



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ
ของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นายสรพล เมฆพัฒน์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ
ของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นายสรพล เมฆพัฒน์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FACTORS AFFECTING ENGLISH LANGUAGE INSTITUTE
CHOICE AMONG THE WORKING AGE POPULATION
IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA

BY

MR. SORAPON MEKKHAPHAT



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายสรพล เมฆพัฒน์

เรื่อง

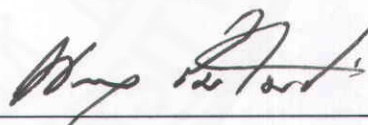
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่

๓๘ ส.ค. ๒๕๕๙

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์ ดร. นกตล ร่มโพธิ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิกา ผดุงสิทธิ์)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร. พิภพ อุดร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ชื่อผู้เขียน	นายสรพล เมฆพัฒน์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

ประชากรในวัยทำงานของประเทศไทยตระหนักว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ใช้ในการทำงานของอาเซียน จึงได้แสวงหาที่เรียนภาษาอังกฤษเพิ่มเติมจากสถาบันเอกชนภายนอกเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ถูกศึกษาขึ้นโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามจำนวน 388 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 22-60 ปี และเคยเรียนหรือกำลังศึกษาในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 6 ตุลาคม – 14 พฤศจิกายน 2559

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงของสถาบัน ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้อง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษตามลำดับ ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่าเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ จากผลการวิจัยในครั้งนี้จะช่วยให้สถาบันสอนภาษาอังกฤษนำไปปรับกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการ

แข่งขันในการพัฒนาธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาดและดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาสมัครเรียนภาษาอังกฤษกับ
สถาบันมากขึ้น

คำสำคัญ: สถาบันสอนภาษาอังกฤษ



Independent Study Title	FACTORS AFFECTING ENGLISH LANGUAGE INSTITUTE CHOICE AMONG THE WORKING AGE POPULATION IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA.
Author	Mr. Sorapon Mekkhaphat
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Monvika Phadoongsitthi, Ph. D.
Academic Years	2016

ABSTRACT

Thailand's working-age population, aware that English is the working language of the ASEAN community, seek education at private institutes to ensure competitiveness. Factors affecting the choice of English language institutes by working-age residents of the Bangkok metropolitan area were studied. The 7P's marketing mix - product, price, place, promotion, people, physical evidence and process - was taken into account. Demography, including gender, educational level, occupation, and monthly income, were also considered. 388 samples aged from 22 to 60, all having attended English language institutes in the Bangkok metropolitan area, completed questionnaires from October 6 to November 14, 2016.

Results showed that instructors and appropriateness of courses; staff members and punctuality of instructors; product; place and reputation of institutes; price and schedule of each course; physical evidence; native speakers of English as instructors and number of students per class all affected the choice of institutes, in descending order. Demographically, gender was influential in decision-making. These findings may help language institutes adjust strategies to meet consumer needs and

enhance competitive advantages in business development, marketing strategies, and attracting new customers.

Keywords: English Language Institute



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงรองศาสตราจารย์ ดร.นภดล รมโพธิ์ ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการ ซึ่งได้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างมากในการนำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในงานวิจัย รวมถึงขอขอบคุณความช่วยเหลือต่างๆ จากครอบครัว รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนๆ ทุกคน ที่เป็นอีกส่วนสำคัญที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ตลอดจนผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ ซึ่งหากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นายสรพล เมฆพัฒน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	5
2.1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	5
2.1.1.2 ด้านราคา (Price)	6
2.1.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	6
2.1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	6
2.1.1.5 ด้านบุคลากร (People)	6

2.1.1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	6
2.1.1.7 ด้านกระบวนการ (Process)	7
2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	8
2.2 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)	9
2.2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	9
2.2.1.2 ด้านราคา (Price)	9
2.2.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	10
2.2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	11
2.2.1.5 ด้านบุคลากร (People)	11
2.2.1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	13
2.2.1.7 ด้านกระบวนการ (Process)	13
2.2.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	14
2.2.2.1 เพศ (Gender)	14
2.2.2.2 ระดับการศึกษา (Education)	15
2.2.2.3 อาชีพ (Occupation)	15
2.2.2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Monthly Income)	16
2.3 กรอบแนวคิดของงานวิจัย	17
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	18
3.1 การกำหนดประชากรและ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	18
3.1.1 กลุ่มประชากรเป้าหมาย	18
3.1.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	18
3.1.3 การเก็บข้อมูล	19
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	20

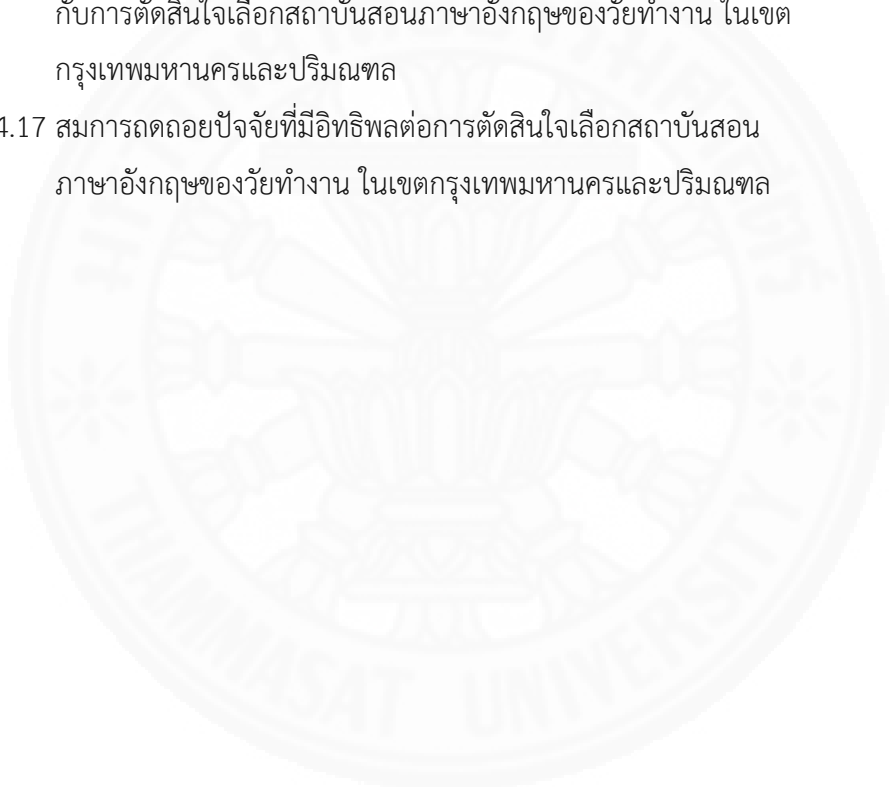
3.2.1	ตัวแปรอิสระ	20
3.2.1.1	ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์	20
3.2.1.2	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	20
3.2.2	ตัวแปรตาม	20
3.3	สมมติฐานการวิจัย	20
3.3.1	สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)	20
3.3.2	สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์	21
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	21
3.5	การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.6	สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล	23
3.6.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	24
3.6.2	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	24
บทที่ 4	ผลการวิจัยและอภิปรายผล	25
4.1	ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
4.2	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	28
4.3	คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัด ของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และตัวแปรตาม	30
4.4	การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอน ภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	35
4.4.1	เพศ กับระดับการตัดสินใจ	36
4.4.2	ระดับการศึกษา กับระดับการตัดสินใจ	37
4.4.3	อาชีพ กับระดับการตัดสินใจ	39
4.4.4	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับระดับการตัดสินใจ	40
4.5	การวิเคราะห์ปัจจัย	42

4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมตัวแปรอิสระ โดยการใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย	42
4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)	43
4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis)	50
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	60
5.1 สรุปผลการวิจัย	60
5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	60
5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ของกลุ่มตัวอย่าง	60
5.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	61
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ	63
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	65
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง	66
รายการอ้างอิง	67
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	71
ภาคผนวก ข	77
ประวัติผู้เขียน	82

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
3.1	เกณฑ์ค่าน้ำหนักของผลการประเมินตามแบบวิธีของลิเคิร์ต	22
3.2	เกณฑ์ค่าน้ำหนักของผลการประเมินในระดับต่างๆ	23
4.1	ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	26
4.2	รายชื่อสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียน	28
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ	30
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรตาม	35
4.5	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือก สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ	36
4.6	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือก สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ	36
4.7	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือก สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามระดับการศึกษา	38
4.8	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือก สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามระดับการศึกษา	38
4.9	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือก สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามอาชีพ	39
4.10	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือก สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามอาชีพ	40
4.11	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือก สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	41

4.12 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือก สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	41
4.13 แสดง KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรอิสระ	43
4.14 เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้ จากการวิเคราะห์ปัจจัย	44
4.15 ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model summary)	50
4.16 ผลทดสอบสมมติฐานภาพรวมในสมการถดถอยระหว่างปัจจัย 9 ด้าน กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	51
4.17 สมการถดถอยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอน ภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	52



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 การจัดอันดับทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในทวีปเอเชีย ประจำปี 2558	2
2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย	17
4.1 เหตุผลที่เลือกเรียนภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่าง	29



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ภาษาอังกฤษถือได้ว่าเป็นภาษาสากลที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันของคนทั่วโลก โดยสาเหตุที่ภาษาอังกฤษถูกใช้เป็นภาษาสากลหรือเป็นภาษากลางของหลายประเทศ เนื่องจากในอดีตประเทศอังกฤษมีการล่าอาณานิคมกว่า 50 ประเทศทั่วโลก โดยประเทศที่ถูกล่าอาณานิคมจะได้รับการถ่ายทอดวัฒนธรรม ค่านิยม องค์กรความรู้ต่างๆ รวมถึงภาษาอังกฤษด้วย ถึงแม้ว่าการล่าอาณานิคมจะสิ้นสุดลง แต่หลายประเทศก็ยังคงใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน นอกเหนือจากนี้ ยังมีประเทศอื่นๆ ที่มีภาษาประจำชาติเป็นของตนเองซึ่งมีความแตกต่างกันทำให้มีอุปสรรคในการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นภาษาอังกฤษจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา การทำงาน การค้าระหว่างประเทศ การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ การแสดงความคิดเห็น รวมถึงการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมและองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น ผ่านตำราเรียน บทความ นิตยสาร งานวิจัย เป็นต้น

เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมามีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ขึ้นอย่างเป็นทางการ ส่งผลให้ขอบเขตการค้าขยายตัวและมีการลงทุนเพิ่มขึ้นจากนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งประชากรส่วนใหญ่โดยเฉพาะวัยทำงานจำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น โดยในกฎบัตรอาเซียนข้อที่ 34 มีการระบุไว้ว่า “ภาษาที่ใช้ในการทำงานของอาเซียน คือภาษาอังกฤษ” (องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555) ซึ่งประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ ต่างก็มีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ไว้ล่วงหน้าแล้ว เนื่องจากหากประเทศใดไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ก็จะสูญเสียโอกาสมากมาย เช่น การค้าระหว่างประเทศ การลงทุนจากชาวต่างชาติ การท่องเที่ยว และการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมใหม่ เครื่องจักรเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ความรู้ในสาขาวิชาต่างๆ เป็นต้น



รูปที่ 1.1 การจัดอันดับทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในทวีปเอเชีย ประจำปี 2558
ที่มา: สำนักงานจัดอันดับทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ Education First (2558)

จากรูปที่ 1.1 แสดงการจัดอันดับทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในทวีปเอเชีย ครั้งที่ 5 ประจำปี 2558 จัดทำโดยสำนักงานจัดอันดับทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ EF (Education First) พบว่าความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยอยู่ในอันดับที่ 62 จาก 70 ประเทศทั่วโลกที่เข้ารับการทดสอบ ถือได้ว่าประเทศไทยมีระดับภาษาอังกฤษอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำมาก และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียพบว่าอยู่อันดับที่ 14 จาก 16 ประเทศ ซึ่งรัฐบาลเองได้มีการกระตุ้นให้หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเห็นความสำคัญของภาษาอังกฤษ เพื่อพัฒนาบุคลากรของตนให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นในปัจจุบันทั้งการสอบเข้าโรงเรียน มหาวิทยาลัย การศึกษาต่อต่างประเทศ หรือสมัครเข้าทำงานในบริษัทที่มีชื่อเสียง ล้วนแล้วแต่ต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นตัววัดผลทั้งสิ้น ทำให้คนส่วนใหญ่หาที่เรียนภาษาอังกฤษเพิ่มเติมจากสถาบันเอกชนภายนอกเพื่อที่สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ อาทิ เอ.ยู.เอ บริติช เคานซิล วอลล์สตรีท อีซีซี อินลิงกัว ไอจีเนียส อีเอฟอิงลิชเฟิร์ส ฟาสอิงลิช เป็นต้น โดยปัจจุบันพบว่ามีสถาบันสอนภาษาอังกฤษเกิดขึ้นมากมายเมื่อเทียบกับในอดีต ส่งผลให้มีการแข่งขันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการรายใหม่และรายเก่า เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอีกทั้งรักษาส่วนแบ่งการตลาดเดิมไว้ ภายหลังจากก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 โดยสถาบันสอนภาษาต่างๆ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและสร้างข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน อาทิ การพัฒนาหลักสูตรให้มีความเฉพาะเจาะจงตรงกับสายงานอาชีพของผู้เรียน การปรับเปลี่ยนเทคนิคและวิธีการเรียนการสอนให้มีความน่าสนใจ โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การแสดงละคร การดูหนัง การร้องเพลง

