต่ำ

และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.291 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.252 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อใน

โรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.242 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด) มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.130 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจสถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.190 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ สถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ผลรวมด้านอารมณ์มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.373 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

กล่าวคือถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นในระดับต่ำและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนกวดวิชาในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.229 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชา เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นให้กับนักเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.275 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจพี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.343 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 4.4

แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจของนักเรียน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน

H_1 : แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 45 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน

แรงจูงใจ	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเหตุผล				
นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้น	0.300**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้	0.260**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
อาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย	0.524**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน
นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด)	0.215**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
สถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียง	0.339**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ด้านเหตุผลโดยรวม	0.481**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน
ด้านอารมณ์				
การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน	0.278**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม	0.045	0.452	ไม่มีความสัมพันธ์กัน	-

ตาราง 45 (ต่อ)

แรงจูงใจ	พฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาใน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำ ให้ต้องเรียนตาม	0.165**	0.005	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านอารมณ์โดยรวม	0.174**	0.003	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
แรงจูงใจโดยรวม	0.380**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน พบว่า

แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมกับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ หมายความว่า แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชา ในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.380 แสดงว่าตัวแปรทั้ง สองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชานักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และสามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลรวมด้านเหตุผลมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.481 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนในระดับปานกลาง

และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.300 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ เนื่องจาก

ด้านนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.260 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.524 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนในระดับปานกลาง

ด้านนักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด) มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.215 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายเพิ่มขึ้นจะทำให้

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สถานกวดวิชาที่มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจสถานกวดวิชาที่มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.339 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ สถานกวดวิชาที่มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ผลรวมด้านอารมณ์มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.03 นั่นคือ นั่นคือปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.174 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนกวดวิชาในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.278 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.452 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจการเรียนกวดวิชา เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พีหรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แรงจูงใจพีหรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.165 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ พีหรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 4.5

แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจของนักเรียน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

H_1 : แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 46 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนใน
ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

แรงจูงใจ	พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชาในด้าน นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรใน สถานกวดวิชา			
	r	Sig	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเหตุผล				
นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตน ดีขึ้น	0.216**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษา ต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้	0.292**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
อาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มี เทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย	0.369**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอน โดยตรง (สอนสด)	0.182**	0.002	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
สถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับ สอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มี ชื่อเสียง	0.200**	0.001	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านเหตุผลโดยรวม	0.371**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
ด้านอารมณ์				
การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน	0.366**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
เพื่อนหลายคนของนักเรียน เรียนกวด วิชาทำให้ต้องเรียนตาม	0.192**	0.001	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
พี่หรือน้องของนักเรียน เรียนกวดวิชาทำ ให้ต้องเรียนตาม	0.185**	0.002	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านอารมณ์โดยรวม	0.276**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
แรงจูงใจโดยรวม	0.390**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา พบว่า

แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ หมายความว่า แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.390 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของผู้บริโภคโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และสามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลรวมด้านเหตุผลมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.371 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ผู้สอนที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.216 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมี

ปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.292 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.369 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด) มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียน และบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.182 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับ ต่ำมาก กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของด้านอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้ เข้าใจง่ายเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมี ปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สถานกวดวิชามีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจสถานกวดวิชามีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนใน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.200 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ สถานกวดวิชามีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ผลรวมด้านอารมณ์มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.000 นั่นคือ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.276 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

การเรียนรู้ทฤษฎีช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจในการเรียนทฤษฎีช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนทฤษฎีในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานทฤษฎีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.366 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ การเรียนทฤษฎีช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานทฤษฎีของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานทฤษฎีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจการเรียนกวดวิชา เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.192 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.002 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าแรงจูงใจพี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.185 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ พี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน

แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน ประกอบด้วย

1. ด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
2. ด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน
3. ด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้
4. ด้านหากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม

สมมติฐานย่อยที่ 5.1

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน เมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

H_1 : พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 47 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

พฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาของนักเรียน	แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา ของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียน จะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	0.300**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน	0.161**	0.006	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	0.161**	0.007	ระดับต่ำมาก	เดียวกัน
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	0.284**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	0.302**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
พฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาโดยรวม	0.366**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม พบว่า

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ หมายความว่า พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ

การเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมเพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อใน สถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.284 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อใน สถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.302 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 5.2

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียนสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียน

H_1 : พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 48 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน

พฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาของนักเรียน	แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา ของนักเรียนในด้าน หากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	0.313**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน	0.259**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	0.297**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	0.369**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	0.361**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
พฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาโดยรวม	0.450**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน พบว่า

พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชากับแนวมโนมพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง หมายความว่า พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวมโนมพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.450 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชากับแนวมโนมพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวมโนมพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมเพิ่มขึ้นในระดับปานกลางและสามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียนมีความสัมพันธ์กับด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.313 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน เพิ่มขึ้นจะทำให้ด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ เนื่องจาก

ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน มีความสัมพันธ์กับด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.259 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน เพิ่มขึ้นจะทำให้ด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย มีความสัมพันธ์กับแนวมโนมพฤติกรรมการณ์เรียนต่อใน สถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.297 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.369 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.361 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 5.3

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้

H_1 : พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 49 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้

พฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาของนักเรียน	แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา ของนักเรียน ในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคล ที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	0.446**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน	0.349**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	0.321**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	0.406**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	0.438**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน
พฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาโดยรวม	0.549**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ พบว่า พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะ

แนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง หมายความว่า พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.549 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้ในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้เพิ่มขึ้นในระดับปานกลางและสามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.446 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.349 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน เพิ่มขึ้นจะทำให้ในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย มีความสัมพันธ์

กับแนวโน้มด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.321 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนชักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยเพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนสนุกรสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนสนุกรสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.406 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนสนุกรสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.438 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ ในระดับปานกลาง

สมมติฐานย่อยที่ 5.4

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม

H_1 : พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 50 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม

พฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาของนักเรียน	แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา ของนักเรียน ในด้านหากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียน เพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถาน กวดวิชาแห่งเดิม			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน	0.249**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน	0.218**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย	0.340**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน	0.271**	0.000	ระดับต่ำ	เดียวกัน
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา	0.427**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน
พฤติกรรมการเรียน ในสถานกวดวิชาโดยรวม	0.430**	0.000	ระดับปานกลาง	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตร การเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม พบว่า

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา ของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคง เรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง หมายความว่า พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียน ต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะ เศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.430 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ใน ทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวด วิชากับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนโดยรวม เพิ่มขึ้นจะทำให้ แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตร การเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมเพิ่มขึ้นในระดับ ปานกลาง และสามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียนมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุก ครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของ นักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคง เรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.249 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับ ต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุก ครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน เพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของ นักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคง เรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) พฤติกรรมการเรียนใน สถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการ เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตาม สภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.218 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาด้านนักเรียนมี

ตาราง 51 สรุปสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ / พฤติกรรมของนักเรียน				
		ด้านที่ 1 (ความตั้งใจ)	ด้านที่ 2 (ความมุ่งมั่น)	ด้านที่ 3 (ซักถาม)	ด้านที่ 4 (สนุกรสสนาน)	ด้านที่ 5 (มีปฏิสัมพันธ์)
สมมติฐานที่ 1 นักเรียนที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสังกัดโรงเรียนและผลการเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน						
สมมติฐานย่อยที่ 1.1 นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน	การทดสอบค่าที (Independent Sample t-test)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.2 นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.3 นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.4 นักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน	การทดสอบค่าที (Independent Sample t-test)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ / พฤติกรรมของนักเรียน				
		ด้านที่ 1 (ความตั้งใจ)	ด้านที่ 2 (ความมุ่งมั่น)	ด้านที่ 3 (ซักถาม)	ด้านที่ 4 (สนุกสนาน)	ด้านที่ 5 (มีปฏิสัมพันธ์)
สมมติฐานย่อยที่ 1.5 นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน	การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน						
กลุ่มอ้างอิง						
- เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้ให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 51 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ / พฤติกรรมของนักเรียน				
		ด้านที่ 1 (ความตั้งใจ)	ด้านที่ 2 (ความมุ่งมั่น)	ด้านที่ 3 (ซักถาม)	ด้านที่ 4 (สนุกรสสนาน)	ด้านที่ 5 (มีปฏิสัมพันธ์)
กลุ่มอ้างอิง (ต่อ)						
- คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้ นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อย่างง่ายของเพียร์สัน	ไม่สอดคล้อง กับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้อง กับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้อง กับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้อง กับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้อง กับสมมติฐาน
กลุ่มครอบครัว						
- ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้ นักเรียนเรียนกวดวิชา	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
- ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
- ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียน มัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 4 แรงจูงใจมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของ นักเรียน						
ด้านเหตุผล						
- นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตน ดีขึ้น	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ / พฤติกรรมของนักเรียน				
		ด้านที่ 1 (ความตั้งใจ)	ด้านที่ 2 (ความมุ่งมั่น)	ด้านที่ 3 (ซักถาม)	ด้านที่ 4 (สนุกสนาน)	ด้านที่ 5 (มีปฏิสัมพันธ์)
- นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- อาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด)	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- สถานกวดวิชามีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียง	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านอารมณ์						
- การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- เพื่อนหลายคนของนักเรียน เรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- พี่หรือน้องของนักเรียน เรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ / พฤติกรรมของนักเรียน				
		ด้านที่ 1 (ความตั้งใจ)	ด้านที่ 2 (ความมุ่งมั่น)	ด้านที่ 3 (ซักถาม)	ด้านที่ 4 (สนุกสนาน)	ด้านที่ 5 (มีปฏิสัมพันธ์)
สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน						
- เมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- หากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- นักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชา ที่สถานกวดวิชาแห่งนี้	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถาน กวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผล การศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจสถานกวดวิชา สามารถ นำผลของการศึกษาไปใช้ประกอบการพิจารณาในการบริหารงานให้สอดคล้องกับความต้องการของ นักเรียน และสำหรับผู้ประกอบการที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจสถานกวดวิชาในระดับชั้นประถมศึกษาตอน ปลายได้รับรู้ถึงความต้องการของนักเรียน

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียนที่ นักเรียนเรียนและผลการเรียนของนักเรียนที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชา แห่งเดิม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียน ต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงและ ครอบครัว กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ กับแนวโน้ม พฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักเรียนที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียน และผลการเรียนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาที่แตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

3. ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง และครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