การเข้าค่าย เป็นต้น อีกทั้งมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการเรียนการสอน การเลือกทำเลที่ตั้งที่มีการกระจุกตัวของกลุ่มเป้าหมาย การขยายสาขา และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การผ่อนชำระค่าเรียนได้ การให้ส่วนลดกรณีแนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของกลุ่มวัยทำงาน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เมื่อปลายปี 2558 ที่ผ่านมา เพราะต้องใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเจรจาต่อรองทางการค้า การนำเสนอผลงาน การเขียนรายงาน เป็นต้น จึงจำเป็นต้องมีทักษะด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดีเพื่อให้การทำงานสำเร็จลุล่วงไปได้ ซึ่งคนกลุ่มนี้น่าจะมีแนวโน้มการเรียนภาษาจากสถาบันภายนอกเพิ่มขึ้นจากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อสำรวจสถาบันภาษาอังกฤษที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มวัยทำงานในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตปัจจัยที่จะนำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้โดยได้เลือกนำปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) และส่วนประสมการตลาด (7Ps) ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยนี้ คือ กลุ่มวัยทำงานที่เคย

เรียนภาษาอังกฤษจากสถาบันสอนภาษา มีอายุระหว่าง 22-60 ปี ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจในพื้นที่เขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถาม มีระยะเวลาในการสำรวจในช่วงเดือนตุลาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2559

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้มีประโยชน์ในเชิงพาณิชย์โดยตรงกับสถาบันหรือโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่นๆ ซึ่งสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ ดังนี้

1. ปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาสมัครเรียนภาษาอังกฤษกับสถาบันมากขึ้น
3. เพื่อเป็นฐานข้อมูล สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเพื่อต่อยอดงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของผู้บริโภคกลุ่มเดิมหรือกลุ่มอื่นๆ ในอนาคต

1.5 นิยามศัพท์

1. สถาบันสอนภาษาอังกฤษ หมายถึง สถานที่ให้บริการสอนภาษาอังกฤษโดยเจ้าของภาษาหรือผู้ที่มีความรู้ในด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี ดำเนินการโดยภาคเอกชน องค์กร หรือสมาคมที่ได้รับใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ โดยมีการคิดค่าบริการสอนต่อชั่วโมงหรือต่อหลักสูตร (course)
2. วัยทำงาน หมายถึง ผู้ที่มีอายุระหว่าง 22-60 ปี และกำลังปฏิบัติงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) หมายถึง การรวมตัวของของชาติในอาเซียน 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา บรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน เช่น อำนวยความสะดวกกับคู่ค้า การนำเข้าส่งออกของชาติในอาเซียนอย่างเสรี ยกเว้นสินค้าบางชนิด (องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555)
4. ปริมณฑล ประกอบด้วย 5 จังหวัด คือ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเพื่อรวบรวมข้อมูล ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบงานวิจัย โดยผู้วิจัย จะนำเสนอการทบทวนวรรณกรรมตามหัวข้อ ดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

2.2 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

จากแนวคิดและทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาด ของ Kotler (2014, p. 76-77) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ โดยเครื่องมือเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจากเดิมประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจด้านการบริการและการตลาดในยุคปัจจุบันมากขึ้น จึงมีการเพิ่มอีก 3 ปัจจัย ได้แก่ บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ รวมเป็น 7 ปัจจัย สามารถอธิบาย รายละเอียด ดังนี้

2.1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangible) เช่น หนังสือเรียน คอมพิวเตอร์ เสื้อผ้า เป็นต้น หรือสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานบริการ เช่น สถาบันสอนภาษาต่างประเทศ โรงเรียนกวดวิชา บริษัทให้คำปรึกษา โรงพยาบาล อุโมงค์มรดก เป็นต้น

2.1.1.2 ด้านราคา (Price)

ราคา หมายถึง มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ถูกตั้งขึ้น คำนวณจากต้นทุนในส่วนต่าง ๆ เช่น วัตถุดิบ ค่าแรงพนักงาน การขนส่ง เป็นต้น บวกกับกำไรที่ผู้ประกอบการต้องการ ซึ่งกลยุทธ์ในการตั้งราคาของผู้ประกอบการมีหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น การตั้งราคาให้สูงเพื่อให้สินค้าหรือบริการดูมีคุณค่า หรือการตั้งราคาต่ำเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการมากขึ้น โดยลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับการได้มาซึ่งสินค้าและบริการเหล่านั้น

2.1.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าและบริการได้ โดยสามารถเข้าถึงได้สะดวก ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ช่องทางการจัดจำหน่ายตรง คือ ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อกันได้โดยตรง ไม่ผ่านคนกลาง 2) ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม หมายถึง ผู้ซื้อและผู้ขายติดกันผ่านคนกลาง ได้แก่ นายหน้า หรือตัวแทนขาย เป็นต้น

2.1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดหรือเครื่องมือรูปแบบต่างๆ ที่ส่งเสริมให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น (Kotler and Armstrong, 2014) เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การลดราคา การได้รับสิทธิพิเศษเมื่อสมัครเป็นสมาชิก การสร้างการรับรู้ในตราสินค้า การสะสมแต้มเพื่อแลกของสมนาคุณ เป็นต้น ซึ่งวิธีการส่งเสริมการตลาดนั้นอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันขึ้นอยู่กับรูปแบบของแต่ละธุรกิจ

2.1.1.5 ด้านบุคลากร (People)

บุคลากร หมายถึง พนักงานทุกคนในองค์กรตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร พนักงาน ซึ่งบุคลากรเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ โดยบุคลากรจะต้องมีความรู้ในตัวสินค้าและบริการเป็นอย่างดี สามารถแนะนำลูกค้ารวมถึงให้บริการด้วยความรวดเร็วสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทันท่วงที ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งองค์กรต่างๆ จะมีการคัดสรรบุคลากรและทำการฝึกอบรมพัฒนาเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีคุณภาพตรงตามท้องที่องค์กรต้องการต่อไป (จรัสลักษณ์ อุทรัพย์, 2558, น. 17)

2.1.1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่สามารถสัมผัสหรือมองเห็นได้ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า เช่น ขนาดของพื้นที่ใช้สอย การตกแต่งสถานที่ การแต่งกายของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมต่างๆ การใช้แสง สี เสียง ความสะอาด อุณหภูมิห้อง เป็นต้น (รดา วราริยะพงศ์, 2557, น.17)

2.1.1.7 ด้านกระบวนการ (Process)

กระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้บริการลูกค้า โดยองค์กรต่างๆ จะต้องมีการวางแผนและกำหนดขึ้นเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน มีมาตรฐาน เพื่อให้ทุกคนปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว สามารถตรวจสอบได้ เช่น ขั้นตอนการสมัครเรียน วิธีการชำระเงิน แผนการเรียนการสอน รวมถึงการทดสอบและเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ เป็นต้น ซึ่งหากองค์กรใดมีกระบวนการที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจจะช่วยสร้างข้อได้เปรียบการแข่งขัน ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการมากขึ้น

2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (2012) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้ซื้อ พบว่าผู้ซื้อจะถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ โดยสิ่งกระตุ้นนี้จะเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) เป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้เองภายในตัวผู้ซื้อ หรือมาจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นจากการตลาด ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้การตลาดสามารถควบคุมได้โดยการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ นอกเหนือจากนี้ยังมีสิ่งกระตุ้นภายนอกอื่นๆ เช่น เศรษฐกิจ กฎหมายและการเมือง สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เทคโนโลยี วัฒนธรรม เป็นต้น

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ได้รับอิทธิพลมาจาก

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ดังนี้ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้ซื้อและไม่สามารถควบคุมได้

2.2 จิตวิทยาของผู้ซื้อ เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวผู้ซื้อทั้งในด้านความคิด การแสดงออก โดยมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อทัศนคติ รวมถึงบุคลิกภาพ

3. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buying Decision process) ประกอบด้วย

3.1 การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ โดยทราบว่าเป็นปัญหาหรืออะไร

3.2 การค้นหาข้อมูล จากแหล่งต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงได้ เช่น ข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ผู้ที่มีความรู้ คนในครอบครัว เพื่อน รวมถึงประสบการณ์ของตัวเอง เป็นต้น

3.3 การประเมินผลทางเลือก โดยนำข้อมูลที่ได้จากการค้นหาก่อนหน้านี้มาทำการเปรียบเทียบในด้านต่างๆ ทั้งข้อดีข้อเสีย ผลกระทบ ความพึงพอใจ เป็นต้น

3.4 การตัดสินใจซื้อ โดยผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อตามผลการประเมินทางเลือกก่อนหน้านี้ ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

3.5 พฤติกรรมหลังจากการซื้อ โดยหลังจากผู้บริโภคได้ใช้สินค้าและบริการแล้วจะมีการประเมินความพึงพอใจ ซึ่งหากผลที่ได้เกินความคาดหวังของผู้บริโภค จะทำให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำ ก่อให้เกิดความจงรักภักดีในตัวสินค้า โดยสิ่งที่มีผู้ซื้อจะต้องให้ความสำคัญมากที่สุดก็คือการควบคุมคุณภาพสินค้าให้มีความสม่ำเสมอ เพื่อรักษาลูกค้าในระยะยาว

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญส่งผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ซึ่งหากทำการศึกษาและทำความเข้าใจตัวแปรดังกล่าวแล้วจะช่วยให้สามารถวางแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่มีความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ได้ โดยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

1. อายุ (Age) ผู้ซื้อที่มีอายุแตกต่างกันอาจจะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน เนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ประสบการณ์ รวมถึงค่านิยมต่างๆ ของแต่ละช่วงอายุ เป็นต้น

2. เพศ (Gender) ความแตกต่างทางเพศ อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีความแตกต่างกันในด้านความคิด บทบาททางสังคม ลักษณะนิสัย เช่น เพศหญิงจะมีความประณีต ใส่ใจในรายละเอียด ชอบความสวยงามมากกว่าเพศชาย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาที่ต่างกันจะส่งผลต่อแนวคิด ทักษะคติต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจจะทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการมีความแตกต่างกัน

4. อาชีพ (Occupation) อาชีพที่ต่างกัน เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากผู้บริโภคอาจจะมีค่านิยม หรือมุมมองที่แตกต่างกันตามสายอาชีพ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Monthly Income) ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญ โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากจะมีความสามารถในการซื้อสินค้ามากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย และผู้ที่มีรายได้ใกล้เคียงกันอาจจะมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าลักษณะที่ใกล้เคียงกัน เป็นต้น

2.2 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

2.2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างสถาบันสอนภาษาเอ.ยู.เอ กับสถาบันสอนภาษาบริติชเคานซิล ในเขตกรุงเทพมหานคร ของสุกัญญา พิชัยยงค์วงศ์ดี (2546) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยเฉพาะหลักสูตรการสอนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ ของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ของรตา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ หลักสูตรการสอนมีความหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้เรียนได้ อีกทั้งมีหลักสูตรปรับพื้นฐาน รวมถึงเอกสารประกอบการสอนมีความน่าสนใจ และชั่วโมงการเรียนมีความเหมาะสม ตรงกับงานวิจัยของ จิรัชญา ศุขโกคา และ ศิริจันทร์ พุกษาอารักษ์ (2555) ที่พบว่า หลักสูตรการสอนที่มีความน่าสนใจ และเอกสารประกอบการสอนที่เข้าใจง่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษในสถาบันสอนภาษา Enconcept เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

นอกจากนี้ วัชรพงษ์ ชื่นเบิกบาน (2553) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อหลักสูตรภาษาอังกฤษสำหรับผู้ใหญ่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับหลักสูตรการสอนโดยจะต้องได้รับมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้เรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนกวดวิชาในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบหลักสูตร จำนวนผู้เรียนต่อห้อง เทคนิคการสอน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชา

2.2.1.2 ด้านราคา (Price)

คัทลียา จิโนเชียว (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในจังหวัดปทุมธานี โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่ม

ตัวอย่างให้ความสำคัญกับอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตร สอดคล้องกับศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต และพบว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ โดยประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพในการสอน ค่าเรียนถูกกว่าสถาบันสอนภาษาต่างประเทศอื่นเมื่อเปรียบเทียบในระดับคุณภาพเดียวกัน อีกทั้งสามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้เป็นงวดๆ และมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของรดา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สมัครเรียนจะเลือกสถาบันที่มีอัตราค่าเรียนถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันกวดวิชาอื่นๆ ที่มีคุณภาพและชั่วโมงการสอนที่ใกล้เคียงกัน รวมถึงความเหมาะสมระหว่างค่าเรียนกับคุณภาพของหลักสูตรและระยะเวลา

นอกจากนี้ งานวิจัยของนลินี เสนาป่า (2544) พบว่า ปัจจัยด้านราคา ซึ่งหมายถึงค่าเรียนต่อชั่วโมง รวมถึงค่าเอกสารประกอบการสอน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตเทศบาลเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณธเดช อภิวิฑูรย์กาญจนภา (2555) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในเชิงบวก โดยปัจจัยย่อย คือ การกำหนดราคาที่ชัดเจนไม่มีการเปลี่ยนแปลงภายหลัง