4. แรงจูงใจ ประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

5. พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 – ป.6) ในสถานกวดวิชาของเอกชน และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4 – ป.6) ในสถานกวดวิชาของเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วิธีสุ่มตัวอย่างตามโควตา (Quota Sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-end response questions) ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถาม ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียน และผลการเรียน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถานกวดวิชาทั้งหมด 7 ด้าน จำนวน 25 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า(Rating scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสังคม 2 ด้าน จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Likert scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจ 2 ด้าน จำนวน 8 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Likert scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Likert scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

ตอนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม จำนวน 4 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีลักษณะค่าตรงข้ามกัน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ดังนี้

1.1 หาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถานกวดวิชา ตอนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม ตอนที่ 4 แรงจูงใจ ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา และ ตอนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ และสังกัดของโรงเรียน

2.2 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way Analysis of variance) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน อายุ ระดับการศึกษา และผลการเรียน

2.3 สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งเป็นการศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

2.4 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 - 5

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน และผลการเรียนของนักเรียน

เพศ พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชายจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 และเป็นเพศหญิงจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6

อายุ พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามมีอายุ 10 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 มีอายุ 11 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีอายุ 12 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4

ระดับการศึกษา พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4, 5 และ 6 ระดับชั้นละเท่ากัน คือ จำนวน 95 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 33.33 ของแต่ละระดับชั้น

สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในสังกัดโรงเรียนรัฐบาลจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 และศึกษาอยู่ในสังกัดโรงเรียนเอกชนจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1

ผลการเรียนภาคเรียนล่าสุด พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.00 คิดเป็นร้อยละ 71.2 รองลงมา มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 3.01 – 3.50, 2.51 – 3.00, 2.00 – 2.50, 2.00 – 2.50 และต่ำกว่า 2.00 คิดเป็นร้อยละ 23.1, 3.9, 1.4 และ 0.4 ตามลำดับ และเนื่องจากมีนักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และนักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ ผู้วิจัยจึงได้สรุปรวมกลุ่มเข้ากับนักเรียนที่มีผลการเรียนภาคเรียนล่าสุดที่คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.00

ชื่อสถานที่เรียนกวดวิชา พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 1 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 2 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 3 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 4 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชาแห่งที่ 5 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

รายวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเรียนวิชาคณิตศาสตร์จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาคือ เรียนวิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 เรียนวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 เรียนวิชาภาษาไทยจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 เรียนวิชาสังคมศึกษา จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และเรียนวิชาอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ และเนื่องจากมีนักเรียนที่เรียนวิชาอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ผู้วิจัยจึงได้สรุปรวมกลุ่มเข้ากับนักเรียนที่เรียนวิชาสังคมศึกษา

ระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร คือ 16 ชั่วโมง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา มีระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร คือ 20 ชั่วโมง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 มีระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร คือ 10 ชั่วโมง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีระยะเวลาที่เรียนในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร คือ 12 ชั่วโมง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสังคมที่มีผลต่อการมาเรียนกวดวิชา ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชา พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา และแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อของนักเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

ในภาพรวมความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่านักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในเนื้อหาของวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา รูปเล่มของหนังสือที่เรียนในสถานกวดวิชา อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และ 4.32 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักเรียนมีความพึงพอใจในราคาค่าเรียนโดยรวมที่คุ้มค่ากับความรู้ที่ได้รับ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และนักเรียนมีความพึงพอใจในราคาค่าเรียนในแต่ละหลักสูตรอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักเรียนมีความพึงพอใจในความสะดวกในการเดินทางมาเรียน จำนวนสาขาของสถานกวดวิชาอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ 4.26 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจทุกข้อ คือ ของสมนาคุณที่สถานกวดวิชาแจกจ่ายให้ เช่น ดินสอ ปากกา ไม้บรรทัด ปากกาเน้นข้อความ ช่วงระยะเวลาในการผ่อนผันการชำระเงินที่สถานกวดวิชากำหนด และส่วนลดราคาที่สถานกวดวิชากำหนด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 4.11 และ 4.01 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากทุกข้อ คือ รูปแบบการสอนของอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา การพูดจาที่ไพเราะอ่อนหวานของพนักงานธุรการ การตอบปัญหาของอาจารย์ผู้สอนเมื่อนักเรียนมีข้อสงสัย แบบฟอร์มการแต่งกายของอาจารย์ผู้สอน แบบฟอร์มการแต่งกายของพนักงานธุรการ และการให้คำปรึกษาของพนักงานฝ่ายธุรการเมื่อนักเรียนมีข้อสงสัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 4.52 4.39 4.38 4.35 และ 4.30 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก 3 ข้อ ได้แก่ ความสว่างของห้องเรียนในสถานกวดวิชา อุปกรณ์และสื่อการสอนที่ใช้ประกอบการสอนและความปลอดภัยภายในอาคารสถานกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 4.29 และ 4.28 ตามลำดับ นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ 5 ข้อ ได้แก่ การจัดที่นั่งให้นักเรียนในสถานกวดวิชา สภาพโต๊ะและเก้าอี้ที่ใช้ในสถานกวดวิชา ความสะอาดของห้องเรียน อาคารเรียนและห้องน้ำในสถานกวดวิชา ขนาดของห้องเรียนในสถานกวดวิชา และการเดินขึ้น – ลงในอาคารสถานกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 3.95 3.94 3.93 และ 3.92 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชามีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากทุกข้อ ได้แก่ การบริการที่รวดเร็วของพนักงานฝ่ายธุรการของสถานกวดวิชา และระเบียบวิธีการด้านการบริการโดยรวมของสถานกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และ 4.33 ตามลำดับ

ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อบัณฑิตด้านสังคม พบว่านักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีระดับความคิดเห็นต่อกลุ่มอ้างอิงโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่อเพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้มาเรียนในสถานกวดวิชาอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และนักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่อคุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้มาเรียนในสถานกวดวิชาอยู่ในระดับสำคัญน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.05

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีระดับความคิดเห็นต่อครอบครัวโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักเรียนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดทุกข้อ โดยที่ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น รองลงมาคือผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ และผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 4.67 และ 4.66 ตามลำดับ

ภาพรวมระดับแรงจูงใจของนักเรียนในการมาเรียนกวดวิชา พบว่านักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชาในระดับมากที่สุด โดยที่นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้น รองลงมาคือ นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด) สถานกวดวิชา มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียง และอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 4.72 4.61 4.59 และ 4.57 ตามลำดับ

นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีแรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชา โดยการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชา ทำให้ต้องเรียนตามมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และพี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชา ทำให้ต้องเรียนตาม มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา พบว่า นักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ ได้แก่ นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ รองลงมาคือ นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา และนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 4.58 4.44 และ 4.26 ตามลำดับ ส่วนข้อที่ว่านักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักเรียนต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียน พบว่านักเรียนที่เรียนศึกษาอยู่ในสถานกวดวิชา มีระดับความคิดเห็นต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ โดยระดับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และนักเรียนมีระดับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในระดับมากที่สุด 3 ข้อ ได้แก่ เมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไปนักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม รองลงมาคือ หากมีการเปิดหลักสูตรการเรียนเพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียน และหากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มเติมตามสถานะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 4.05 และ 3.88 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานในการวิจัย ประกอบด้วย 5 สมมติฐาน ได้แก่

สมมติฐานที่ 1 นักเรียนที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดโรงเรียน และผลการเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

นักเรียนอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยนักเรียนที่มีอายุ 11 ปี มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมากกว่านักเรียนที่มีอายุ 12 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนชั้น ป. 4 มีตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนน้อยกว่านักเรียนชั้น ป.5 อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05

นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยนักเรียนชั้น ป.4 มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนน้อยกว่านักเรียนชั้น ป.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 นักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน โดยมีสมการการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y_1 = 1.920 + 0.223 X_1 + 0.344 X_7$$

จากสมการข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.223 และด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.344

ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านกระบวนการ (X_7) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1)

2. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน โดยมีสมการการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y_2 = 1.345 + 0.216 X_1 + 0.201 X_2 + (-0.200) X_4 + 0.201 X_5$$

จากสมการข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า

ตัวแปรที่สามารถทำนายในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ -0.200

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.216 และอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านราคา (x_2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.201 และด้านบุคคล (x_5) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.201

ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) และด้านบุคคล (x_5) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2)

3. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของ นักเรียน พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยมีสมการการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y_3 = 1.616 + 0.211 X_7$$

จากสมการข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยรวม (Y_3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.211

ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยรวม (Y_3)

4. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยมีสมการการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y_4 = 1.366 + 0.165 X_1 + 0.315 X_5$$

จากสมการข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.165 และด้านบุคคล (X_5) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.315

ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านบุคคล(X_5) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4)

5. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยมีสมการการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y_5 = 1.402 + 0.187 X_3 + 0.237 X_6 + 0.282 X_7$$

จากสมการข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า

ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.187 และด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X_6) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.237 และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.282

ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) ด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X_6) และด้านกระบวนการ (X_7) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5)

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

สมมติฐานย่อยที่ 3.1 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อปัจจัยด้าน กลุ่มอ้างอิงโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถาน
กวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ที่
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านคุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้เรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผลการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อปัจจัยด้าน ด้านครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่
คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3.2 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อปัจจัยด้าน กลุ่มอ้างอิงโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ทัศนคติต่อปัจจัยด้าน ด้านครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3.3 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อปัจจัยด้าน กลุ่มอ้างอิงโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถาน กวดวิชาของด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอน บ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อปัจจัยด้าน ครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถาน กวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรร มการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อ มีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มี ชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียน ชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3.4 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้าน นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อปัจจัยด้าน กลุ่มอ้างอิงโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถาน กวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อปัจจัยด้าน ด้านครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3.5 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยด้านสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิงโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อปัจจัยด้าน ด้านครอบครัวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน ด้านมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน

สมมติฐานย่อยที่ 4.1 แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนผลการวิจัยพบว่า

แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจสถานกวดวิชามีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยผลรวมด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยเพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจพี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 4.2 แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ผลการวิจัยพบว่า

สมมติฐานย่อยที่ 4.3 แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ผลการวิจัยพบว่า

แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด)มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจสถานกวดวิชามีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยผลรวมด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนกวดวิชาในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจการเรียนกวดวิชา เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนในด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นให้กับนักเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจหรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านการชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเพิ่มขึ้นระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 4.4 แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน ผลการวิจัยพบว่า

แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชาที่มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชาที่มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจสถานกวดวิชาที่มีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยผลรวมด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนกวดวิชาในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชา เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจพี่หรือน้องของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 4.5 แรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ผลการวิจัยพบว่า

แรงจูงใจของนักเรียนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยผลรวมด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ผู้สอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยนักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชามีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจสถานกวดวิชามีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจโดยผลรวมด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนกวดวิชาในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจการเรียนกวดวิชา เพื่อนหลายคนของนักเรียนเรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนในการเรียนในด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านนักเรียนสนทนากับการสอนของอาจารย์ผู้สอนระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน

สมมติฐานย่อยที่ 5.1 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน เมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ผลการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชากับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยด้นนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่มนักเรียนจะลงทะเบียนเรียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 5.3 พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้นนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ ผลการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้นนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.54 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้นนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้นนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยด้นนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มด้นนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยด้นนักเรียนสนทนากับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้นนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการณ์เรียนในสถานกวดวิชาโดยด้นนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้นนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 5.4 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน ในด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ ผลการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนในด้าน หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นจากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่นำมาอภิปรายได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักเรียนที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดของโรงเรียนและผลการเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาแตกต่างกัน

1.1 นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในด้านต่อไปนี้คือ ด้านความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ด้านความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ด้านการสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน และด้านการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะ นักเรียนทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีความตั้งใจ มีความมุ่งมั่นอย่างแท้จริงในการเข้ามาเรียนกวดวิชา และเมื่อพบข้อสงสัยก็มีการซักถามอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้ตนเองคลายข้อสงสัย ส่วนที่นักเรียนทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบวิธีการสอน หรือการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของอาจารย์ทำให้นักเรียนมีความสนุกสนาน ส่วนด้านการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาที่ไม่แตกต่างกันเพราะนักเรียนทั้งเพศหญิงและเพศชายอยู่ในวัยเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน มีการพูดคุย ซักถาม หรือสนิทสนมกันได้ดี รวมทั้งบุคลากรในสถานกวดวิชาอาจจะเป็นกันเอง หรือมีความเอาใจใส่ต่อนักเรียนเป็นอย่างดี ซึ่งพรเพชร โสติธมานนท์ (2548) ได้กล่าวว่านักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับครู เชื่อฟังคำสั่งสอน และครูตั้งใจอบรมสั่งสอน ให้ความรักความห่วงใย ทำให้นักเรียนเรียนได้ประสบความสำเร็จ มีความตั้งใจในการเรียน ไม่ท้อถอย มีความพยายามในการเรียน สัมพันธภาพระหว่างครูกับนักเรียน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ส่วนนักเรียนบางคนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ทั้งนี้เพราะนักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนจะมีความห่วงใยกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการพูดคุยปรึกษากัน เมื่อมีปัญหา รวมถึงมีการแนะนำสิ่งที่ต่าง ๆ ให้แก่กัน นักเรียนและเพื่อนจะมีการชักชวนกันไปเรียนกวดวิชา สัมพันธภาพระหว่างนักเรียนกับเพื่อน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชา

จากที่กล่าวมาโดยภาพจะเห็นได้ว่านักเรียนที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมในการเรียนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนทั้งเพศหญิงและเพศชายอาจจะมีเป้าหมายของการเรียนกวดวิชาที่ชัดเจน ดังเช่นไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2545) กล่าวว่าว่าการกวดวิชาเป็นการเรียนเพิ่มเติมจากการเรียนปกติในชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาต่าง ๆ เป็นหลัก จึงอาจจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความตั้งใจเรียน มีความมุ่งมั่นในการเรียน หรือมีการซักถามอาจารย์ผู้สอนเมื่อมีข้อสงสัยเพื่อให้ตนเองพร้อมที่จะก้าวสู่จุดหมายปลายทางที่หวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับเกษตรชัย และหิม (2550) ที่กล่าวว่าแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ และสุจินต์ เพิ่มพิทักษ์ และทัศนีย์นารถ ลิ้มสุทริวันภูมิ (2553) กล่าวว่าว่าแรงจูงใจของนักศึกษาเพศหญิงและเพศชายไม่แตกต่างกัน

1.2 นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยพบว่านักเรียนที่มีอายุ 11 ปี มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนที่มีอายุ 11 ปี เรียนเนื้อหาในรายวิชาที่ง่ายกว่านักเรียนที่มีอายุ 12 ปี จึงมีความเข้าใจในเนื้อหาวิชาที่เรียนได้ง่ายกว่า เมื่อเรียนรู้ได้ง่ายกว่าจึงเกิดความเข้าใจในเนื้อหาวิชาที่เรียน เมื่อเข้าใจในเนื้อหาวิชาที่เรียนจึงเกิดความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนและเกิดความเป็นกันเองกับอาจารย์ผู้สอน ซึ่งพรเพชร โสติถิมานนท์ (2548) ได้กล่าวว่านักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับครู เชื่อฟังคำสั่งสอน และครูตั้งใจอบรมสั่งสอน ให้ความรักความห่วงใย ทำให้นักเรียนเรียนได้ประสบความสำเร็จ มีความตั้งใจในการเรียน ไม่ท้อถอย มีความพยายามในการเรียน สัมพันธภาพระหว่างครูกับนักเรียน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ส่วนนักเรียนบางคนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ทั้งนี้เพราะนักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนจะมีความห่วงใยกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการพูดคุยปรึกษากันเมื่อมีปัญหา รวมถึงมีการแนะนำสิ่งที่ดีต่าง ๆ ให้แก่กัน นักเรียนและเพื่อนจะมีการชักชวนกันไปเรียนกวดวิชา สัมพันธภาพระหว่างนักเรียนกับเพื่อน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก สิ่งดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนที่มีอายุแตกต่างกันสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนต่างกัน ส่วนในด้านอื่นๆ คือ ด้านความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ด้านความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย และด้านการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะนักเรียนถึงแม้ว่าจะมีอายุแตกต่างกัน แต่นักเรียนมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนในการเรียน ดังนั้นจึงทำให้แต่ละคนมีความตั้งใจ มีความมุ่งมั่นอย่างแท้จริงในการเข้ามาเรียนกวดวิชา และเมื่อพบข้อสงสัยก็มีการซักถามอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้ตนเองคลายข้อสงสัย ส่วนด้านการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาที่ไม่แตกต่างกันเพราะนักเรียนทั้งในแต่ละกลุ่มอยู่ในวัยเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน มีการพูดคุย ซักถามหรือสนทนากันได้ดี รวมทั้งบุคลากรในสถานกวดวิชาอาจจะเป็นกันเอง หรือมีความเอาใจใส่ต่อนักเรียนเป็นอย่างดี ซึ่งพรเพชร โสติถิมานนท์ (2548) ได้กล่าวว่านักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับครู เชื่อฟังคำสั่งสอน และครูตั้งใจอบรมสั่งสอน ให้ความรักความห่วงใย ทำให้นักเรียนเรียนได้ประสบความสำเร็จ มีความตั้งใจในการเรียน ไม่ท้อถอย มีความพยายามในการเรียน สัมพันธภาพระหว่างครูกับนักเรียน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ส่วนนักเรียนบางคนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ทั้งนี้เพราะนักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนจะมีความห่วงใยกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการพูดคุยปรึกษากันเมื่อมีปัญหา รวมถึงมีการแนะนำสิ่งที่ดีต่าง ๆ ให้แก่กัน นักเรียนและเพื่อนจะมีการชักชวนกันไปเรียนกวดวิชา สัมพันธภาพระหว่างนักเรียนกับเพื่อน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก

จากที่กล่าวมาโดยภาพจะเห็นได้ว่านักเรียนที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมในการเรียนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนถึงแม้ว่าจะมีอายุที่ต่างกัน แต่อาจจะมีเป้าหมายของการเรียนกวดวิชาที่ชัดเจนเหมือนกัน ซึ่งไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2545) กล่าวว่า การกวดวิชา เป็นการเรียนเพิ่มเติมจากการเรียนปกติในชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาต่างๆ เป็นหลัก และ สาลินี คันธวะ (2551) กล่าวว่า หลักสูตรการเรียนกวดวิชาของนักเรียนส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรเพื่อทำเกรด รองลงมาเพื่อเตรียมสอบแอดมิชชั่น สิ่งดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนที่มีอายุต่างกันมีความตั้งใจเรียน มีความมุ่งมั่นในการเรียน หรือมีการซักถามอาจารย์ผู้สอนเมื่อมีข้อสงสัยเพื่อให้ตนเองพร้อมที่จะก้าวสู่จุดหมายปลายทางที่หวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับเกษตรชัย และหิม (2550) ที่กล่าวว่าแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ และสุจินต์ เพิ่มพิทักษ์ และทัศนีย์นารถ ลิ้มสุทธิวันภูมิ (2553) และพระมหากษัตริย์ ฐิติวิโร (อินทวิ) (2545) กล่าวว่านักเรียนที่มีอายุต่างกันมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนไม่แตกต่างกัน

1.3 นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยพบว่า นักเรียนชั้น ป.4 มีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนน้อยกว่านักเรียนชั้น ป.5 และพบอีกว่านักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านมีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยพบว่า นักเรียนชั้น ป.5 มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักเรียนชั้น ป.5 มีความพร้อมในการเรียนกวดวิชามากกว่านักเรียนชั้น ป.4 เนื่องจากต้องเตรียมความพร้อมในการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นมัธยมศึกษา ซึ่งนักเรียนมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนในการเรียน ซึ่งไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2545) กล่าวว่า การกวดวิชา เป็นการเรียนเพิ่มเติมจากการเรียนปกติในชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาต่างๆ เป็นหลัก และ สาลินี คันธวะ (2551) กล่าวว่า หลักสูตรการเรียนกวดวิชาของนักเรียนส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรเพื่อทำเกรด รองลงมาเพื่อเตรียมสอบแอดมิชชั่น สิ่งดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน สนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนต่างกัน ส่วนในด้านอื่นๆ คือ ด้านความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย และด้านการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งพรเพชร โสติถิมานนท์ (2548) ได้กล่าวว่านักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับครู เชื่อฟังคำสั่งสอน และครูตั้งใจอบรมสั่งสอน ให้ความรักความห่วงใย ทำให้นักเรียนเรียนได้ประสบความสำเร็จ มีความตั้งใจในการเรียน ไม่ท้อถอย มีความพยายามในการเรียน สัมพันธภาพระหว่างครูกับนักเรียน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ส่วนนักเรียนบางคนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ทั้งนี้เพราะนักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนจะมีความห่วงใยกัน

ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการพูดคุยปรึกษากันเมื่อมีปัญหา รวมถึงมีการแนะนำสิ่งที่ดีต่าง ๆ ให้แก่กัน นักเรียนและเพื่อนจะมีการชักชวนกันไปเรียนกวดวิชา สัมพันธภาพระหว่างนักเรียนกับเพื่อน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก

จากที่กล่าวมาโดยภาพรวมจะเห็นได้ว่านักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมในการเรียนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนถึงแม้ว่าจะมีระดับการศึกษาที่ต่างกัน แต่อาจจะมีเป้าหมายของการเรียนกวดวิชาที่ชัดเจนเหมือนกัน ซึ่งไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2545) กล่าวว่าว่าการกวดวิชาเป็นการเรียนเพิ่มเติมจากการเรียนปกติในชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาต่างๆ เป็นหลัก จึงอาจจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจเรียน มีความมุ่งมั่นในการเรียน หรือมีการซักถามอาจารย์ผู้สอนเมื่อมีข้อสงสัยเพื่อให้ตนเองพร้อมที่จะก้าวสู่จุดหมายปลายทางที่หวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับเกษตรชัย และหิเม (2550) ที่กล่าวว่าแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ และสอดคล้องกับพระมหากษัตริย์ จูติวิโร (อินทวิ) (2545) กล่าวว่าไ้ว่านักเรียนที่มีระดับการศึกษาเดิมในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และในระดับอื่นๆ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนไม่ต่างกันคืออยู่ในระดับมาก

1.4 นักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา ในด้านการสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดยนักเรียนสังกัดโรงเรียนรัฐบาลมีความสนุกสนานมากกว่านักเรียนที่สังกัดโรงเรียนเอกชน ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าโรงเรียนในสังกัดของรัฐบาลมีการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมต่างๆ แทรกในบทเรียน รวมทั้งการจัดกิจกรรมนันทนาการให้กับนักเรียนบ่อยครั้ง ส่งผลให้นักเรียนมีแนวคิดในแง่บวกต่อการเรียนและสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างครูกับนักเรียน เป็นผลให้นักเรียนสนุกสนานกับการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอน ซึ่งพรเพชร โสติถิมานนท์ (2548) ได้กล่าวว่านักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับครู เชื่อฟังคำสั่งสอน และครูตั้งใจอบรมสั่งสอน ให้ความรักความห่วงใย ทำให้นักเรียนเรียนได้ประสบความสำเร็จ มีความตั้งใจในการเรียน ไม่ท้อถอย มีความพยายามในการเรียน สัมพันธภาพระหว่างครูกับนักเรียน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ส่วนนักเรียนบางคนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ทั้งนี้เพราะนักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนจะมีความห่วงใยกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการพูดคุยปรึกษากันเมื่อมีปัญหา รวมถึงมีการแนะนำสิ่งที่ดีต่าง ๆ ให้แก่กัน นักเรียนและเพื่อนจะมีการชักชวนกันไปเรียนกวดวิชา สัมพันธภาพระหว่างนักเรียนกับเพื่อน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก สิ่งดังกล่าวนี้ อาจเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียนแตกต่างกัน สนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกัน ส่วนในด้านต่อไปนี้เป็นคือ ด้านความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ด้านความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านการซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย และด้านการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชา มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ

สมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งพรเพชร โสติถิมานนท์ (2548) ได้กล่าวว่านักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับครู เชื่อฟังคำสั่งสอน และครูตั้งใจอบรมสั่งสอน ให้ความรักความห่วงใย ทำให้นักเรียนเรียนได้ประสบความสำเร็จ มีความตั้งใจในการเรียน ไม่ท้อถอย มีความพยายามในการเรียน สัมพันธภาพระหว่างครูกับนักเรียน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ส่วนนักเรียนบางคนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ทั้งนี้เพราะนักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนจะมีความห่วงใยกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการพูดคุยปรึกษากันเมื่อมีปัญหา รวมถึงมีการแนะนำสิ่งที่ดีต่าง ๆ ให้แก่กัน นักเรียนและเพื่อนจะมีการชักชวนกันไปเรียนกวดวิชา สัมพันธภาพระหว่างนักเรียนกับเพื่อน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก

จากที่กล่าวมาโดยภาพรวมจะเห็นได้ว่านักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียนแตกต่างกัน คือ สังกัดโรงเรียนรัฐบาล และสังกัดโรงเรียนเอกชน มีพฤติกรรมในการเรียนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนทั้งที่สังกัดโรงเรียนรัฐบาล และสังกัดโรงเรียนเอกชนอาจจะมีเป้าหมายของการเรียนกวดวิชาที่ชัดเจน ซึ่งไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2545) กล่าวว่า การกวดวิชา เป็นการเรียนเพิ่มเติมจากการเรียนปกติในชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาต่าง ๆ เป็นหลัก จึงอาจจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนทั้งสังกัดโรงเรียนรัฐบาล และสังกัดโรงเรียนเอกชน มีความตั้งใจเรียน มีความมุ่งมั่นในการเรียน หรือมีการซักถามอาจารย์ผู้สอนเมื่อมีข้อสงสัยเพื่อให้ตนเองพร้อมที่จะก้าวสู่จุดหมายปลายทางที่หวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับเกษตรชัย และหิเม (2550) ที่กล่าวว่าแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเรียนรู้

1.5 นักเรียนที่มีผลการเรียนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาในด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเกรด 3.51 – 4.00 มีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนมากที่สุดทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนที่มีผลการเรียนที่ดีมีความเข้าใจในเนื้อหาของวิชาที่เรียนมากกว่าจึงมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนเพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้นและสามารถสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นมัธยมศึกษาได้ ซึ่งไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2545) กล่าวว่า การกวดวิชา เป็นการเรียนเพิ่มเติมจากการเรียนปกติในชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาต่าง ๆ เป็นหลัก สาลิณี คันธวะ (2551) กล่าวว่า หลักสูตรการเรียนกวดวิชาของนักเรียนส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรเพื่อทำเกรด รองลงมาเพื่อเตรียมสอบแอดมิชชัน สิ่งดังกล่าวนี้อาจเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนที่มีผลการเรียนที่แตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนต่างกัน ส่วนในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยด้านนักเรียนสนทนากับการสอนของอาจารย์ผู้สอน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคคลากรในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งพรเพชร โสติถิมานนท์ (2548) ได้กล่าวว่านักเรียนที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับครู เชื่อฟังคำสั่งสอน และครูตั้งใจอบรมสั่งสอน ให้ความรักความห่วงใย ทำให้นักเรียนเรียนได้ประสบความสำเร็จ มีความตั้งใจในการเรียน ไม่ท้อถอย มีความพยายามในการเรียน สัมพันธภาพระหว่างครูกับนักเรียน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ส่วนนักเรียนบาง

คนที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก ทั้งนี้เพราะนักเรียนที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนจะมีความห่วงใยกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการพูดคุยปรึกษาหารือกันเมื่อมีปัญหา รวมถึงมีการแนะนำสิ่งที่ดีต่าง ๆ ให้แก่กัน นักเรียนและเพื่อนจะมีการชักชวนกันไปเรียนกวดวิชา สัมพันธ์ภาพระหว่างนักเรียนกับเพื่อน ทำให้นักเรียนบางคนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชามาก

จากที่กล่าวมาโดยภาพรวมจะเห็นได้ว่านักเรียนที่มีผลการเรียนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเรียนในสถานกวดวิชาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนที่มีผลการเรียนที่แตกต่างกันอาจมีเป้าหมายของการเรียนกวดวิชาที่ชัดเจน ซึ่งไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2545) กล่าวว่าว่าการกวดวิชา เป็นการเรียนเพิ่มเติมจากการเรียนปกติในชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาต่าง ๆ เป็นหลัก จึงอาจจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนทั้งสังกัดโรงเรียนรัฐบาล และสังกัดโรงเรียนเอกชน มีความตั้งใจเรียน มีความมุ่งมั่นในการเรียน หรือมีการซักถามอาจารย์ผู้สอนเมื่อมีข้อสงสัยเพื่อให้ตนเองพร้อมที่จะก้าวสู่จุดหมายปลายทางที่หวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ เกษตรชัย และหิม (2550) ที่กล่าวว่าแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเรียนรู้

สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ คือ

ด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน

ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านกระบวนการ (X_7) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน ได้ร้อยละ 26 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 1.920 และ 0.223 ตามลำดับซึ่งส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) เพิ่มขึ้น 1.920 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะถ้าโรงเรียนกวดวิชา มีเนื้อหา

หลักสูตรของวิชาที่เรียน รวมไปถึงรูปเล่มของหนังสือที่ใช้เรียนในสถานกวดวิชาที่ดี เพราะนักเรียนที่มาเรียนก็มีความคาดหวังในเรื่องการได้รับเอกสารประกอบการเรียนที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สายจิต ลิลิต (2537) ซึ่งกล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาได้ให้ความสำคัญด้านการบริการหรือผลิตภัณฑ์โดยเน้นเป็นอย่างยิ่งในหลักสูตรและเนื้อหาวิชาการ และจุดประเด็นของหลักสูตรและเนื้อหาวิชาการเป็นจุดขายของโรงเรียนกวดวิชา เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักเรียนที่สนใจจะเรียนกวดวิชา

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม(Y_1) เพิ่มขึ้น 0.223 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน อื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีค่าคงที่ ทั้งนี้เพราะ ทางโรงเรียนกวดวิชามีการบริการที่รวดเร็วทำให้เกิดความสะดวกสบายในการเรียนการสอนระหว่างครูผู้สอนกับนักเรียน มีการให้บริการแนะแนวการศึกษาและการแนะแนวข้อสอบให้ฟรีไม่เสียค่าใช้จ่าย และมีความเป็นกันเองกับนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ นัฐติมล อินทะกนก(2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักเรียนระดับ ปวช.วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวกรุงเทพ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการการศึกษาด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) ทั้งนี้เนื่องจากสถานกวดวิชามีการแข่งขันด้านราคาค่าเรียนค่อนข้างสูง ซึ่งนักเรียนสามารถตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนกวดวิชาให้มีความเหมาะสมและคุ้มค่างบเงินที่จะต้องจ่ายไปเพื่อแลกกับเนื้อหาวิชาที่จะลงทะเบียเรียน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอาจมีนักเรียนบางส่วนไม่สะดวกที่จะเดินทางในการมาเรียนในทุกครั้ง เพราะเนื่องจากสถานกวดวิชาตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่มีการจราจรที่ค่อนข้างหนาแน่นและติดขัด การเดินทางแต่ละครั้งต้องกำหนดเวลาเดินทางล่วงหน้าหากบ้านของนักเรียนอยู่ไกลเกินไปก็จะทำให้นักเรียนบางส่วนอาจมีการหนีเรียนไม่เข้าชั้นเรียนได้ ดังนั้นสถานที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับสถานกวดวิชา หากที่ใดสามารถเดินทางไปได้ง่ายและสะดวกในการจอดรถรับส่ง จะส่งผลให้โรงเรียนกวดวิชานั้นมีผู้นิยมไปเรียนมาก สอดคล้องกับรายงานการสัมมนาของคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2544: 10) ที่กล่าวถึงเรื่องการศึกษาว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เลือกเรียนในสถานที่ใกล้บ้านมากกว่าที่ต้องเดินทางไกล รวมไปถึงความพึงพอใจอื่นๆด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ใช้กระตุ้นในการให้นักเรียนมาลงทะเบียเรียนให้ได้เป็นจำนวนมาก รวมถึงปัจจัยส่วนลดต่างๆที่ทางสถานกวดวิชาไม่ได้มีการกระทำอย่างต่อเนื่อง ขาดการประชาสัมพันธ์ให้กับภายนอกรับรู้

ด้านบุคคล พนักงานแต่ละคนในสถานกวดวิชาอาจจะมีรูปแบบในการให้บริการแตกต่างกันไปในการให้คำปรึกษากับนักเรียน หรือพูดคุยก่อนที่จะนักเรียนจะเข้าชั้นเรียน และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพแม้ว่าทางห้องเรียนของสถานกวดวิชาจะมีความพร้อมในการจัดการเรียนการสอน ไม่ว่าจะเป็นความสว่างของห้องเรียนที่เหมาะสม ความสะอาดของห้องน้ำ อาจจะมีบางห้องที่มีความสว่างไม่เพียงพอ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพไม่สามารถทำนายด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนได้

ด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน

ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) และด้านบุคคล (x_5) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ได้ร้อยละ 18.5 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.216, 0.201, -0.200 และ 0.201 ตามลำดับ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม โดยรวม (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.216 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน อื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่ ทั้งนี้เพราะถ้าเอกสารประกอบการเรียนมีองค์ประกอบเนื้อหาครบถ้วน และมีรูปแบบที่สวยงาม เนื้อหาเอกสารประกอบการเรียนตรงตามหลักสูตร เอกสารการเรียนดีมีมาตรฐานตรงตามหลักสูตรการเรียนในชั้นเรียนจะส่งผลให้นักเรียนมีความมั่นใจต่อสถาบันกวดวิชาและมุ่งผลให้นักเรียนมีความตั้งใจที่จะเรียนในทุกๆครั้งที่มาเรียนสถานกวดวิชา

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา (x_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม โดยรวม (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.201 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน อื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่ ทั้งนี้เนื่องจากราคาการเรียนของสถานกวดวิชามีความ

เหมาะสมต่อหลักสูตรเนื้อหาวิชาที่เปิด อีกทั้งสถานกวดวิชามีส่วนลดราคากับนักเรียน ถ้านักเรียนคนใดไม่พร้อมที่จะชำระเงินทั้งหมดได้ ทางสถาบันยินดีที่จะมีการผ่อนผันชำระค่าเรียนให้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ คีรีวรรณ เสรีรัตน์ (2546: 53) ที่ว่าราคา(Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน นักเรียนจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และการแข่งขัน

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนโดยรวม (Y_4) ลดลง 0.201 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหากสถาบันกวดวิชาที่มีการส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการลดราคาค่าเรียนหรือใช้วิธีผ่อนผันการชำระเงินมากเกินไป จะส่งผลด้านลบต่อความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจใช้บริการ เป็นเหตุให้นักเรียนขาดความเชื่อมั่น ขาดความมุ่งมั่นตั้งใจเรียน ดังนั้นสถาบันกวดวิชาควรเน้นการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ รวมทั้งการบริการโดยสอนเนื้อหาที่ครบถ้วนมีเทคนิคต่าง ๆ ในการคิดวิเคราะห์รวมทั้งการบริการให้แก่นักเรียนซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและความคุ้มค่าของราคาค่าเล่าเรียนต่อการบริการที่ได้รับให้เหนือกว่าสถาบันอื่นซึ่งจะส่งผลให้นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนในสถานกวดวิชาแห่งนั้น

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนโดยรวม (Y_2) มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) ทั้งนี้เนื่องจากทางสถานกวดวิชามีช่องทางการจัดจำหน่ายมีข้อจำกัด ทำให้เข้าถึงกลุ่มนักเรียนที่จะมาเรียนในสถานกวดวิชาได้อย่างไม่ทั่วถึง จึงทำให้กลุ่มนักเรียนบางส่วนยังไม่เห็นความสำคัญของความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนขณะที่เรียนก็ ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แม้ว่าทางห้องเรียนของสถานกวดวิชาจะมีความพร้อมในการจัดการเรียนการสอน ไม่ว่าจะเป็นความสว่างของห้องเรียนที่เหมาะสม ความสะอาดของห้องน้ำ อาจจะมีบางห้องที่มีความสว่างไม่เพียงพอ และในด้านกระบวนการ นั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการตัดสินใจของนักเรียนต่อการสร้างความมุ่งมั่นตั้งใจเรียน แสดงให้เห็นว่าสถานกวดวิชานี้ยังมีกระบวนการบริการที่ยังไม่มีคุณภาพเพียงพอ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการไม่สามารถทำนายด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนได้

ด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนชกถาม อาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย

ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย ได้ร้อยละ 11.9 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.211 ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยรวม (Y_3) เพิ่มขึ้น 0.223 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีค่าคงที่ทั้งนี้เพราะทางสถานกวดวิชาให้บริการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังเรียนไม่เข้าใจในเนื้อหา รวมทั้งบริการแนะแนวเทคนิค สูตรลัดในการแก้ปัญหาวิชาที่เรียน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 334-337) ได้กล่าวว่ากระบวนการ(Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยโดยรวม (Y_3) มี 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์(x_1) ด้านราคา(x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) เนื่องจากการนักเรียนส่วนหนึ่งไม่กล้าที่จะชกถามอาจารย์ผู้สอนเมื่อมีข้อสงสัยขณะที่เรียน อาจเป็นเพราะนักเรียนในชั้นเรียนนั้นมาจากโรงเรียนที่แตกต่างกัน แม้ว่าผู้สอนจะเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ถามในสิ่งที่สงสัยก็ตาม จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล ด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ไม่สามารถทำนายด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนชกถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัยได้

ด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน

ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านบุคคล (x_5) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน ได้ร้อยละ 27.4 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.165 และ 0.315 ตามลำดับ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคคล เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนซ้กถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4) เพิ่มขึ้น 0.165 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา(x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ(x_7) มีค่าคงที่ ทั้งนี้เพราะสถานกวดวิชามีการจัดรูปแบบของหลักสูตรที่มีความหลากหลาย โดยเน้นให้มีการสอนเนื้อหาล่วงหน้า นอกจากนั้นหลังเรียนเสร็จนักเรียนสามารถสอบถามสิ่งที่ยังไม่เข้าใจกับผู้สอนได้โดยตรงตลอดเวลา ทำให้นักเรียนมีความรู้สึกเป็นกันเอง และไม่เครียดมีความสุขสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบุคคล(x_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_4) เพิ่มขึ้น 0.315 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ(x_7) มีค่าคงที่ ทั้งนี้เพราะครูผู้สอนในสถานกวดวิชามีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้กับนักเรียนได้ดี มีการเชื่อมโยงความรู้กับชีวิตประจำวันทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ได้ง่ายขึ้น รวมทั้งนักเรียนสามารถถามสิ่งที่ตนเองสงสัยในชั้นเรียนได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากผู้สอนมีความเป็นกันเอง และพูดจาไพเราะ แต่งกายเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของสายหยุด ผาคำ (2546: บทคัดย่อ) เรื่องการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี พบว่าองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ได้แก่ ครูผู้สอนที่มีเทคนิคการสอนดี มีความสามารถในการ ถ่ายทอดความรู้ได้ดี การจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ เนื้อหาหรือโปรแกรมการเรียนดี ช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสม และสอดคล้องกับการศึกษาของวิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนมีความต้องการอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน ในระดับมากที่สุดและสอดคล้องกับภฤชณา รัตนพฤษ (2545) ได้กล่าวว่า

พนักงานที่ให้บริการ โดยมีการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ในการทำงาน มีข้อมูลข่าวสารทางการศึกษา ที่ทันสมัย เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกเรียนในสถานกวดวิชา และสอดคล้องกับการศึกษาของวิริยะ ฤาชัยพาณิชย์(2544) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนมีความต้องการในระดับมากที่สุด คือต้องการอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน คำรับรองจากรุ่นพี่และเพื่อนและรูปแบบของหลักสูตรที่เหมาะสม

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยรวม (Y_1) มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (x_5) และด้านกระบวนการ (x_7) ทั้งนี้ด้านราคาการลงทะเบียนเรียน เป็นปัจจัยสำคัญที่นักเรียนจะตัดสินใจเรียนในสถานกวดวิชา ซึ่งสอดคล้องกับจิรวดี ภูวนารถนุรักษ์ (2546) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนกวดวิชา : กรณีศึกษาโรงเรียนกวดวิชาพัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนด้านราคา คือค่าเล่าเรียนต่ำกว่าโรงเรียนอื่น ค่าเรียนมีความเหมาะสม กับคุณภาพการสอน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของสถานกวดวิชาที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายมีข้อจำกัด ทำให้เข้าถึงกลุ่มนักเรียนที่จะมาเรียนในสถานกวดวิชาได้อย่างไม่ทั่วถึง จึงทำให้กลุ่มนักเรียนบางส่วนยังไม่เห็นความสำคัญของความมุ่งมั่นตั้งใจในขณะที่เรียน ด้านการสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แม้ว่าทางห้องเรียนของสถานกวดวิชาจะมีความพร้อมในการจัดการเรียนการสอน ไม่ว่าจะเป็นความสว่างของห้องเรียนที่เหมาะสม ความสะอาดของห้องน้ำ อาจจะมีบางห้องที่มีความสว่างไม่เพียงพอ และในด้านกระบวนการนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการตัดสินใจของนักเรียนต่อการสร้างความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน แสดงให้เห็นว่าสถานกวดวิชานี้ยังมีกระบวนการบริการที่ยังไม่มีคุณภาพเพียงพอ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การสร้างสรรคและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการไม่สามารถทำนายด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนได้