2.2.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ในการศึกษาของงานวิจัยของ สุกัญญา พิชัยยงค์วงศ์ดี (2546) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างสถาบันสอนภาษาเอ.ยู.เอ กับสถาบันสอนภาษาบริติชเคานซิล ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษของสถาบันสอนภาษาทั้งสองแห่ง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ โดยประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ สถานที่เรียนอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวกและไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก ตรงกับงานวิจัยของ สุนีย์ วรรณโกมลและธานินทร์ ศิลป์จารุ (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ สถานที่ตั้งที่อยู่ในเส้นทางการคมนาคมที่สะดวก

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รดา วราวิริยะพงศ์ (2557) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่ ไม่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ เนื่องจากปัจจุบันมีสถาบันสอนภาษาเกิดขึ้นมากมาย อีกทั้งมีสาขากระจายครอบคลุมตามพื้นที่ต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ตึกตามแนวรถไฟฟ้า เป็นต้น ผู้เรียนสามารถเดินทาง

ไปได้สะดวก ทำให้ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง เช่น ใกล้ที่พักหรือสถานที่ทำงาน รวมถึงความเพียงพอของที่จอดรถ ไม่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา ซึ่งจากผลการวิจัยจะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับครูผู้สอนและหลักสูตรมากกว่าสถานที่เรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัชญา ศุขโกคา และ ศิริจันทร์ พุกษาอารักษ์ (2555) ที่พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและทำเลที่ตั้งของสถาบันสอนภาษาไม่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาเลือกเรียนภาษาอังกฤษในสถาบันสอนภาษา Enconcept เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของสถาบัน และหลักสูตรการสอน เป็นหลัก

2.2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกวดวิชาออนไลน์ ของ กานต์รวี วัฒนปรีดา (2556) พบว่า กลุ่มนักเรียนที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ การโฆษณา โดยเนื้อหาต้องระบุถึงประโยชน์และความสำเร็จที่ได้รับจากการเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นเบิกบาน (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดในการเลือกซื้อหลักสูตรภาษาอังกฤษสำหรับผู้ใหญ่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยย่อยที่สำคัญ ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยรูปแบบของโฆษณามีความน่าสนใจผู้บริโภคจดจำได้ง่าย อีกทั้งการแจกโบรชัวร์ที่มีรายละเอียดครบถ้วน รวมถึงการออกงานออกอีเว้นท์และจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สถาบันสอนภาษา เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ รดา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ แผ่นป้าย ใบปลิว หรือโซเชียลมีเดียต่างๆ เพื่อแนะนำสถาบันสอนภาษาให้เป็นที่รู้จัก รายละเอียดหลักสูตร ค่าเรียนรวมถึงส่วนลดต่างๆ ตามเงื่อนไขที่กำหนด

นอกเหนือจากนี้ งานวิจัยของ นลินี เสนาป่า (2544) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อยที่สำคัญได้แก่ ส่วนลดค่าเรียนกรณีที่มาสมัครเรียนเป็นกลุ่ม รวมถึงการแจกเอกสารการสอนฟรี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตเทศบาลเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะการลดราคา ค่าเรียนหรือการให้ส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนด เช่น แนะนำผู้อื่นมาสมัครเรียน เป็นต้น

2.2.1.5 ด้านบุคลากร (People)

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตเทศบาลเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ของนลินี เสนาป่า (2544) พบว่ากลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบุคลากร ในที่นี้คือความรู้ของครูผู้สอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีชญา แสงสุวรรณ (2550) ที่ทำการศึกษา พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเลือกเรียนภาษาต่างประเทศ โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านครูผู้สอนต่อการเลือกเรียนภาษาต่างประเทศมากที่สุด คือ ครูผู้สอนมีความรู้และเป็นเจ้าของภาษา เช่นเดียวกับงานวิจัยของรตา วราวิริยะพงศ์ (2557) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับครูผู้สอนซึ่งถือเป็นบุคลากรที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ โดยคุณสมบัติของครูผู้สอน ได้แก่ ความรู้ ประสบการณ์ ความสามารถและเทคนิคพิเศษต่างๆ ในการสอน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหา รวมถึงมีสำเนียงใกล้เคียงกับเจ้าของภาษา มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เอาใจใส่ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถามได้ ซึ่งตรงกับกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ที่ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ผู้สอนมีความรู้ความเชี่ยวชาญ ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา อีกทั้งมีเทคนิคการสอนช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายสามารถจดจำเนื้อหาได้ ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียนโดยมีการสอบถามความเข้าใจและให้คำปรึกษาอย่างสม่ำเสมอ ผู้สอนเป็นคนตรงต่อเวลา

นอกเหนือจากปัจจัยด้านบุคลากรของครูผู้สอนแล้ว พบว่าเจ้าหน้าที่บริการต่างๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยสำคัญในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา กรณีศึกษา เขตเทศบาลนคร อุบลราชธานี ของพัชรภรณ์ ภูบุญศรี (2552) ที่พบว่านอกจากผู้เรียนจะให้ความสำคัญกับครูผู้สอนที่มีความสามารถแล้ว ยังให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ด้วย โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ ความถูกต้องรวดเร็วในการให้บริการ ความสุภาพ เป็นมิตร สอดคล้องกับงานวิจัยของศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี และให้ข้อมูลได้ถูกต้องครบถ้วนด้วยความรวดเร็ว เป็นไปในทิศทางเดียวกับกับงานวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกเรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีท ของกัมปนาท เนตรภักดี (2551) พบว่า การให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพด้วยความเต็มใจและรอยยิ้ม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยดังกล่าว ขัดแย้งกับงานวิจัยของรตา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลเองได้ผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแม้กระทั่งการสมัครเรียนออนไลน์ ทำให้บทบาทของเจ้าหน้าที่ลดลง ดังนั้น ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ เช่น ความสุภาพ การแต่งกาย ความสามารถในการอธิบาย ความถูกต้องรวดเร็ว จึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจอีกต่อไป

2.2.1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากการศึกษางานวิจัยของ ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ โดยประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ขนาดของห้องเรียนมีความเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียนซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์มีเพียงพอต่อจำนวนผู้เรียน อีกทั้งความสว่างและอุณหภูมิในห้องเรียนมีความเหมาะสม โดยปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือความสะอาด สวยงามในห้องเรียน ซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ ของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นงานวิจัยของรดา วราวิริยะพงศ์ (2557) พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกสถาบันที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีอุปกรณ์การเรียนการสอนครบถ้วน เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ เครื่องเล่นดีวีดี เป็นต้น อีกทั้งมีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ มีการดูแลความสะอาดทั้งภายในและภายนอกห้องเรียนรวมถึงห้องน้ำ สอดคล้องกันกับงานวิจัยของพัชรภรณ์ ภูบุญศรี (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น แสงสว่างภายในสถานที่เรียนมีความเหมาะสม ปราศจากเสียงรบกวนจากภายนอก ความสะอาดของสถานที่เรียน ห้องน้ำถูกสุขลักษณะ อากาศถ่ายเทได้สะดวก

อย่างไรก็ตาม ผลงานวิจัยดังกล่าวมีความขัดแย้งกับงานวิจัยของจิรัชญา ศุขโกคา และ ศิริจันทร์ พงษ์อารักษ์ (2555) ที่พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษในสถาบันสอนภาษา Enconcept เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของสถาบัน และหลักสูตรการสอน เป็นหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรพร สมเพชร (2550) ที่ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านกายภาพ ด้านความสะอาด ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษา

2.2.1.7 ด้านกระบวนการ (Process)

วัชรพงษ์ ชื่นเบิกบาน (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อหลักสูตรภาษาอังกฤษ สำหรับผู้ใหญ่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการส่งผลต่อการเลือกซื้อหลักสูตรภาษาอังกฤษเป็นอันดับแรก โดยมีปัจจัยย่อย คือ กระบวนการชำระเงินที่สะดวก สามารถชำระผ่านทางธนาคารได้โดยไม่ต้องชำระที่หน้าเคาน์เตอร์ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดเชียงราย ของวรรณพร

มหาภาส (2555) ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ เรื่อง การชำระค่าเล่าเรียนได้หลากหลายช่องทางมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ รตา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลในทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครเรียนที่ไม่ซับซ้อน มีความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งมีช่องทางการชำระค่าเรียนหลากหลาย เช่น ธนาคาร บัตรเครดิต เป็นต้น

นอกจากนี้ วัชรวิ บรมฤทธิ์ (2548) ได้ศึกษา ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น และพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ คือ ความสะดวกรวดเร็วในการสมัครเรียน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนภาษาของกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวก การให้บริการมีความรวดเร็ว ตรงต่อเวลา อีกทั้งยังมีการติดตามและประเมินผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ ตรงกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยสำคัญในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา: กรณีศึกษาเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานีของ พัชรภรณ์ ภูบุญศรี (2552) พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีการสอบวัดผลการเรียนสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตาม ผลงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัชญา ศุขโกคาและ ศิริจันทร์ พุกษาอารักษ์ (2555) ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษกับสถาบันสอนภาษา Enconcept เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ การเป็นที่รู้จักของสถาบันการสอน รวมถึงหลักสูตรและคุณภาพการสอนเป็นหลัก

2.2.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

2.2.2.1 เพศ (Gender)

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ของรตา วราวิริยะพงศ์ (2557) พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร ของสุกัญญา เอียดขาว (2554) ที่พบว่าเพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด(7P's) ไม่แตกต่างกัน ตรงกับงานวิจัยของเพชรพร ขำเนียม (2551) ที่พบว่าปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ในด้านการจัดการเรียนการสอน ค่าใช้จ่าย สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยดังกล่าวขัดแย้งกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนภาษาจีนกลางของผู้เรียนสถาบันวิทยสถานแห่งวัฒนธรรมตะวันออก เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ของกิจวัฒน์ ธนวิศาล (2547) ที่พบว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาจีนกลางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศชายจะเลือกเรียนภาษาจีนกลางมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากมีความคล่องตัวมากกว่าในการเดินทางไปเรียนหรือไปทำงานต่างประเทศที่ต้องใช้ภาษาจีนกลางเพื่อติดต่อสื่อสารมากกว่าเพศหญิง

2.2.2.2 ระดับการศึกษา (Education)

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษเอกชนของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร ของมานพ พัฒนไพบูลย์(2548) พบว่าระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ของสุรภี มะโนเรือง (2551) ที่พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่งผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแตกต่างกันในด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ เป็นไปในทิศทางเดียวกับ สุกัญญา เอียดขาว (2554) ที่พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลโดยภาพรวมต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่น ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานวิจัยของ รตา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่แบ่งระดับการศึกษาออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่ 1) มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า 2) อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า 3) ปริญญาตรี 4) ปริญญาโท 5) ปริญญาเอก โดยผลการวิจัยพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2.2.3 อาชีพ (Occupation)

จากการศึกษางานวิจัยของสุกัญญา เอียดขาว (2554) ที่แบ่งอาชีพออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 3) พนักงานบริษัท 4) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 5) อื่นๆ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่น ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในจังหวัดปทุมธานี ของคัทลียา จิโนเชียว (2556) ที่พบว่าปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

งานวิจัยดังกล่าวขัดแย้งกับงานวิจัยของรตา วราริยะพงศ์ (2557) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าอาชีพที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2.2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Monthly Income)

สุริภรณ์ พาร์เมลี (2549) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษของผู้เรียนในโรงเรียนสอนภาษา เท็กซัส แอนด์ ทอล์ค พัทยา พบว่าผู้เรียนที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร ของสุกัญญา เอียดขาว (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นต่างกัน ในด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรและด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ของสุรภี มะโนเรือง (2551) ที่พบว่าความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการที่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานวิจัยของกานต์รวี วัฒนปรีดา (2556) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจเลือกใช้บริการกวดวิชาออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาและความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของเพชรพร ขำเนียม (2551) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจเรียนกวดวิชาที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2.3 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มเป้าหมาย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัย กำหนดรูปแบบวิธีดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 สมมติฐานการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 กลุ่มประชากรเป้าหมาย

ประชากร (Population) ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากรที่อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 22-60 ปี ซึ่งเป็นผู้ที่เคยศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.1.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในคั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยทำงาน และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีจำนวนประชากรขนาดใหญ่มาก อีกทั้งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ที่เคยศึกษาหรือกำลังศึกษาในสถาบันสอนภาษาอังกฤษได้ ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้ จะกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบประชากร ด้วยสมมติฐานคั้งนี้ ข้อมูลมีการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) และมีระดับความแปรปรวนสูงสุด คือ $p = 0.5$ และ $q = 0.5$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5% ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้ตามสูตร คั้งนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

- โดยที่
- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 - Z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96
 - p = โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์หรือสัดส่วนของคุณลักษณะที่สนใจในกลุ่มตัวอย่าง
 - q = โอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ เท่ากับ 1-p ในกรณีของกลุ่มตัวอย่าง
 - e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมดที่ยอมรับได้ โดยในงานวิจัยนี้กำหนดให้ e มีค่า 0.05

เมื่อนำไปแทนค่าในสูตร จะได้

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณข้างต้น กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ความเชื่อมั่น 95% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับงานวิจัยครั้งนี้ ขึ้นต่ำเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

3.1.3 การเก็บข้อมูล

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sample) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งดำเนินการโดย การแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยทำงาน อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามออนไลน์ เนื่องจากเป็นวิธีที่ทำให้ได้ตัวอย่างเป็นจำนวนมากในระยะเวลาจำกัด สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว อีกทั้งช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

3.2.1 ตัวแปรอิสระ ในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

3.2.1.1 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่

- (1) เพศ (Gender)
- (2) ระดับการศึกษา (Education)
- (3) อาชีพ (Occupation)
- (4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Monthly Income)