ด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา

ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(X_5) และด้านกระบวนการ (X_7) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนาย ด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา ได้ร้อยละ 25.6 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.187 0.237 และ 0.282 ตามลำดับ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคคล เป็นปัจจัยที่สามารถทำนาย พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) เพิ่มขึ้น 0.187 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (x_6) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่ ทั้งนี้เพราะสถานกวดวิชาที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น ก็จะเป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียนเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสถานกวดวิชา บุคลากรที่เกี่ยวข้องในสถานกวดวิชาได้ดียิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 334-337) ได้กล่าวว่า การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (x_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) เพิ่มขึ้น 0.237 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านกระบวนการ (x_7) มีค่าคงที่ ทั้งนี้เพราะ การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ เป็นสิ่งที่นำเสนอที่เป็นรูปธรรมที่นักเรียนเห็นได้ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความปลอดภัยภายในอาคารสถานกวดวิชา การเดินขึ้นลงในตัวอาคาร ที่นั่งเรียน ความสว่างของห้องเรียน อุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนในสถานกวดวิชา โดยกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ (2543) กล่าวว่า ความสำเร็จของสถาบันกวดวิชา มักจะอยู่ที่ความมุ่งมั่นที่จะเป็นสถาบันที่ให้บริการทางด้านการศึกษาระบบจริง โดยมุ่งตอบสนองต่อความต้องการของนักเรียนด้วย หลักสูตรที่หลากหลาย คุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม บริการเป็นกันเอง รวดเร็วและประทับใจ พร้อมทั้งความสะอาดสบายในการใช้บริการ สร้างผลตอบแทนสูงสุดให้กับนักเรียน มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ

หากผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านกระบวนการ (x_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้พฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) เพิ่มขึ้น 0.282 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ อีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) ด้านบุคคล (x_5) และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีค่าคงที่ ทั้งนี้เพราะสถานกวดวิชาที่มีมาตรฐานเป็นไปตามความต้องการของนักเรียน ผู้ปกครองที่มาใช้บริการสถานกวดวิชา เนื่องจากทางสถานกวดวิชา มีกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ และตอบสนองความต้องการได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์(2544) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียน

กวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับที่สำคัญมาก นอกจากนั้นยังพบว่า มีแนวโน้มนักเรียนส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะไปใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป

ส่วนตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_1) มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์(X_1) ด้านราคา(x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด(x_4) ด้านบุคคล(x_5)

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในแต่ละบุคคลมีการรับรู้ มีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมซึ่งสอดคล้องกับวีรุพ (2542) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย สอดคล้องกับภุชญา รัตนพฤษ (2545) ได้กล่าวว่า พนักงานที่ให้บริการโดยมีการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ในการทำงานมีข้อมูลข่าวสารทางการศึกษาที่ทันสมัยเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกเรียนในสถานกวดวิชา จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และบุคคลไม่สามารถทำนายด้านพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาได้

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงและครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ คือ

ปัจจัยทางด้านสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงและครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ได้แก่ ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน , ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย , ด้านนักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน และด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อนักเรียนมีทัศนคติทางด้านสังคมเพิ่มขึ้น จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน เพิ่มขึ้นเล็กน้อย กล่าวคือ ปัจจัยทางด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์(2546: 199) กล่าวว่า ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อการบริโภคต่างๆ และสอดคล้องกับมาจุมดาร์ (Majumdar. 2010: 143) ที่กล่าวว่านักเรียนที่มีประสบการณ์ในสินค้าหรือการบริการมาแล้ว หรือ

เป็นสินค้าหรือบริการที่ง่ายต่อการหาข้อมูล นักเรียนมักจะไม่ขอคำปรึกษาจากผู้อื่นในการมาเลือกใช้ ในทางตรงกันข้ามสินค้าหรือการบริการที่นักเรียนมีประสบการณ์เพียงเล็กน้อย นักเรียนจะมีแนวโน้มขอคำแนะนำจากผู้อื่น

สมมติฐานข้อที่ 4 แรงจูงใจของนักเรียน อันประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ คือ

แรงจูงใจของนักเรียน อันประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน , ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนเพิ่มขึ้น จะมีพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน, ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ในส่วนแรงจูงใจของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนสนุกละเล่นกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน และด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าแรงจูงใจของนักเรียนเพิ่มขึ้น จะมีพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน, ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้ง เมื่อมีข้อสงสัย เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542: 54) ที่กล่าวว่า ธรรมชาติของแรงจูงใจ (Nature of Motive) ของมนุษย์ประกอบด้วย

1) แรงจูงใจที่มีพื้นฐานมาจากความต้องการ (Based on needs) คือ มีแรงจูงใจเกิดขึ้นจากความต้องการ ซึ่งความต้องการแบบนี้มีก็ได้ หรือไม่มีก็ได้ซึ่งไม่จัดเป็นแรงจูงใจ เมื่อไรที่ความต้องการมีความรุนแรงขึ้น จนเกิดความตึงเครียดและกลายเป็นแรงจูงใจขึ้นมา

2) แรงจูงใจเป็นความหงุดหงิด หรือความตึงเครียด (Frustration)

3) การมุ่งหมายความสำคัญไปที่เป้าหมาย (Goal – Directed) คือ การพยายามที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ซึ่งจะต้องมีทิศทางที่แน่ชัดและทิศทางที่วุ่นนั้น จะต้องมุ่งตรงเข้าสู่เป้าหมายของชีวิตเป็นการรวมพลัง

4) การรวบรวมความพยายาม (Muster Up all the Efforts) เมื่อพยายามจะรวมพลัง รวมความพยายามต่าง ๆ ทั้งหลายเพื่อจะบรรลุเป้าหมาย ที่เราต้องการจะแก้ไขให้ได้การจูงใจเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการแสดงออก

กล่าวคือคนมีพื้นฐานความต้องการที่ต่างกัน เนื่องจากฐานะที่ต่างกันจึงทำให้แรงจูงใจก็ต่างกันไปด้วย เมื่อไรที่มีความต้องการก็จะเกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ดังนั้น จึงทำให้เกิดสายการบินที่มีราคาแตกต่างกันออกไป เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละคนที่มีแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ คือ

พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนเพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านเมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม เพิ่มขึ้นเล็กน้อย และพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียน ด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน, ด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ และด้านหากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนเพิ่มขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านหากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน, ด้านนักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักของนักเรียนมาเรียนกวดวิชาที่สถานกวดวิชาแห่งนี้ และด้านหากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ นักเรียนยังคงเรียนที่สถานกวดวิชาแห่งเดิม เพิ่มขึ้นปานกลาง สอดคล้องกับผลวิจัยของ มณฑกกาญจน์ วิจิตรสกลร์(2551) ที่พบว่าพฤติกรรมที่มุ่งศึกษาโดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มพฤติกรรมนั้นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมปัจจัยด้านสังคมโดยรวม และแรงจูงใจโดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำให้พฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาโดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาของนักเรียนอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถาน กวดวิชาแห่งเดิมของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมี ข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1.1 เจ้าของสถานกวดวิชาหรืออาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชาควรปรับเปลี่ยนวิธีการ สอน หรือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ หรือกลวิธีอื่นๆ ที่จะทำให้นักเรียนโดยเฉพาะในระดับชั้น ป. 4 มีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน และมีความสนุกสนานกับการสอนของ อาจารย์ผู้สอน ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่จะทำให้มีนักเรียนที่เป็นนักเรียนในระดับชั้น ป.4 เข้า มาเรียนกวดวิชาในสถานกวดวิชาแห่งนี้เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากผลการวิจัยพบว่านักเรียนที่มีระดับ การศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านการสนุกสนานกับการสอน ของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกัน โดยพบว่านักเรียนชั้น ป.4 มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ ผู้สอนน้อยกว่านักเรียนชั้น ป. 5

1.2 สถานกวดวิชาควรมีการติดตามผลการเรียนดีเด่นสำหรับนักเรียนที่มีผลการเรียน ดีที่มีเกรดตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป เพื่อเป็นการยกย่องสร้างความภาคภูมิใจแก่นักเรียนและยังส่งผลถึงการ สร้างแรงจูงใจ สร้างความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนขณะเรียนให้กับนักเรียนที่มีผลการเรียนปานกลางหรือ นักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำ เพื่อให้ผลการเรียนของนักเรียนกลุ่มนี้ดีขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาในด้านนักเรียนมี ความมุ่งมั่นตั้งใจเรียนขณะเรียนแตกต่างกัน โดยนักเรียนที่มีเกรด 3.51 - 4.00 มีความมุ่งมั่นตั้งใจ ขณะเรียนมากที่สุด

1.3 สถานกวดวิชาควรมีการบันทึกวีดิทัศน์บรรยากาศภายในห้องเรียนโดยเฉพาะใน ระดับชั้น ป.5 ซึ่งมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนและมีความสนุกสนานกับ การสอนของอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด โดยนำมาเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ฉายภายในโรงเรียน ให้นักเรียนต่างชั้นปีชมหรือนำเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแล้ว ชักชวนให้นักเรียนชม เพื่อสร้างแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่จะทำให้นักเรียนชั้น ป.4 และนักเรียนชั้น ป.6 มี ความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนและมีความสนุกสนานกับการสอนของ อาจารย์ผู้สอนเพิ่มขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มี พฤติกรรมในการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านมีความตั้งใจจะมาเรียนทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนและ ด้านมีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกัน โดยพบว่านักเรียนชั้น ป.4 มีความ ตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนน้อยกว่านักเรียนชั้น ป.5 และพบอีกว่า นักเรียน ชั้น ป.5 มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด

1.4 สถานกวดวิชาควรมีการบันทึกวีดิทัศน์บรรยากาศภายในห้องเรียนโดยเฉพาะห้องเรียนที่มีนักเรียนสังกัดโรงเรียนรัฐบาลอยู่มาก ซึ่งนักเรียนสังกัดโรงเรียนรัฐบาลมีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด โดยนำมาเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ฉายภายในโรงเรียนให้นักเรียนชมหรือนำมาเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแล้วชักชวนให้นักเรียนชม เพื่อสร้างแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่จะทำให้ นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนเอกชน มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนเพิ่มขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่านักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกัน โดยพบว่านักเรียนสังกัดโรงเรียนรัฐบาล มีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด

1.5 เจ้าของสถานกวดวิชา หรืออาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชาควรมีการสอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน หรือความพึงพอใจในการจัดการเรียนรู้จากกลุ่มนักเรียนที่สังกัดโรงเรียนเอกชน เพื่อที่จะได้สนองความต้องการโดยเฉพาะการทำให้ นักเรียนมีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอน ซึ่งอาจจะเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่จะทำให้ นักเรียนที่สังกัดโรงเรียนเอกชนสนใจมาเรียนในสถานกวดวิชาแห่งนี้เพิ่มขึ้น นักเรียนที่มีสังกัดของโรงเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาในด้านการสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกัน โดยนักเรียนที่สังกัดโรงเรียนรัฐบาลมีความสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์ผู้สอนมากกว่านักเรียนที่สังกัดโรงเรียนเอกชน