3.2.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่

- (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- (2) ปัจจัยด้านราคา (Price)
- (3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- (5) ปัจจัยด้านบุคคล (People)
- (6) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
- (7) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

3.2.2 ตัวแปรตาม

ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ การตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3 สมมติฐานการวิจัย

3.3.1 สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอน
ภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอน
ภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3.2 สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยลักษณะทางเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยในครั้งนี้ โดยนำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน รายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น เป็นคำถามที่ใช้ในการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณลักษณะเฉพาะกล่าวคือ อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 22-60 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เคยศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในสถาบันสอนภาษาอังกฤษใดบ้าง และเหตุผลที่เรียนภาษาอังกฤษ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และกำหนดเกณฑ์ค่าน้ำหนักของการประเมินความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) แต่ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถประเมินระดับความคิดเห็นได้ จะมีคะแนนเท่ากับ 0 คะแนน รายละเอียดแสดงดังตาราง

ตารางที่ 3.1

เกณฑ์ค่าน้ำหนักของผลการประเมินตามแบบวิธีของลิเคิร์ท

คะแนน	ระดับความเห็น/การตัดสินใจ
5	เห็นด้วยมากที่สุด/เรียนแน่นอน
4	เห็นด้วยมาก/อาจจะเรียน
3	เห็นด้วยปานกลาง/ไม่แน่ใจ
2	เห็นด้วยน้อย/อาจจะไม่เรียน
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด/ไม่เรียนแน่นอน
N/A	ไม่สามารถประเมินได้

โดยมีการแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้จากการประเมินของแต่ละระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รายละเอียดแสดงดังตาราง

ตารางที่ 3.2

เกณฑ์ค่าน้ำหนักของผลการประเมินในระดับต่างๆ

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความเห็นด้วย/การตัดสินใจ
4.21 - 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด/เรียนแน่นอน
3.41 - 4.20	เห็นด้วยมาก/อาจจะเรียน
2.61 - 3.40	เห็นด้วยปานกลาง/ไม่แน่ใจ
1.81 - 2.60	เห็นด้วยน้อย/อาจจะไม่เรียน
1.00 - 1.80	ไม่เห็นด้วย/ไม่เรียนแน่นอน

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนของคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคำถามเป็นลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ผู้วิจัยได้นำส่งแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ เพื่อประเมินความเที่ยงตรง (Validity) และสอบทานความครอบคลุมของคำถามว่าตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ รวมถึงการใช้ภาษา โดยทางผู้วิจัยดำเนินการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนจะกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมาย

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้จากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งระยะเวลาในการดำเนินการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Social Network อยู่ในช่วงเดือนตุลาคม ถึง พฤศจิกายน 2559

3.6 สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Docs จนครบตามจำนวน 385 ตัวอย่าง จะนำมาประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) และวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และระดับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (Hypothesis Testing) ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังต่อไปนี้

(1) การวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-Samples T-test)

(2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน

(3) การวิเคราะห์ผลทางสถิติ Factor Analysis เพื่อเป็นการจัดกลุ่มหรือรวมกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเข้าด้วยกัน โดยตัวแปรที่อยู่ใน Factor เดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก ความสัมพันธ์นั้นอาจจะเป็นในทิศทางบวก (ไปในทางเดียวกัน) หรือทิศทางลบ (ไปในทางตรงกันข้าม) ก็ได้

(4) การวิเคราะห์ทางสถิติแบบ Regression Analysis ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตาราง กราฟ ควบคู่กับคำอธิบาย โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และตัวแปรตาม

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย

4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมตัวแปรอิสระโดยการใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)

4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นเวลา 40 วัน ตั้งแต่วันที่ 6 ตุลาคม – 14 พฤศจิกายน 2559 โดยได้รับการตอบกลับรวมทั้งสิ้น 534 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการตัดแบบสอบถามที่เลือกตอบว่า “ไม่ใช่ มีอายุระหว่าง 22-60 ปี และกำลังปฏิบัติงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” หรือ “ไม่เคยเรียนหรือกำลังศึกษาในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ออกไปจำนวนทั้งสิ้น 146 ชุด ทำให้การวิจัยครั้งนี้มีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนจำนวนทั้งสิ้น 388 ชุด ส่งผลให้คลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างมีค่าลดลงจากที่กำหนดไว้ร้อยละ 5 เป็นร้อยละ 4.97

จากข้อมูลทั้ง 388 ชุด พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.1

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	สัดส่วน
1. เพศ		
ชาย	145	37.4%
หญิง	243	62.6%
รวม	388	100.0%
2. อายุ		
22-28 ปี	207	53.4%
29-35 ปี	146	37.6%
> 35 ปี	35	9.0%
รวม	388	100.0%
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	3.1%
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	242	62.4%
ปริญญาโท หรือเทียบเท่า	131	33.8%
สูงกว่าปริญญาโท	3	0.8%
รวม	388	100.0%

ตารางที่ 4.1

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	สัดส่วน
4. อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	239	61.6%
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	76	19.6%
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	63	16.2%
อื่น ๆ	10	2.6%
รวม	388	100.0%
5. ประสบการณ์ทำงาน (ปี)		
≤ 3 ปี	120	30.9%
4-6 ปี	154	39.7%
7-9 ปี	65	16.8%
≥ 10 ปี	49	12.6%
รวม	388	100.0%
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	14	3.6%
15,000 - 20,000 บาท	50	12.9%
20,001 - 25,000 บาท	60	15.5%
25,001 - 30,000 บาท	59	15.2%
30,001 - 35,000 บาท	55	14.2%
35,001 - 40,000 บาท	42	10.8%
40,001 - 45,000 บาท	25	6.4%
45,001 - 50,000 บาท	17	4.4%
มากกว่า 50,000 บาท	66	17.0%
รวม	388	100.0%

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งออกเป็น เพศชาย 37.4% และเพศหญิง 62.6% โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 22-28 ปี คิดเป็น 53.4% มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี คิดเป็น 62.4% โดยเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือรับจ้าง คิดเป็น 61.6% ขณะที่มีการสัการณทำงานอยู่ระหว่าง 4-6 ปี คิดเป็น 39.7% และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็น 17%

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.2

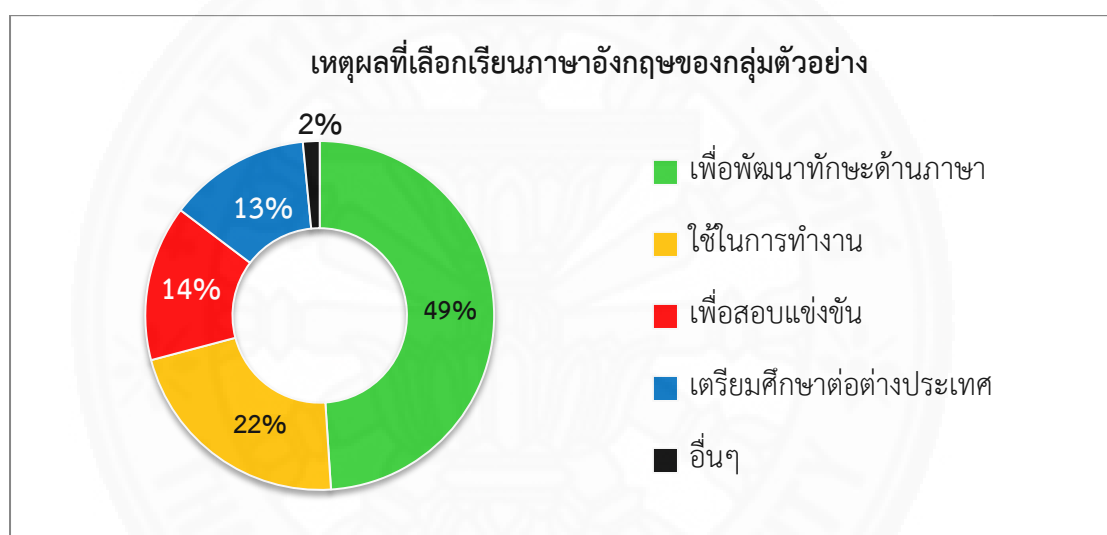
รายชื่อสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียน

ลำดับ	ชื่อสถาบันสอนภาษาอังกฤษ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
1	AUA	64	16.5%
2	BRITISH COUNCIL	41	10.6%
3	โรงเรียนสอนภาษาครุสมศรี	38	9.8%
4	Fast English	34	8.8%
5	Wall Street	33	8.5%
6	อื่นๆ	32	8.2%
7	Enconcept	33	8.5%
8	ECC	22	5.7%
9	inlingua	18	4.6%
10	I-Genius	16	4.1%
11	English Terminal	13	3.4%
12	Access	12	3.1%
13	Berlitz	6	1.5%
14	Mind English	6	1.5%
15	สถาบันภาษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	5	1.3%
16	EF English first	4	1.0%
17	สถาบันสอนภาษาอาจารย์ตัน	4	1.0%

ตารางที่ 4.2

รายชื่อสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเรียน (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อสถาบันสอนภาษาอังกฤษ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
18	Chula tutor	3	0.8%
19	TOPICA Native	2	0.5%
20	BB&C	2	0.5%
รวม		388	100.0%



ภาพที่ 4.1 เหตุผลที่เลือกเรียนภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.2 และภาพที่ 4.1 สามารถสรุปพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2 สถาบันภาษาอังกฤษที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเรียน คือ AUA คิดเป็น 16.5% อันดับที่ 2 คือ BRITISH COUNCIL คิดเป็น 10.6% อันดับที่ 3 คือ โรงเรียนสอนภาษาครุสมศรี คิดเป็น 9.8% อันดับที่ 4 คือ Fast English คิดเป็น 8.8% และอันดับที่ 5 คือ Wall Street คิดเป็น 8.5%

ภาพที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกเรียนภาษาอังกฤษ คือ เพื่อพัฒนาทักษะด้านภาษา คิดเป็น 49% รองลงมาคือ เพื่อใช้ในการทำงาน คิดเป็น 22% อันดับที่ 3 เพื่อสอบแข่งขัน คิดเป็น 14% อันดับที่ 4 เพื่อเตรียมศึกษาต่อต่างประเทศ คิดเป็น 13% และอื่นๆ คิดเป็น 2% ตามลำดับ

4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และตัวแปรตาม

ข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 388 ชุด สามารถนำมาสรุปคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ (Variables)	Mean	SD	การแปลค่า
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 หลักสูตรการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ	4.15	0.73	เห็นด้วยมาก
1.2 หลักสูตรการสอนมีความหลากหลาย	4.06	0.76	เห็นด้วยมาก
1.3 หลักสูตรการสอนมีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ผู้เรียน	4.30	0.72	เห็นด้วยมากที่สุด
1.4 หลักสูตรการสอนได้รับมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ	3.99	0.83	เห็นด้วยมาก
1.5 มีหลักสูตรการปรับพื้นฐานด้านภาษาที่ได้ผล	4.07	0.85	เห็นด้วยมาก
1.6 เอกสารประกอบการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ	4.03	0.77	เห็นด้วยมาก
1.7 เอกสารประกอบการสอนมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย	4.20	0.79	เห็นด้วยมาก
1.8 เอกสารประกอบการสอนได้รับมาตรฐานถูกต้อง สมบูรณ์	4.08	0.80	เห็นด้วยมาก
1.9 จำนวนผู้เรียนต่อห้องมีความเหมาะสม	4.11	0.85	เห็นด้วยมาก
1.10 ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม	4.19	0.76	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ (Variables)	Mean	SD	การแปลค่า
2. ปัจจัยด้านราคา			
2.1 ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน	4.12	0.86	เห็นด้วยมาก
2.2 ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับระยะเวลาในการเรียน	4.10	0.82	เห็นด้วยมาก
2.3 ค่าเรียนถูกกว่าสถาบันอื่น โดยที่คุณภาพใกล้เคียงกัน	3.79	1.05	เห็นด้วยมาก
2.4 ค่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้เป็นงวดๆ ในระยะเวลาที่เหมาะสม	3.55	1.14	เห็นด้วยมาก
2.5 มีการกำหนดค่าเรียนที่ชัดเจน ไม่เปลี่ยนแปลงภายหลัง	4.16	0.86	เห็นด้วยมาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
3.1 สถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก เช่น ติดรถไฟฟ้า มีรถบริการสาธารณะผ่าน เป็นต้น	4.28	0.81	เห็นด้วยมากที่สุด
3.2 สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางไปไม่นาน	4.13	0.92	เห็นด้วยมาก
3.3 สถานที่เรียนมีพื้นที่กว้างขวาง	3.86	0.83	เห็นด้วยมาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด			
4.1 มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นป้าย โปสเตอร์ หรือโซเชียลมีเดีย เป็นต้น	3.72	0.87	เห็นด้วยมาก
4.2 เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีความน่าสนใจจดจำได้ง่าย	3.74	0.90	เห็นด้วยมาก
4.3 เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ เช่น ข้อมูลสถาบัน หลักสูตรการสอน เป็นต้น	3.82	0.89	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ (Variables)	Mean	SD	การแปลค่า
4.4 เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ ระบุถึงประโยชน์และความสำเร็จจากการเรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษาที่น่าเชื่อถือ	3.84	0.93	เห็นด้วยมาก
4.5 มีการออกงานอีเว้นท์และจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ	3.37	1.03	เห็นด้วยปานกลาง
4.6 มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา ค่าเรียน หรือให้ส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือการแจกเอกสารการเรียนการสอนฟรี	3.74	1.03	เห็นด้วยมาก
5. ปัจจัยด้านบุคคล			
5.1 มีสัดส่วนผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาหรือชาวต่างชาติจำนวนมาก	3.98	1.03	เห็นด้วยมาก
5.2 ผู้สอนมีความรู้ และประสบการณ์ด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี	4.49	0.67	เห็นด้วยมากที่สุด
5.3 ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา	4.44	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด
5.4 ผู้สอนมีเทคนิคพิเศษในการสอน ให้เข้าใจง่าย	4.37	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด
5.5 ผู้สอนมีสำเนียงภาษาอังกฤษที่ดี	4.37	0.72	เห็นด้วยมากที่สุด
5.6 ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียน	4.31	0.78	เห็นด้วยมากที่สุด
5.7 ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน	4.37	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด
5.8 ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถามข้อสงสัยต่างๆ	4.30	0.78	เห็นด้วยมากที่สุด
5.9 ผู้สอนเป็นคนตรงต่อเวลา	4.39	0.71	เห็นด้วยมากที่สุด
5.10 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	4.14	0.80	เห็นด้วยมาก
5.11 เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นมิตร	4.21	0.80	เห็นด้วยมากที่สุด
5.12 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ	4.21	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด
5.13 เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน	4.24	0.78	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ (Variables)	Mean	SD	การแปลค่า
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ			
6.1 สถาบันสอนภาษามีชื่อเสียงที่ดี เป็นที่รู้จัก	4.20	0.81	เห็นด้วยมาก
6.2 มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เพียงพอต่อผู้เรียน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ กระดาน	4.15	0.77	เห็นด้วยมาก
6.3 ขนาดของห้องเรียนมีความเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน	4.11	0.78	เห็นด้วยมาก
6.4 ความสว่างและอุณหภูมิภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม	4.14	0.72	เห็นด้วยมาก
6.5 มีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก	4.24	0.73	เห็นด้วยมากที่สุด
6.6 ความสะอาดภายในที่เรียน	4.32	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด
6.7 ห้องน้ำถูกสุขลักษณะและมีจำนวนเพียงพอ	4.19	0.77	เห็นด้วยมาก
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ			
7.1 สามารถชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านธนาคาร บัตรเครดิต หรือเงินสด หน้าเคาน์เตอร์	4.02	0.87	เห็นด้วยมาก
7.2 ขั้นตอนการสมัครเรียนสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	4.23	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด
7.3 มีระบบการวัดผลการเรียนของผู้เรียนที่มีมาตรฐาน	4.16	0.80	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยอิสระที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด 5 อันดับแรก เป็นปัจจัยด้านบุคคลทั้งหมด และเป็นเรื่องเกี่ยวกับผู้สอนโดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ อันดับที่ 1 ผู้สอนมีความรู้ และประสบการณ์ด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมา คือ ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 อันดับที่ 3