1.6 เจ้าของสถานกวดวิชาหรืออาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชาควรเพิ่มความเอาใจใส่หรือดูแลนักเรียนในกลุ่มนี้เพิ่มขึ้น เพื่อให้นักเรียนเกิดความมุ่งมั่นตั้งใจในขณะเรียนมากขึ้น นักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนแตกต่างกัน โดยพบว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำกว่า 2.51 มีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ต่ำกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนสูงกว่า 2.51

2. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล การสร้างสรรค์และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียน ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อย จะเห็นได้ว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ทางสถานกวดวิชาควรให้ความสำคัญต่อรูปแบบของหลักสูตร เช่น มีการจัดหลักสูตรที่เป็นพื้นฐานสำหรับกลุ่มผู้เรียนที่พื้นฐานไม่ดี จัดหลักสูตรเรียนล่วงหน้าสำหรับผู้มีพื้นฐานปานกลาง หรือจัดทำหลักสูตรที่เกินหลักสูตรแกนกลาง สำหรับนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษ ดังนั้น ฝ่ายการตลาดของสถาบันกวดวิชาควรเน้นจุดแข็ง ทางด้านการสร้างชื่อเสียงของครูผู้สอนที่มีความชำนาญในการสอน การดูแลเอาใจใส่และความเหมาะสมของเอกสารการเรียนเป็นหลัก สถานกวดวิชาอาจมีการติดป้ายครูผู้สอนที่เป็นที่รู้จักหรือครูผู้สอนที่ได้รับรางวัลดีเด่นเป็นพรินต์เตอร์ประจำสถาบัน มีแผ่นพับ โบชัวร์โฆษณาสถาบันมีรูปบรรยากาศการเรียนการสอนจากครูผู้สอน ความเอาใจใส่ผู้เรียนอย่างใกล้ชิด และมีการสอนด้วยเอกสารการเรียนที่ดีมีมาตรฐานตรงตามหลักสูตรการเรียนในชั้นเรียน เนื่องจากผลวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนาย

ทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 1.920 และด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.223

2.2 ด้านราคา ทางสถานกวดวิชาควรเน้นการได้รับการเรียนที่มีคุณภาพรักษาคุณภาพในด้านการเรียนการสอนทั้งด้านการจัดการเรียนการสอนและการบริการ การได้รับเนื้อหาที่ครบถ้วน ความคุ้มค่าของราคาค่าเล่าเรียนต่อการบริการที่ได้รับเหนือกว่าสถาบันอื่น เนื่องจากผลวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.216 และอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านราคา (x_2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.201 และด้านบุคคล (x_5) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.201 ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) และด้านบุคคล (x_5) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2)

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมกับกลุ่มผู้เรียนที่อยู่ต่างพื้นที่ออกไปนอกเหนือจากในกรุงเทพมหานคร เช่น การประกาศรับสมัครการเรียนตามหน่วยงานสถานศึกษา การประกาศทางออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook Email เป็นต้น และทางสถานกวดวิชาควรมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบการลงทะเบียน แบบฟอร์มการลงทะเบียนให้มีศักยภาพขึ้น เปิดสาขาให้เพิ่มขึ้นโดยยึดทำเลที่ตั้งที่เดินทางสะดวกให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.187 และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X_6) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.237 และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.282

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการพัฒนาแผนประชาสัมพันธ์ให้มีความสวยงาม ดึงดูดน่าอ่าน มีการแสดงผลงานนักเรียนหลังจากที่เรียนไปแล้วสามารถสอบเข้าโรงเรียนรัฐบาลที่มีชื่อเสียงได้ จัดให้มีกิจกรรมการบอกต่อโดยให้นักเรียนที่เคยแนะนำเพื่อนๆ ให้มาเรียนจะได้ส่วนลดหรือของที่ระลึก หรือเพิ่มความมั่นใจกับนักเรียนโดยรับประกันผลการเรียน มีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดและวิธีผ่อนผันการชำระเงิน แต่ในการส่งเสริมการตลาดโดยใช้วิธีลดราคา ค่าเรียนหรือวิธีผ่อนผันการชำระเงินมากเกินไปนั้น จะส่งผลลบต่อความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจใช้บริการเป็นเหตุให้สถาบันกวดวิชาขาดความน่าเชื่อถือ เนื่องจากผลวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการเรียนรู้ในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมี

ความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.200

2.5 ด้านบุคคล ทางสถานกวดวิชาควรสร้างชื่อเสียงด้วยการพัฒนาทุกวิถีทาง เช่น ดึงนักศึกษา นักวิชาการที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการจัดทำหลักสูตรมาเป็นทีปรึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรของสถานกวดวิชาให้มีความโดดเด่น และแตกต่างกับสถานกวดวิชาแห่งอื่นๆ ผู้สอนต้องพัฒนาตนเองตลอดเวลา หาเทคนิคการสอนใหม่ๆ ที่น่าสนใจมาสอน เรียนรู้ทักษะการพูดสื่อสารให้มีความน่าสนใจ มีการสรุปเนื้อหาการเรียนเมื่อเรียนจบในแต่ละบทเรียน เน้นเนื้อหาที่น่าจะออกข้อสอบ ควรเสริมเทคนิคในการทำข้อสอบให้แก่นักเรียนที่เข้ามาเรียน รวมถึงพนักงานในสถานกวดวิชาควรเป็นนักการศึกษาที่สามารถให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการเรียนในแต่ละระดับชั้น เพื่อให้นักเรียนและผู้ปกครองเกิดความมั่นใจและมีความศรัทธาต่อสถาบัน เนื่องจากผลวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.216 และอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านราคา (x_2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.201 และด้านบุคคล (x_5) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.201 ซึ่งหมายความว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (x_2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4) และด้านบุคคล (x_5) เป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียนโดยรวม (Y_2)

2.6 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรให้ความใส่ใจในการให้บริการ เช่น มีการสร้างบรรยากาศก่อนเข้าเรียนในชั้นเรียน มีสถานที่ในการติดต่อที่สะดวกสบาย ทำให้ผู้มาสถานกวดวิชารู้สึกผ่อนคลาย รวมถึงเพิ่มการบริการติดตามผลการเรียน การรายงานการเข้าชั้นเรียนของนักเรียนในช่องทางต่างๆ เช่น การให้การให้พนักงานโทรไปหาผู้ปกครองเพื่อแจ้งผลการเรียนหรือการเข้าชั้นเรียน พฤติกรรมต่างๆ ของนักเรียนที่มาเรียนในสถานกวดวิชา เพื่อให้ผู้ปกครองเกิดความประทับใจในบริการที่มีนอกเหนือจากการบริการทางการศึกษา และเกิดความศรัทธา เชื่อถือต่อสถานกวดวิชามากขึ้น เนื่องจากผลวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนในสถานกวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชาโดยรวม (Y_5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.187 และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X_6) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.237 และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.282

2.7 ด้านกระบวนการ ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการที่ดี เพราะถ้าสถานกวดวิชามีประสิทธิภาพในการจัดการเรียนการสอน มีการประเมินผลการเรียนรู้อย่างนักเรียน โดยประเมินก่อนเรียน ระหว่างเรียน และหลังเรียนเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างว่านักเรียนที่มาเรียนมีการพัฒนาขึ้นการอีกทั้งมีบริการสอนเสริมฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่ายในกรณีนักเรียนมีผลการเรียนแย่ลงกว่าเดิม เนื่องจากผลวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายทางบวกของพฤติกรรมการเรียนในสถาน

กวดวิชาของนักเรียนด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียนโดยรวม (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลสัมฤทธิ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 1.920 และด้านกระบวนการ (X_7) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.223

3. เจ้าของสถานกวดวิชาควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านสังคมดังกล่าว เพื่อที่จะทำให้มีนักเรียนเข้ามาใช้บริการในสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจัยทางด้านสังคมซึ่งประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงและครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม กล่าวคือ เมื่อนักเรียนมีทัศนคติทางด้านสังคมเพิ่มขึ้นจะทำให้นักเรียนมีแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิมเพิ่มขึ้น

4. เจ้าของสถานกวดวิชาควรคำนึงถึงปัจจัยด้านนี้เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจต่อนักเรียนเพื่อดึงดูดให้นักเรียนมาใช้บริการสถานกวดวิชาเพิ่มขึ้น เนื่องจากแรงจูงใจของนักเรียน อันประกอบด้วย เหตุผล และอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม โดยเฉพาะในด้านนักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้งโดยไม่คิดหนีเรียน, ด้านนักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจขณะเรียน ด้านนักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องเดียวกันนี้โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในเขตจังหวัดอื่น ๆ ที่มีธุรกิจ กวดวิชาเป็นจำนวนมาก
2. ควรศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกต่อไป เช่น วิเคราะห์คุณสมบัติของครูผู้สอนที่ นักเรียนในโรงเรียนกวดวิชาพึงพอใจ วิเคราะห์เนื้อหาวิชาหลักที่นักเรียนนิยมเรียน วิเคราะห์ต้นทุนและการกำหนดราคาค่าเรียนในแต่ละหลักสูตรที่สามารถมีกำไรและแข่งขันได้วิเคราะห์แนวโน้มด้านจำนวนผู้เรียนในอนาคต