ผู้สอนเป็นคนตรงต่อเวลา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 อันดับที่ 4 ผู้สอนมีเทคนิคพิเศษในการสอน ให้เข้าใจง่ายและจดจำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 อันดับที่ 5 ผู้สอนมีสำเนียงภาษาอังกฤษที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

สำหรับปัจจัยอิสระที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุด 5 อันดับสุดท้าย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในเรื่องมีการออกงานอีเว้นท์และจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องค่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้เป็นงวดๆ ในระยะเวลาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โททอล์คน์ วิทยู แผ่นป้าย ใบปลิว หรือโซเชียลมีเดีย เป็นต้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในเรื่อง เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีความน่าสนใจ จดจำได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในเรื่องมีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา ค่าเรียน หรือให้ส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือการแจกเอกสารการเรียนการสอนฟรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละปัจจัย สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องหลักสูตรการสอนมีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ผู้เรียนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (เห็นด้วยมากที่สุด) รองลงมาคือ เอกสารประกอบการสอนมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (เห็นด้วยมาก)

ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีการกำหนดค่าเรียนที่ชัดเจน ไม่เปลี่ยนแปลงภายหลังมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (เห็นด้วยมาก) รองลงมาคือ ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (เห็นด้วยมาก)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก เช่น ดิจิทัลไฟฟ้า มีรถบริการสาธารณะผ่าน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (เห็นด้วยมากที่สุด) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่ยาวนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (เห็นด้วยมาก)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่อง เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ ระบุถึงประโยชน์และความสำเร็จจากการเรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษาที่น่าเชื่อถือมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (เห็นด้วยมาก) รองลงมาคือ เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ เช่น ข้อมูลสถาบัน หลักสูตรการสอน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 (เห็นด้วยมาก)

ปัจจัยด้านบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องผู้สอนมีความรู้ และ ประสพการณ์ด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (เห็นด้วยมากที่สุด) รองลงมาคือ ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (เห็นด้วยมากที่สุด)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องความ สะอาดภายในที่เรียนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (เห็นด้วยมากที่สุด) รองลงมาคือ มีบรรยากาศที่ ส่งเสริมการเรียนรู้ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (เห็นด้วยมากที่สุด)

ปัจจัยด้านกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องขั้นตอนการ สัมผัสเรียนสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยากมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (เห็นด้วยมากที่สุด) รองลงมา คือ มีระบบการวัดผลการเรียนของผู้เรียนที่มีมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (เห็นด้วยมาก)

ตารางที่ 4.4

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม	Mean	SD	การแปลค่า
ระดับการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอน ภาษาอังกฤษ	4.02	1.00	อาจจะเรียน

ตัวแปรตามในงานวิจัยครั้งนี้ คือ การตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัย ทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากข้อมูลในตารางที่ 4.4 พบว่า ถ้าให้ตัดสินใจได้ใหม่ กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่อาจจะเรียนภาษาอังกฤษกับสถาบันสอนภาษาที่ตนประเมิน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของ วัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในส่วนของ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอน ภาษาอังกฤษแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งผลการวิเคราะห์ มีดังต่อไปนี้

4.4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะทางเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5

ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	Mean	Std. Deviation
ชาย	145	4.179	.788
หญิง	243	3.93	1.098

ตารางที่ 4.6

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Equal variances assumed	7.294	.007	2.390	386	.017	.249	.104
Equal variances not assumed			2.593	373.092	0.010	0.249	.096

จากตารางที่ 4.6 ทดสอบปัจจัยลักษณะทางเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจด้วย Independent Samples Test พบว่าค่า F-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$ ในการทดสอบจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่มแตกต่างกัน ดังนั้น ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของเพศชายและเพศหญิงจึงต้องดูจากค่าสถิติในส่วน ของ Equal variances not assumed

กำหนดสมมติฐานเพื่อศึกษาว่าลักษณะทางเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกันหรือไม่ ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

พบว่า ค่า T-Test ที่คำนวณได้ของทั้งเพศชายและเพศหญิง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบ $\alpha = 0.05$ จึง ปฏิเสธ H_0 แสดงว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน โดยเพศชายมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเรียนมากกว่าเพศหญิง ซึ่งอาจเนื่องมาจากเพศชายมีความคล่องตัวมากกว่าเพศหญิงในการเดินทางไปเรียนหรือไปทำงานต่างประเทศที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการติดต่อสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนภาษาจีนกลางของผู้เรียนสถาบันวิทยสถานแห่งวัฒนธรรมตะวันออก เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ของกิจวัฒน์ ธนวิศาล (2547) ที่พบว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาจีนกลางแตกต่างกัน

4.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7

ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยุทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	Mean	Std. Deviation
ต่ำกว่าปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	254	4.047	0.927
สูงกว่าปริญญาโท หรือเทียบเท่า	134	3.978	1.127

ตารางที่ 4.8

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยุทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามระดับการศึกษา

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Equal variances assumed	4.745	0.03	0.652	386	0.515	0.070	0.107
Equal variances not assumed			0.614	229.523	0.540	0.070	0.113

จากตารางที่ 4.8 ทดสอบปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจด้วย Independent Samples Test พบว่าค่า F-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$ ในการทดสอบจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่มแตกต่างกัน ดังนั้น ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยุทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจึงต้องดูจากค่าสถิติในส่วนของ Equal variances not assumed

กำหนดสมมติฐานเพื่อศึกษาว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกันหรือไม่ ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

พบว่า ค่า T-Test ที่คำนวณได้ของทั้ง 2 กลุ่มระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.54 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบ $\alpha = 0.05$ จึง ยอมรับ H_0 แสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากคนทำงานไม่ว่าจะจบการศึกษาระดับไหนก็ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของ รตา วราวิริยะ พงศ์ (2557) ที่พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร

4.4.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9

ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	Mean	Std. Deviation
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	239	3.954	1.070
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	76	4.079	0.876
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่นๆ	73	4.192	0.861

ตารางที่ 4.10

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของ
วิทยากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามอาชีพ

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.456	2	1.728	1.736	0.178
Within Groups	383.335	385	0.996		
Total	386.791	387			

กำหนดสมมติฐานเพื่อศึกษาว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือก
สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกันหรือไม่ ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอน
ภาษาอังกฤษของวิทยากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอน
ภาษาอังกฤษของวิทยากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.10 ทดสอบปัจจัยด้านอาชีพที่มีผลต่อการตัดสินใจด้วยการ
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ค่าสถิติ F-Test ได้ค่า sig. เท่ากับ 0.178 ซึ่ง
มีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$ ในการทดสอบจึง ยอมรับ H_0 แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกัน
ไม่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยากร ในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เนื่องจากคนทำงานไม่ว่าจะประกอบ
อาชีพใดก็ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของ
รดา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของ
นักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าอาชีพที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือก
ศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร

4.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับการตัดสินใจเลือก สถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจ
เลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11

ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยุทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	Mean	Std. Deviation
ต่ำกว่า 20,000 บาท	64	4.328	0.818
20,001-25,000 บาท	60	3.950	0.946
25,001-30,000 บาท	59	3.780	1.115
30,001-35,000 บาท	55	4.000	1.000
35,001-40,000 บาท	42	4.048	0.909
มากกว่า 40,000 บาท	108	4.019	1.068
รวม	388	4.023	1.000

ตารางที่ 4.12

แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยุทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9.829	5	1.966	1.992	0.079
Within Groups	376.963	382	0.987		
Total	386.791	387			

กำหนดสมมติฐานเพื่อศึกษาว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยุทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกันหรือไม่ ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยุทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวิทยุทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.12 ทดสอบปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการตัดสินใจ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ค่าสถิติ F-Test ได้ค่า sig. เท่ากับ 0.079 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$ ในการทดสอบจึง ยอมรับ H_0 แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการทำงานในยุคปัจจุบัน คนทำงานจึงหันมาเรียนภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่ารายได้จะแตกต่างกันก็ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของกานต์รวีวัฒน์ปรีดา (2556) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกวดวิชาออนไลน์ เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาและความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของเพชรพร ขำเนียม (2551) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและนำมาออกแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้มีการกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัยและทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 47 ตัวแปร พบว่ามีคู่ตัวแปรอิสระหลายตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยที่ความสัมพันธ์ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการนำไปวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Regression Analysis) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรอิสระทั้งหมดไปสกัดความเหมือนกันของตัวแปรออกมาเป็นกลุ่มปัจจัยใหม่ก่อน เพื่อให้ได้ข้อมูลผลการวิเคราะห์ที่เหมาะสมและมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมตัวแปรอิสระ โดยการใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's Test of Sphericity ในการทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้วิธีการสกัดปัจจัยหรือไม่ โดยที่ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เป็นการทดสอบว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์หรือไม่ ซึ่ง KMO จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 หากค่า KMO สูง (ค่าที่ยอมรับคือ 0.5-1) แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมในการนำมาวิเคราะห์ปัจจัย ในทางกลับกันหากค่า KMO ต่ำกว่า 0.5 แสดงว่าข้อมูลไม่เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัย

สำหรับการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity เป็นการทดสอบว่าตัวแปรอิสระต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ระหว่างกันหรือไม่ โดยการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ และตั้งสมมติฐาน คือ

H_0 : ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และ

H_1 : ตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

ตารางที่ 4.13

แสดง KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรอิสระ

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.940
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	10,480
	df	1,081
	Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.13 พบว่ามีค่า KMO เท่ากับ 0.940 แสดงว่าข้อมูลที่รวบรวมมาได้มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้วิเคราะห์ปัจจัยในระดับที่ดีเพื่อแบ่งกลุ่มตัวแปรอิสระ และผลจากการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 10,480 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบ คือ $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 47 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน มีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย และสามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัยต่อไปได้

4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)

จากการทดสอบค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's Test of Sphericity ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 47 ตัวแปร มีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ขั้นตอนต่อมา ผู้วิจัยได้ทำการสกัดปัจจัย (Extraction) แบบ Principal Component Analysis (PCA) และเพื่อให้น้ำหนักขององค์ประกอบในปัจจัยที่สกัดได้มีความชัดเจนมากขึ้น จึงใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax แล้วใช้เกณฑ์ในการตัดสินจำนวนปัจจัยที่เหมาะสมจากการพิจารณาค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่า Factor Loading ของตัว

แปรในแต่ละปัจจัยต้องไม่ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งตัวแปรแต่ละตัวต้องไม่มีค่า Factor Loading สูงใกล้เคียงกันมากกว่า 1 ปัจจัย