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- เกษรชัย และหิม. (2550). องค์ประกอบในการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 13(3): 435-453.
- กาญจนา กลิ่นหอม. (2546). การพัฒนาความเฉลียวฉลาดทางอารมณ์โดยใช้การสร้างอุปนิสัยใหม่และการใช้เทคนิคแม่แบบ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวัดธรรมจริยาภิรมณ์ อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กิตติมา ปรีดีติลก. (2529). ทฤษฎีบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ: ธนะการพิมพ์.
- จิรวดี ภูวนารถนุรักษ์. (2546). ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนกวดวิชา: กรณีศึกษาโรงเรียนกวดวิชาวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- จุฑามาศ แสงสุวรรณ. (2550). ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. ถ่ายเอกสาร.
- ฉัตรชัย วิเทศน์. (2535). ผลของการให้คำปรึกษาเป็นกลุ่มเน้นตามแบบของแอตเลอร์ที่มีต่อการปรับตัวทางสังคมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- ดิเรก พลเลิศ. (2528). บทบาทของศึกษานิเทศก์จังหวัดตามโครงสร้างใหม่ของสำนักงานศึกษานิเทศก์อำเภอ. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ดวงใจ จิตรน้อม. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นภาพร วัฒนโอภาส. (2541). การศึกษานุคลิกภาพของผู้บริหารสถานศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลโดยใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพ 16 PF. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นันทิมา อินทะกนก. (2551). คุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของนักเรียนระดับ ปวช. วิทยาลัยบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีกรุงเทพ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- บุษกร ไวยพจน์. (2547). การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สายวิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ถ่ายเอกสาร.
- ประภาภรณ์ เจริญกุล. (2544). ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาและความสำเร็จในการสอบเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ประภัสสร พรหมบุตร. (2549). การศึกษาทัศนคติ ความเชื่อ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชา. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ประยูร ศรีประสาธน์. (2538, มกราคม). องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการกวดวิชา. วารสารการศึกษาแห่งชาติ. 2: 58-62.
- พรเพชร สดธิธิมานนท์. (2548). องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการกวดวิชาของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พระมหานรินทร์ ฐิติวิโร (อินทวิ). (2545). การศึกษาแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญสามัญศึกษา: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนในจังหวัดสระเกษ. วิทยานิพนธ์ พศ.ม. (พระพุทธศาสนา). อยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- พัชรา บัวเกตุ. (2551). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองจังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. (2545). การกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- มณฑกกาญจน์ วิจิตรสกุล. (2552). ทักษะด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์. (2544). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- วิรุฬ เกิดภักดี. (2551). การศึกษาการบริหารหลักสูตรสถานศึกษาโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตบางขุนเทียน. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- . (2546). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมศาสตร์.
- สายหยุด ผาคำ. (2546). การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนพิเศษเอกชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา
ปีที่ 4 – 6 ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สายจิต ลิลิต. (2537). กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายใน
อำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สุภาพงษ์ นิลเกษ. (2551). ปัจจัยที่มีต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันกวดวิชาเพื่อ
การสอบข้อสอบภาษาอังกฤษมาตรฐานในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
(บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สุจินต์ เพิ่มพิทักษ์; และทัศนีย์นารถ ลิ้มสุทธิวันภูมิ. (2553). แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการเรียนขอ
นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2556, จาก
http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/special_may2010/pdf/Page_153.pdf
- สุพจน์ ภิญโญภัสสร. (2545). การศึกษาอุปสงค์ของการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา
ตอนต้น. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัย เชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สมพงษ์ อุดมโชคทรัพย์. (2539). ความพึงพอใจในการเรียนวิชาอาชีพธุรกิจของนักเรียน
มัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สารนิพนธ์ บธ.ม.
(การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- เสาวลักษณ์ จงอักษร. (2552). ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของ
ผู้ปกครองนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช
และจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). นครศรีธรรมราช: บัณฑิตวิทยาลัย.
ถ่ายเอกสาร.
- สาลินี คันธะ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา
ตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์).
เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- Majumdar, R. (2010). *Consumer Behavior: Insights from Indian Market*. New Delhi: PHI
Learning.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



ส่วนที่ 1

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของนักเรียนมากที่สุด

1. เพศ

- ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

- ☐ 1. 10 ปี ☐ 2. 11 ปี
☐ 3. 12 ปี ☐ 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

- ☐ 1. ประถมศึกษาปีที่ 4 ☐ 2. ประถมศึกษาปีที่ 5
☐ 3. ประถมศึกษาปีที่ 6

4. สังกัดของโรงเรียนที่นักเรียนเรียน

- ☐ 1. โรงเรียนรัฐบาล ☐ 2. โรงเรียนเอกชน

5. ผลการเรียนภาคเรียนล่าสุด

- ☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2.00 ☐ 2. 2.01 – 2.50
☐ 3. 2.51 – 3.00 ☐ 4. 3.01 – 3.50
☐ 5. 3.51 – 4.00

6. ชื่อสถานที่เรียนกวดวิชา

7. รายวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา

- ☐ 1. ภาษาไทย ☐ 4. ภาษาอังกฤษ
☐ 2. คณิตศาสตร์ ☐ 5. สังคมศึกษา
☐ 3. วิทยาศาสตร์ ☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ระยะเวลาที่เรียนกวดวิชาในสถานกวดวิชาต่อ 1 หลักสูตร.....

ส่วนที่ 2

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อสถานกวดวิชา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นนักเรียนที่สุด

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ต่อสถานกวดวิชา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	ม ก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. เนื้อหาของวิชาที่เรียนในสถานกวดวิชา					
2. รูปเล่มของหนังสือที่ใช้เรียนในสถานกวดวิชา					
ด้านราคา					
1. ราคาค่าเรียนในแต่ละหลักสูตร					
2. ราคาค่าเรียนโดยรวมที่คุ้มค่ากับความรู้ที่ได้รับ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ความสะดวกในการเดินทางมาเรียน					
2. จำนวนสาขาของสถานกวดวิชา					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. ส่วนลดราคาที่สถานกวดวิชากำหนด					
2. ช่วงระยะเวลาในการผ่อนผันการชำระเงิน ที่สถานกวดวิชา กำหนด					
3. ของสมนาคุณที่สถานกวดวิชาแจกจ่ายให้ เช่น ดินสอ ปากกา ไม้บรรทัด ปากกาเน้นข้อความ					
ด้านบุคคล					
1. รูปแบบการสอนของอาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา					
2. การตอบปัญหาของอาจารย์ผู้สอน เมื่อนักเรียนมีข้อสงสัย					

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ต่อสถานกวดวิชา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	ม ก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านบุคคล (ต่อ)					
3. การให้คำปรึกษาของพนักงานฝ่ายธุรการ เมื่อนักเรียนมีข้อสงสัย					
4. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการพูดจาที่ไพเราะอ่อนหวานของพนักงานฝ่ายธุรการ					
5. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อแบบฟอร์มการแต่งกายของพนักงานฝ่ายธุรการ					
6. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อแบบฟอร์มการแต่งกายของอาจารย์ผู้สอน					
ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ					
1. ความปลอดภัยภายในอาคารสถานกวดวิชา					
2. การเดินขึ้น - ลงในอาคารสถานกวดวิชา					
3. ขนาดของห้องเรียนในสถานกวดวิชา					
4. การจัดที่นั่งให้นักเรียนในสถานกวดวิชา					
5. ความสว่างของห้องเรียนในสถานกวดวิชา					
6. ความสะอาดของห้องเรียน อาคารเรียน และห้องน้ำในสถานกวดวิชา					
7. อุปกรณ์และสื่อการสอน ที่ใช้ประกอบการสอน					
8. สภาพโต๊ะและเก้าอี้ที่ใช้ในสถานกวดวิชา					
ด้านกระบวนการ					
1. ระเบียบวิธีการ ด้านการบริการโดยรวมของสถานกวดวิชา					
2. การบริการที่รวดเร็วของพนักงานฝ่ายธุรการของสถานกวดวิชา					

ส่วนที่ 3

ข้อมูลปัจจัยทางด้านสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นนักเรียนที่สุด

ปัจจัยทางสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
กลุ่มอ้างอิง					
1. เพื่อนของนักเรียนมีส่วนในการแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา					
2. คุณครูที่โรงเรียนของนักเรียนแนะนำให้นักเรียนมาเรียนในสถานกวดวิชา					
กลุ่มครอบครัว					
1. ผู้ปกครองของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนเรียนกวดวิชา					
2. ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น					
3. ผู้ปกครองของนักเรียนต้องการให้นักเรียนสอบแข่งขันเข้าเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงได้					

ส่วนที่ 4

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการมาเรียนกวดวิชา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นนักเรียนที่สุด

แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชา	ระดับแรงจูงใจ				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านเหตุผล					
1. นักเรียนต้องการให้ผลการเรียนของตนดีขึ้น					
2. นักเรียนต้องการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมฯ ที่มีชื่อเสียงได้					
3. อาจารย์ผู้สอนในสถานกวดวิชา มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่าย					
4. นักเรียนได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรง (สอนสด)					
5. สถานกวดวิชามีแนวข้อสอบเก่าสำหรับสอบแข่งขันเข้าโรงเรียนมัธยม ฯ ที่มีชื่อเสียง					
ด้านอารมณ์					
1. การเรียนกวดวิชาช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน					
2. เพื่อนหลายคนของนักเรียน เรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม					
3. พี่หรือน้องของนักเรียน เรียนกวดวิชาทำให้ต้องเรียนตาม					

ส่วนที่ 5

พฤติกรรมการณ์เรียนของนักเรียนในสถานกวดวิชา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นนักเรียนที่สุด

พฤติกรรมการณ์เรียนกวดวิชา	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. นักเรียนมีความตั้งใจจะมาเรียนกวดวิชาทุกครั้ง โดยไม่คิดหนีเรียน					
2. นักเรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจเรียน					
3. นักเรียนซักถามอาจารย์ผู้สอนบ่อยครั้งเมื่อมีข้อสงสัย					
4. นักเรียนสนุกสนานกับการสอนของอาจารย์					
5. นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนที่เรียนและบุคลากรในสถานกวดวิชา					

ส่วนที่ 6

แนวโน้มนโยบายการเรียนต่อของนักเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นนักเรียนที่สุด

แนวโน้มนโยบายการเรียนต่อใน สถานกวดวิชาแห่งเดิม	ระดับแนวโน้มนโยบาย การเรียนต่อ				
	เรียนต่อแน่นอน	เรียนต่อ	อาจจะเรียนต่อ	ไม่เรียนต่อ	ไม่เรียนต่อแน่นอน
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. เมื่อมีการเปิดหลักสูตรถัดไป นักเรียนจะ ลงทะเบียนเรียนในสถานกวดวิชาแห่งเดิม					
2. หากมีการเปิดหลักสูตรรายวิชาใหม่เพิ่ม นักเรียนจะลงทะเบียนเรียน					
3. นักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จัก ของนักเรียนมาเรียนกวดวิชา ที่สถานกวด วิชาแห่งนี้					
4. หากมีการปรับค่าหลักสูตรการเรียนเพิ่มขึ้น ตามสภาวะเศรษฐกิจ					

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญ	หน่วยงานสังกัด
1. รองศาสตราจารย์สุพาดา สุริกุลตา	หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.วรินทร์า ศิริสุทธิกุล	คณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นายชลธิศ เหมะประสิทธิ์
วันเดือนปีเกิด	9 มีนาคม 2525
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 100/1 ถนนเทศบาลรังรักษ์เหนือ ลาดยาว จตุจักร กรุงเทพฯ 10900
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สถาบันกวดวิชาบ้านนักปราชญ์ 99/82-83 ถนนเทศบาลสงเคราะห์ ลาดยาว จตุจักร กรุงเทพฯ 10900
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2543	มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนสตรีวิทยา 2
พ.ศ. 2547	วิศวกรรมศาสตร์ (วศ.บ.) สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2557	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาการจัดการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