เมื่อทำการสกัดปัจจัยด้วยวิธี Principal Component Analysis (PCA) พบว่าค่าของ Initial Eigenvalues ที่มากกว่า 1 มีทั้งหมด 9 กลุ่ม ซึ่งสามารถจัดกลุ่มตัวแปรอิสระทั้ง 47 ตัวแปร ได้ทั้งสิ้น 9 กลุ่มปัจจัย โดยกลุ่มปัจจัยใหม่ดังกล่าวนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้เท่ากับ 66.433% (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ข) และจากการจัดกลุ่มข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดชื่อกลุ่มปัจจัยใหม่ พร้อมทั้งได้จัดทำตารางเปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยเดิมที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมกับกลุ่มปัจจัยใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย ตามตารางที่ 4.14 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 4.14

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<p>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หลักสูตรการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ 2. หลักสูตรการสอนมีความหลากหลาย 3. หลักสูตรการสอนมีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ผู้เรียน 4. หลักสูตรการสอนได้รับมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ 5. มีหลักสูตรการปรับพื้นฐานด้านภาษาที่ได้ผล 6. เอกสารประกอบการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ 7. เอกสารประกอบการสอนมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย 8. เอกสารประกอบการสอนได้รับมาตรฐาน ถูกต้อง สมบูรณ์ 9. จำนวนผู้เรียนต่อห้องมีความเหมาะสม 10. ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม 	<p>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หลักสูตรการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ 2. หลักสูตรการสอนมีความหลากหลาย 3. หลักสูตรการสอนได้รับมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ 4. มีหลักสูตรการปรับพื้นฐานด้านภาษาที่ได้ผล 5. เอกสารประกอบการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ 6. เอกสารประกอบการสอนมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย 7. เอกสารประกอบการสอนได้รับมาตรฐาน ถูกต้อง สมบูรณ์

ตาราง 4.14

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<p>ปัจจัยด้านราคา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน 2. ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับระยะเวลาในการเรียน 3. ค่าเรียนถูกกว่าสถาบันอื่น โดยที่คุณภาพใกล้เคียงกัน 4. ค่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้เป็นงวดๆ ในระยะเวลาที่เหมาะสม 5. มีการกำหนดค่าเรียนที่ชัดเจน ไม่เปลี่ยนแปลงภายหลัง 	<p>ปัจจัยด้านราคา และระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน 2. ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับระยะเวลาในการเรียน 3. ค่าเรียนถูกกว่าสถาบันอื่น โดยที่คุณภาพใกล้เคียงกัน 4. มีการกำหนดค่าเรียนที่ชัดเจน ไม่เปลี่ยนแปลงภายหลัง 5. ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม
<p>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก เช่น ดิทรถไฟฟ้า มีรถบริการสาธารณะผ่าน เป็นต้น 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่นาน 3. สถานที่เรียนมีพื้นที่กว้างขวาง 	<p>ปัจจัยด้านสถานที่ และชื่อเสียงของสถาบัน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก เช่น ดิทรถไฟฟ้า มีรถบริการสาธารณะผ่าน เป็นต้น 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่นาน 3. สถานที่เรียนมีพื้นที่กว้างขวาง 4. สถาบันสอนภาษามีชื่อเสียงที่ดี เป็นที่รู้จัก

ตาราง 4.14

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<p>ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นป้าย ใบปลิว หรือโซเชียลมีเดีย เป็นต้น 2. เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีความน่าสนใจ จดจำได้ง่าย 3. เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เช่น ข้อมูลสถาบัน หลักสูตรการสอน เป็นต้น 4. เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ ระบุถึงประโยชน์และความสำเร็จจากการเรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษาที่น่าเชื่อถือ 5. มีการออกงานอีเว้นท์และจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ 6. มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา ค่าเรียนหรือให้ส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือการแจกเอกสารการเรียนการสอนฟรี 	<p>ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นป้าย ใบปลิว หรือโซเชียลมีเดีย เป็นต้น 2. เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีความน่าสนใจ จดจำได้ง่าย 3. เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เช่น ข้อมูลสถาบัน หลักสูตรการสอน เป็นต้น 4. เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ ระบุถึงประโยชน์และความสำเร็จจากการเรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษาที่น่าเชื่อถือ 5. มีการออกงานอีเว้นท์และจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ 6. มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา ค่าเรียนหรือให้ส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือการแจกเอกสารการเรียนการสอนฟรี

ตาราง 4.14

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<p>ปัจจัยด้านบุคลากร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีสัดส่วนผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาหรือชาวต่างชาติจำนวนมาก 2. ผู้สอนมีความรู้ และประสบการณ์ด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี 3. ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา 4. ผู้สอนมีเทคนิคพิเศษในการสอน ให้เข้าใจง่ายและจดจำ 5. ผู้สอนมีสำเนียงภาษาอังกฤษที่ดี 6. ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียน 7. ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน 8. ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถามข้อสงสัยต่างๆ 9. ผู้สอนเป็นคนตรงต่อเวลา 10. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว 11. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นมิตร 12. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ 13. เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน 	<p>ปัจจัยด้านผู้สอน และความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้สอนมีความรู้ และประสบการณ์ด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี 2. ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา 3. ผู้สอนมีเทคนิคพิเศษในการสอน ให้เข้าใจง่ายและจดจำ 4. ผู้สอนมีสำเนียงภาษาอังกฤษที่ดี 5. ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียน 6. ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน 7. ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถามข้อสงสัยต่างๆ 8. หลักสูตรการสอนมีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ผู้เรียน
	<p>ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ และความตรงต่อเวลาของผู้สอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว 2. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นมิตร 3. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ 4. เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน 5. ผู้สอนเป็นคนตรงต่อเวลา
	<p>ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษา และจำนวนผู้เรียนต่อห้อง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีสัดส่วนผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาหรือชาวต่างชาติจำนวนมาก 2. จำนวนผู้เรียนต่อห้องมีความเหมาะสม

ตาราง 4.14

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<p>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันสอนภาษามีชื่อเสียงที่ดี เป็นที่รู้จัก 2. มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เพียงพอต่อผู้เรียน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ กระดาน 3. ขนาดของห้องเรียนมีความเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน 4. ความสว่างและอุณหภูมิภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม 5. มีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก 6. ความสะอาดภายในที่เรียน 7. ห้องน้ำถูกสุขลักษณะและมีจำนวนเพียงพอ 	<p>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เพียงพอต่อผู้เรียน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ กระดาน 2. ขนาดของห้องเรียนมีความเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน 3. ความสว่างและอุณหภูมิภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม 4. มีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก 5. ความสะอาดภายในที่เรียน 6. ห้องน้ำถูกสุขลักษณะและมีจำนวนเพียงพอ
<p>ปัจจัยด้านกระบวนการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านธนาคาร บัตรเครดิต หรือเงินสดหน้าเคาน์เตอร์ 2. ขั้นตอนการสมัครเรียนสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก 3. มีระบบการวัดผลการเรียนของผู้เรียนที่มีมาตรฐาน 	<p>ปัจจัยด้านกระบวนการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านธนาคาร บัตรเครดิต หรือเงินสดหน้าเคาน์เตอร์ 2. ขั้นตอนการสมัครเรียนสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก 3. มีระบบการวัดผลการเรียนของผู้เรียนที่มีมาตรฐาน 4. ค่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้เป็นงวดๆ ในระยะเวลาที่เหมาะสม

จากการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้ได้ปัจจัยใหม่จำนวน 9 ปัจจัย ตามตารางที่ 4.14 ทำให้ผู้วิจัยมีการปรับเปลี่ยนสมมติฐานของงานวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้สอดคล้องกับผลที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงของสถาบัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้อง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้นำกลุ่มปัจจัยใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยจำนวนทั้งสิ้น 9 ปัจจัยมาทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อพิสูจน์ว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองหรือไม่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์พบว่าไม่มีปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญ

ผู้วิจัยได้นำ Factor Score ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและคะแนนของระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อสร้างสมการหาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับปัจจัยใหม่ทั้ง 9 ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย ซึ่งผลที่ได้รับจากการวิเคราะห์สมการถดถอยดังกล่าวจะสามารถบอกได้ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามซึ่งผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วจำนวน 388 ชุด โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโดยวิธี All Enter เปรียบเทียบค่า Sig. ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15

ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.488 ^a	0.239	0.218	0.85201

จากตารางที่ 4.15 พบว่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) มีค่าเท่ากับ 0.239 แสดงว่าปัจจัยใหม่ทั้ง 9 ปัจจัย สามารถลดความผิดพลาดในการประเมินการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 23.9

ตารางที่ 4.16

ผลทดสอบสมมติฐานภาพรวมในสมการถดถอยระหว่างปัจจัย 9 ด้านกับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ANOVA ^(b)						
Model		Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.499	9	8.389	11.556	.000 ^a
	Residual	241.007	332	0.726		
	Total	316.506	341			

กำหนดสมมติฐานเพื่อใช้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 9 ปัจจัย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญ

H_1 : มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญ

จากผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 4.16 พบว่าค่าสถิติ F-Test มีค่า sig. = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้

ตารางที่ 4.17

สมการถดถอยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Coefficients(a)					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.038	0.046		87.647	0.000
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.191	0.046	0.198	4.137	0.000
ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร	0.121	0.046	0.126	2.625	0.009
ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงของสถาบัน	0.124	0.046	0.128	2.683	0.008
ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.087	0.046	0.09	1.876	0.061
ปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน	0.294	0.046	0.305	6.368	0.000
ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน	0.194	0.046	0.202	4.214	0.000
ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้อง	-0.096	0.046	-0.1	-2.078	0.039
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	0.119	0.046	0.123	2.578	0.010
ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.006	0.046	0.007	0.139	0.890

จากตารางที่ 4.17 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (T-Test ของปัจจัยมีค่า sig. น้อยกว่า 0.05) มีทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงของสถาบัน ปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้อง ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอย สามารถตอบแต่ละสมมติฐานของงานวิจัย ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัย ค่าสถิติ T-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้เรียนจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักสูตร เนื่องจากผู้เรียนแต่ละคนอาจมีความแตกต่างกันด้านความรู้ภาษาอังกฤษ จึงมองหาสถาบันสอนภาษาที่มีหลักสูตรการปรับพื้นฐานก่อนเรียน นอกจากนี้ ผู้เรียนอาจจะมีวัตถุประสงค์ในการเรียนที่แตกต่างกัน เช่น กรณีที่เรียนภาษาอังกฤษเพื่อสอบแข่งขัน ผู้เรียนจะนิยมเลือกสถาบันสอนภาษาที่มีหลักสูตรการสอนที่เข้มข้น เน้นการทำข้อสอบเป็นหลัก หรือกรณีที่เรียนภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการทำงาน ผู้เรียนจะเลือกสถาบันภาษาที่มีหลักสูตรการสอนที่เน้นการนำไปใช้จริงในชีวิตประจำวันผ่านกิจกรรม หรือสถานการณ์จำลองต่างๆ ในห้องเรียน เป็นต้น สำหรับปัจจัยด้านเอกสารประกอบการสอน ผู้เรียนจะพิจารณาถึงเนื้อหาว่ามีความทันสมัย น่าสนใจ มีตัวอย่างและรูปภาพประกอบที่ช่วยให้เข้าใจง่าย อีกทั้งเนื้อหาครบถ้วนถูกต้องและได้รับมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ที่น่าเชื่อถือหรือไม่ เนื่องจากเอกสารประกอบการสอนเปรียบเสมือนตัวช่วยที่ทำให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้นและสามารถนำกลับมาทบทวนด้วยตนเองได้ ดังนั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จึงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันภาษาอังกฤษ

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างสถาบันสอนภาษาเอ.ยู.เอ กับสถาบันสอนภาษาบริติชเคานซิล ในเขตกรุงเทพมหานคร ของสุกัญญา พิชัยยงค์วงศ์ดี (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยเฉพาะหลักสูตรการสอนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ ของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ของรดา วราวิริยะพงศ์ (2557) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ โดยมี

ปัจจัยย่อย ได้แก่ หลักสูตรการสอนมีความหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้เรียนได้ อีกทั้งมีหลักสูตรปรับพื้นฐาน รวมถึงเอกสารประกอบการสอนมีความน่าสนใจ และชั่วโมงการเรียนมีความเหมาะสม ตรงกับงานวิจัยของ จิรัชญา ศุขโกคา และ ศิริจันทร์ พงกษาอารักษ์ (2555) ที่พบว่าหลักสูตรการสอนที่มีความน่าสนใจ และเอกสารประกอบการสอนที่เข้าใจง่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษในสถาบันสอนภาษา Enconcept เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัย ค่าสถิติ T-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6 ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้เรียนจะเลือกสถาบันที่มีการกำหนดค่าเรียนที่ชัดเจนไม่เปลี่ยนแปลงภายหลังและมีอัตราค่าเรียนที่ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันสอนภาษาอื่นๆ ที่มีคุณภาพและชั่วโมงการสอนที่ใกล้เคียงกัน เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเรียน

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของคัทลียา จิโนเขียว (2556) นลินี เสนาป่า (2544) และณธเดช อภิวุฒิกัญจนานา (2555) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคาซึ่งหมายถึงค่าเรียนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่าง เช่นเดียวกับกับศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเกาะผู้ จังหวัดภูเก็ต และพบว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ โดยประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพในการสอน ค่าเรียนถูกกว่าสถาบันสอนภาษาต่างประเทศอื่นเมื่อเปรียบเทียบกับระดับคุณภาพเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของรตา วรารวิริยะพงศ์ (2557) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สมัครเรียนจะเลือกสถาบันที่มีอัตราค่าเรียนถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันกวดวิชาอื่นๆ ที่มีคุณภาพและชั่วโมงการสอนที่ใกล้เคียงกัน รวมถึงความเหมาะสมระหว่างค่าเรียนกับคุณภาพของหลักสูตรและระยะเวลา

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงของสถาบัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัย ค่าสถิติ T-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 7 ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงของสถาบัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ใน

เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่าผู้เรียนให้ความสำคัญกับสถานที่เรียนที่อยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน โดยสามารถเดินทางได้สะดวก เช่น ดิทรถไฟฟ้า มีรถบริการสาธารณะผ่าน เป็นต้น เนื่องจากผู้เรียนสามารถเดินทางไปเรียนได้ง่ายขึ้นและประหยัดเวลาในการเดินทาง รวมถึงความกว้างขวางของสถานที่เรียน และความมีชื่อเสียงของสถาบัน

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัญญา พิชัยยงค์วงศ์ดี (2546) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างสถาบันสอนภาษา เอ.ยู.เอ กับสถาบันสอนภาษาบริติชเคานซิล ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษของสถาบันสอนภาษาทั้งสองแห่ง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศรสุวรรณค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ โดยประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ สถานที่เรียนอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัย ค่าสถิติ T-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.061 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 8 ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากปัจจุบันผู้เรียนสามารถสืบค้นข้อมูลของสถาบันสอนภาษาอังกฤษได้ด้วยตนเองผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันสอนภาษาต่างๆ รายละเอียดของหลักสูตรการสอน อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตร โปรโมชัน ส่วนลด สถานที่ตั้งของสถาบันสอนภาษารวมถึงสาขาต่างๆ เป็นต้น อีกทั้งสถาบันสอนภาษาต่างๆ มีการส่งเสริมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ปัจจัยนี้จึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยผู้เรียนจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอนเป็นหลัก

ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกวดวิชาออนไลน์ ของ กานต์รวี วัฒนปรีดา (2556) ที่พบว่า กลุ่มนักเรียนที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ การโฆษณา โดยเนื้อหาต้องระบุถึงประโยชน์และความสำเร็จที่ได้รับจากการเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพงษ์ ชื่นเบิกบาน (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดในการเลือกซื้อหลักสูตรภาษาอังกฤษสำหรับผู้ใหญ่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยย่อยที่สำคัญ ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยรูปแบบของโฆษณามีความน่าสนใจของผู้บริโภคจัดจำได้ง่าย

อีกทั้งการแจกโบรชัวร์ที่มีรายละเอียดครบถ้วน รวมถึงการออกงานออกอีเว้นท์และจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สถาบันสอนภาษา

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัย ค่าสถิติ T-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 9 ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากผู้เรียนมีพื้นฐานด้านภาษาอังกฤษและวัตถุประสงค์ในการเรียนที่แตกต่างกัน ซึ่งหลักสูตรที่มีความเหมาะสมและผู้สอนที่มีความรู้ประสบการณ์ รวมถึงเทคนิคพิเศษในการถ่ายทอดเนื้อหาและสำเนียงภาษาที่ดีจะช่วยพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษของผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากนี้หากผู้สอนมีความเอาใจใส่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้สอบถามข้อสงสัยต่างๆ อย่างเป็นกันเอง จะช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจในการเรียนภาษามากขึ้น ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของนลินี เสนาป่า (2544) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบุคลากร ในที่นี้คือความรู้ของครูผู้สอน เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของรดา วราวิริยะพงศ์ (2557) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับครูผู้สอนซึ่งถือเป็นบุคลากรที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ โดยคุณสมบัติของครูผู้สอน ได้แก่ ความรู้ ประสบการณ์ ความสามารถและเทคนิคพิเศษต่างๆ ในการสอน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหา รวมถึงมีสำเนียงใกล้เคียงกับเจ้าของภาษา มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เอาใจใส่ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถามได้ ซึ่งตรงกับกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ที่ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ผู้สอนมีความรู้ความเชี่ยวชาญ ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา มีเทคนิคการสอนช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายสามารถจดจำเนื้อหาได้ มีเอาใจใส่ต่อผู้เรียนโดยมีการสอบถามความเข้าใจและให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัย ค่าสถิติ T-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 10 ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากผู้เรียนมักจะโทรไป

สอบถามข้อมูลต่างๆ กับเจ้าหน้าที่หรือเข้าไปสำรวจสถานที่ของสถาบันสอนภาษาด้วยตนเองก่อนการสมัครเรียน ซึ่งหากเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร รวดเร็วและถูกต้อง จะทำให้เกิดความประทับใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันภาษาอังกฤษของผู้สมัครเรียน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยสำคัญในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา กรณีศึกษา เขตเทศบาลนคร อุบลราชธานี ของพัชราภรณ์ ภูบุญศรี (2552) ที่พบว่า นอกจากผู้เรียนจะให้ความสำคัญกับครูผู้สอนที่มีความสามารถแล้ว ยังให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ด้วย โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ ความถูกต้องรวดเร็วในการให้บริการ ความสุภาพ เป็นมิตร เป็นไปในทิศทางเดียวกับกับงานวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกเรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษาอังกฤษออลล์สตรีทของกัมปนาท เนตรภักดี (2551) พบว่า การให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพด้วยความเต็มใจและรอยยิ้ม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก

สำหรับความตรงต่อเวลาของผู้สอน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ที่ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ผู้สอนเป็นคนตรงต่อเวลา

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้อง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัย ค่าสถิติ T-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 11 ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้องส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แปลว่า ยังมีสัดส่วนผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาหรือชาวต่างชาติจำนวนมาก คนยังไม่เลือกเรียน เนื่องจากผู้เรียนอาจจะกลัวสื่อสารกับครูผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาไม่ได้ทำให้เรียนไม่รู้เรื่อง ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของปรีชญา แสงสุวรรณ (2550) ที่ทำการศึกษา พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเลือกเรียนภาษาต่างประเทศ โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านครูผู้สอนต่อการเลือกเรียนภาษาต่างประเทศมากที่สุด คือ ครูผู้สอนมีความรู้และเป็นเจ้าของภาษา

อีกส่วนหนึ่งคือ ยิ่งจำนวนผู้เรียนต่อห้องมีความเหมาะสม (โดยเฉลี่ย 20 คนต่อห้อง) คนยิ่งไม่อยากเรียน เนื่องจากผู้เรียนอาจจะต้องการให้มีจำนวนผู้เรียนต่อห้องน้อยๆ เพื่อให้มีโอกาสพัฒนาทักษะอย่างเต็มที่ อีกทั้งผู้สอนสามารถดูแลผู้เรียนได้อย่างทั่วถึงส่งผลให้การเรียนมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนกวดวิชาในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จำนวนผู้เรียนต่อห้องที่เหมาะสม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัย ค่าสถิติ T-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 12 ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยต่างๆ ดังต่อไปนี้ ขนาดของห้องเรียนเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน ความสว่างและอุณหภูมิภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม มีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก ความสะอาดภายในที่เรียน ห้องน้ำถูกสุขลักษณะ และมีจำนวนเพียงพอ มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เพียงพอต่อผู้เรียน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ กระดาน

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสุวรรณค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ โดยประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ขนาดของห้องเรียนมีความเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียนซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์มีเพียงพอต่อจำนวนผู้เรียน อีกทั้งความสว่างและอุณหภูมิในห้องเรียนมีความเหมาะสม โดยปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือความสะอาด สวยงามในห้องเรียน ซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ ของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นงานวิจัยของรดา วราวิริยะพงศ์ (2557) พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกสถาบันที่มีอุปกรณ์การเรียนการสอนครบถ้วน เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ เครื่องเล่นดีวีดี เป็นต้น อีกทั้งมีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ มีการดูแลความสะอาดทั้งภายในและภายนอกห้องเรียนรวมถึงห้องน้ำ สอดคล้องกันกับงานวิจัยของพัชราภรณ์ ภูบุญศรี (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น แสงสว่างภายในสถานที่เรียนมีความเหมาะสม ปราศจากเสียงรบกวนจากภายนอก ความสะอาดของสถานที่เรียน ห้องน้ำถูกสุขลักษณะ อากาศถ่ายเทได้สะดวก

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัย ค่าสถิติ T-Test มีค่า sig. เท่ากับ 0.890 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้คือ $\alpha = 0.05$ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 13 ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้เรียนไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านกระบวนการ ในเรื่องของขั้นตอนการสมัครเรียนที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รวมถึงการชำระค่าเรียนได้หลากหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านธนาคาร บัตรเครดิต หรือเงินสดหน้าเคาน์เตอร์ อาจเนื่องมาจากปัจจัยดังกล่าวไม่ใช่ปัจจัยหลักแต่เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สมัครเรียนเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันเกือบทุกสถาบันสอนภาษามีการวางระบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพทำให้กระบวนการดังกล่าวมีลักษณะใกล้เคียงกัน สำหรับการมีระบบการวัดผลการเรียนของผู้เรียนที่มีมาตรฐานนั้น ผู้เรียนไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยดังกล่าว เนื่องมาจากการวัดผลดังกล่าวอาจไม่สามารถนำไปใช้เป็นหลักฐานในการอ้างอิงกับหน่วยงานต่างๆ ได้ เช่น การสมัครงาน การสมัครเรียน การเรียนต่อต่างประเทศ เป็นต้น เพียงแต่ใช้วัดผลสัมฤทธิ์จากการเรียนเท่านั้น จึงทำให้ปัจจัยด้านกระบวนการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดยผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัชญา ศุภโกคาและ ศิริจันทร์ พฤกษา อารักษ์ (2555) ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษกับสถาบันสอนภาษา Enconcept เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ การเป็นที่รู้จักของสถาบันการสอน รวมถึงหลักสูตรและคุณภาพการสอนเป็นหลัก

แต่ทว่าผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของ วัชรพงษ์ ชื่นเบิกบาน (2553) และ วรรณพร มหาภาส (2555) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องของการชำระค่าเรียนที่มีความสะดวกและสามารถชำระได้หลากหลายช่องทางส่งผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของ รดา วราวิริยะพงศ์ (2557) และศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องของขั้นตอนการสมัครเรียนที่ไม่ซับซ้อน สะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ พัชรภรณ์ ภูบุญศรี (2552) พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีการสอบวัดผลการเรียนสม่ำเสมอ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) รวมถึงศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนหรือกำลังศึกษาในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติแล้ว โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายน้อยกว่าเพศหญิง โดยเพศชาย 37.4% และเพศหญิง 62.6% ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงอายุ 22-28 ปี คิดเป็น 53.4% มีระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็น 62.4% โดยเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือรับจ้าง คิดเป็น 61.6% หน้าที่มีประสบการณ์ทำงานอยู่ระหว่าง 4-6 ปี คิดเป็น 39.7% และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็น 17%

5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัยสามารถสรุปพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้ สถาบันภาษาอังกฤษที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรกจากกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเรียน คือ AUA คิดเป็น 16.5% อันดับที่ 2 คือ BRITISH COUNCIL คิดเป็น 10.6% อันดับที่ 3 คือ โรงเรียนสอนภาษาครุสมศรี คิดเป็น 9.8% โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกเรียนภาษาอังกฤษ คือ เพื่อพัฒนาทักษะด้านภาษา คิดเป็น 49% รองลงมาคือ เพื่อใช้ในการทำงาน คิดเป็น 22% อันดับที่ 3 คือ เพื่อสอบแข่งขัน คิดเป็น 14%

5.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ทั้ง 47 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ทั้งสิ้น 9 ปัจจัย และเมื่อนำปัจจัยใหม่นี้มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีทั้งสิ้น 7 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) จากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงของสถาบัน ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้องส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดและปัจจัยด้านกระบวนการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยตัวแบบดังกล่าวสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ร้อยละ 23.9 ซึ่งสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

5.1.3.1 ปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มากที่สุด ซึ่งประกอบด้วยผู้สอนมีความรู้และประสบการณ์ด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี มีเทคนิคพิเศษในการถ่ายทอดเนื้อหาและสำเนียงภาษาที่ดี อีกทั้งมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถามข้อสงสัยต่างๆ ได้ นอกจากนี้หลักสูตรการสอนมีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้เรียน จะช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจในการเรียนภาษามากขึ้น เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

5.1.3.2 ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากเจ้าหน้าที่ให้บริการเป็นบุคคลที่พบปะกับลูกค้าโดยตรงเพื่อให้ข้อมูลและคำแนะนำต่างๆ ดังนั้นหากเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว สุภาพ ถูกต้องและครบถ้วน จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ อีกทั้งความตรงต่อเวลาของผู้สอนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้เรียนให้ความสำคัญ

เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบ การเตรียมตัวที่ดี ไม่เอาเปรียบเวลาผู้เรียน ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้สอนและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของสถาบันสอนภาษา

5.1.3.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แสดงให้เห็นว่า หลักสูตรการสอนที่มีความหลากหลาย ทันสมัย ได้รับมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ มีการปรับปรุงพื้นฐานด้านภาษาก่อนเรียน รวมถึงเอกสารประกอบการสอนได้มาตรฐาน มีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วน และเข้าใจง่าย ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ

5.1.3.4 ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงของสถาบัน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากการที่สถานที่ตั้งของสถาบันภาษาอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน และมีบริการรถสาธารณะหรือติดรถไฟฟ้า จะช่วยให้ผู้เรียนเดินทางได้สะดวกยิ่งขึ้น ใช้ระยะเวลาไม่นาน สำหรับพื้นที่ของสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่มีกว้างขวางจะทำให้ผู้เรียนรู้สึกไม่แออัด นอกเหนือจากนี้การที่สถาบันสอนภาษามีชื่อเสียง จะทำให้ผู้เรียนเกิดความมั่นใจในด้านคุณภาพของการเรียนการสอนอีกด้วย

5.1.3.5 ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งในเรื่องของ ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพและระยะเวลาต่อหลักสูตร โดยมีค่าเรียนถูกกว่าสถาบันอื่นที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน อีกทั้งมีการกำหนดค่าเรียนที่ชัดเจนไม่เปลี่ยนแปลงภายหลัง เนื่องจากผู้เรียนให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของการเรียนและเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายอีกด้วย

5.1.3.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย ขนาดของห้องเรียนมีความเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน ความสว่างและอุณหภูมิภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม มีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก ความสะอาดภายในที่เรียน ห้องน้ำถูกสุขลักษณะและมีจำนวนเพียงพอ และมีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยเพียงพอต่อผู้เรียน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ เป็นต้น ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ

5.1.3.7 ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้อง ส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาจเนื่องมาจากผู้เรียนอาจจะมีกังวลในเรื่องการสื่อสาร กลัวฟังไม่เข้าใจ ส่งผลให้ผู้เรียนไม่รู้เรื่อง สำหรับจำนวนผู้เรียนต่อห้องมีความเหมาะสม ส่งผลให้ผู้เรียนไม่อยากเรียน โดยผู้เรียน

อาจจะต้องการให้มีจำนวนผู้เรียนต่อห้องน้อยมากๆ เพื่อให้มีโอกาสพัฒนาทักษะอย่างเต็มที่ อีกทั้งผู้สอนสามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง

สำหรับการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้วยวิธี Independent-Samples T-Test และ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน เนื่องจากเพศชายมักจะมีเวลามากกว่าเพศหญิงในการเดินทางไปเรียนหรือไปทำงานต่างประเทศที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการติดต่อสื่อสาร แต่อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และเป็นการสร้างความได้เปรียบแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านผู้สอนและความเหมาะสมของหลักสูตรการสอน ครูผู้สอนถือได้ว่าเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญของสถาบันสอนภาษาอังกฤษ เนื่องจากเป็นผู้ที่ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียน ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสรรหาและคัดเลือกครูผู้สอนที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านภาษาอังกฤษ ผ่านการสัมภาษณ์และทดสอบในด้านต่างๆ หลังจากนั้นควรทำการฝึกอบรมพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการสอนเพื่อให้ได้ครูผู้สอนที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งผู้ประกอบการควรออกแบบหลักสูตรการสอนให้มีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้เรียน เช่น หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร หลักสูตรภาษาอังกฤษสำหรับผู้สอบแข่งขันหรือเรียนต่อต่างประเทศ เป็นต้น อีกทั้งทำการแบ่งระดับความยากง่ายของเนื้อหาในแต่ละหลักสูตร เนื่องจากผู้เรียนแต่ละคนมีระดับความรู้ด้านภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน

5.2.2 ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและความตรงต่อเวลาของผู้สอน โดยเจ้าหน้าที่ให้บริการถือได้ว่าเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญ เนื่องจากเป็นผู้ที่พบกับลูกค้าคนแรกเพื่อให้บริการด้าน

ต่างๆ เช่น การแนะนำหลักสูตรการเรียน การสมัครเรียน การรับชำระค่าเรียน การแจกหนังสือหรือเอกสารประกอบการสอน เป็นต้น ซึ่งหากเจ้าหน้าที่สามารถให้บริการด้วยความสุภาพ รวดเร็ว และถูกต้องจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสรรหาและคัดเลือกเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ มีใจบริการ และมีความรับผิดชอบเข้ามาร่วมงาน อีกทั้งทำการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในด้านบริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องความตรงต่อเวลาของผู้สอน โดยมีการกำหนดให้ผู้สอนมาก่อนเวลาเพื่อเตรียมการสอนและป้องกันเหตุที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น อุบัติเหตุ ฝนตก รถติด เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการควรจะมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

5.2.3 ปัจจัยด้านหลักสูตรและเอกสารประกอบการสอน โดยผู้ประกอบการควรมีการออกแบบหลักสูตรและเอกสารประกอบการสอนให้มีความทันสมัย มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และได้รับมาตรฐานจากองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยที่หลักสูตรการสอนควรมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ของผู้เรียนที่แตกต่างกัน อีกทั้งควรมีหลักสูตรการปรับพื้นฐานก่อนเรียน เนื่องจากผู้เรียนมีระดับความรู้ด้านภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน นอกเหนือจากนี้ผู้ประกอบการควรทำการสำรวจความพึงพอใจของผู้เรียนต่อหลักสูตรและเอกสารประกอบการสอน โดยศึกษาเปรียบเทียบกับสถาบันสอนภาษาอังกฤษอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

5.2.4 ปัจจัยด้านสถานที่และชื่อเสียงของสถาบัน โดยผู้ประกอบการควรมีการสำรวจพื้นที่และเก็บข้อมูลเพื่อนำมากำหนดสถานที่ตั้งของสถาบันสอนภาษาอังกฤษและสาขาต่างๆ ให้มีความเหมาะสมโดยคำนึงถึงขนาดของพื้นที่ที่มีความกว้างขวาง การคมนาคมที่สะดวก อยู่ใกล้สถานที่ทำงาน ห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชนที่กลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งผู้ประกอบการควรจะต้องสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันสอนภาษาอังกฤษเพื่อให้เป็นที่รู้จัก เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของกลุ่มเป้าหมาย

5.2.5 ปัจจัยด้านค่าเรียนและระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร โดยผู้บริโภคนิยมที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับสินค้าหรือบริการที่ต้องการ โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าและคุณค่าที่ได้รับ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรให้ชัดเจน ไม่มีการเปลี่ยนแปลงภายหลัง ซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมทั้งในด้านคุณภาพและระยะเวลาการสอน อีกทั้งมีราคาที่ถูกกว่าสถาบันสอนภาษาอื่นๆ ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของกลุ่มเป้าหมาย

5.2.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของขนาดห้องเรียนต่อจำนวนผู้เรียน ความสว่างและอุณหภูมิภายในห้องเรียน การมี

บรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก ความสะอาดภายในที่เรียน ห้องน้ำถูก สุขลักษณะและมีจำนวนเพียงพอ อีกทั้งการมีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เพียงพอต่อผู้เรียน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรใส่ใจในเรื่องดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน

5.2.7 ปัจจัยด้านผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและจำนวนผู้เรียนต่อห้อง จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลในเชิงลบกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการปรับสัดส่วนผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาหรือชาวต่างชาติให้น้อยลง เนื่องจากผู้เรียนอาจจะมี ความกังวลในเรื่องการสื่อสาร กลัวฟังไม่เข้าใจ ส่งผลให้เรียนไม่รู้เรื่อง เป็นต้น นอกเหนือจากนี้ ผู้ประกอบการควรจะต้องมีการปรับจำนวนผู้เรียนต่อห้องใหม่โดยอาจจะสำรวจความพึงพอใจของผู้เรียนเพิ่มเติม เช่น การมีผู้เรียนน้อยจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้นเนื่องจากครูผู้สอนสามารถดูแลได้ทั่วถึง หรือการมีผู้เรียนในห้องมากๆ อาจจะทำให้ผู้เรียนรู้สึกว้าวน่าเบื่อ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการปรับจำนวนผู้เรียนในห้องหลายๆ ห้อง อาจจะทำให้ผู้เรียนรู้สึกว้าวน่าเบื่อ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการปรับจำนวนผู้เรียนในห้องหลายๆ ห้อง อาจจะทำให้ผู้เรียนรู้สึกว้าวน่าเบื่อ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการปรับจำนวนผู้เรียนในห้องหลายๆ ห้อง

5.2.8 ปัจจัยเรื่องเพศ จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยเรื่องเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่ต่างกัน โดยเพศชายมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเรียนมากกว่าเพศหญิง ซึ่งอาจเนื่องมาจากเพศชายมีความคล่องตัวมากกว่าเพศหญิงในการเดินทางไปเรียนหรือไปทำงานต่างประเทศที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการศึกษาความต้องการของเพศหญิงเพิ่มเติม เพื่อออกแบบหลักสูตรที่ดึงดูดให้เพศหญิงสนใจเข้ามาสมัครเรียน ซึ่งจะช่วยขยายฐานลูกค้ามากขึ้น

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างผ่านทางโซเชียลมีเดีย โดยมีระยะเวลาการเก็บแบบสอบถามเป็นเวลา 40 วัน ตั้งแต่วันที่ 6 ตุลาคม - 14 พฤศจิกายน 2559 ซึ่งระยะเวลาค่อนข้างจำกัด อีกทั้งการกระจายตัวของแบบสอบถามยังไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากกระจายอยู่ในกลุ่มที่ผู้วิจัยรู้จักเป็นส่วนใหญ่ เช่น เพื่อนที่เรียน เพื่อนที่ทำงานญาติพี่น้อง เป็นต้น ประกอบกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่าเคยเรียนภาษาอังกฤษมาก่อน อาจจะเคยเรียนภาษาอังกฤษในช่วงวัยเรียนไม่ใช่วัยทำงานซึ่งทำให้ข้อมูลที่ได้รับมีความคลาดเคลื่อน นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้รับถูกจำกัดเฉพาะในแบบสอบถามเท่านั้นซึ่งอาจจะมีปัจจัยย่อยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก็เป็นได้ ทำให้ข้อมูลที่ได้รับอาจไม่ครอบคลุมในรายละเอียดทั้งหมด ดังนั้น ผู้ที่จะนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ควรใช้ด้วยความระมัดระวัง

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

5.4.1 ควรมีการขยายขอบเขตของงานวิจัยให้มากขึ้น เช่น ขยายออกไปยังกลุ่มตัวอย่างที่อยู่วัยเรียนหรือกำลังศึกษาอยู่ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการเรียนภาษาอังกฤษจากสถาบันภายนอกเป็นจำนวนมาก เพื่อพัฒนาทักษะด้านภาษาให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ หรือการขยายกลุ่มตัวอย่างออกไปยังต่างจังหวัดมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายครอบคลุมประชากรทุกภาคส่วน

5.4.2 เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของกลุ่มเป้าหมาย ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม

5.4.3 ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม โดยอาจจะเลือกศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคซ้ำ (Repurchasing) เนื่องจากสถาบันสอนภาษาต่างๆ จะมีการแบ่งหลักสูตรออกเป็นหลายระดับ เมื่อผู้เรียนจบการศึกษาหลักสูตรแรกจะต้องสมัครเรียนหลักสูตรต่อไปซึ่งมีระดับที่สูงขึ้น ดังนั้น สถาบันสอนภาษาอังกฤษต่างๆ จะต้องวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าไว้ให้ได้ รวมถึงการขยายฐานลูกค้าใหม่ต่อไปในอนาคต

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- ชูชัย สมितिไกร. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

บทความวารสาร

- สุนีย์ วรรณโกมลและธานินทร์ ศิลป์จารุ (2552). *ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าระดับปริญญาตรี*. (วารสารวิชาการ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, ภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม.

วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ สารนิพนธ์ และงานค้นคว้าอิสระ

- กานต์รวี วัฒนปริดา. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกวดวิชาออนไลน์*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- กัมปนาท เนตรภักดี. (2551). *ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกเรียนภาษาอังกฤษที่ สถาบันสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีท*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิทยาการจัดการ.
- กิจวัฒน์ ธนวิศาล. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนภาษาจีนกลางของผู้เรียนในสถาบันวิทยสถานแห่งวัฒนธรรมตะวันออก เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- คัทลียา จิโนเชียว. (2556). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในจังหวัดปทุมธานี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ, วิชาเอกการตลาด.

- จิรัชญา ศุขโกคา และ ศิริจันทร์ พุกษาอารักษ์ (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาอังกฤษในสถาบันสอนภาษา Enconcept เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะวิทยาการจัดการ, สาขาวิทยาการจัดการ.
- ณธเดช อภิวุฒิกานุกานาภา (2555). การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรังสิต, คณะบริหารธุรกิจ, แขนงวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
- นลินี เสนาป่า (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปรีชญา แสงสุวรรณ. (2550). พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเลือกเรียนภาษาต่างประเทศ. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- พัชรภรณ์ ภูบุญศรี (2552). ปัจจัยสำคัญในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา : กรณีศึกษา เขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี, สาขาวิชาการตลาด.
- เพชรพร ขำเนียม (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาและความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, สาขาบริหารธุรกิจ.
- ภัทรพร สมเพชร (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (รายการวิจัย). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มานพ พัฒนไพบูลย์. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษเอกชนของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ.
- รดา วราวิริยะพงศ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- วรรณพร มหาภาส (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดเชียงราย. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป.

- วัชรวิ บรมฤทธิ (2548). ปัจจัยการตลาดต่อการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, คณะ บริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.
- วัชรพงษ์ ชื่นเบิกบาน. (2553). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อหลักสูตร ภาษาอังกฤษ สำหรับผู้ใหญ่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.
- ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์. (2554). แนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราช ภัฏภูเก็ต, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.
- สุริภรณ์ พาร์เมลี. (2549). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษของ ผู้เรียนในโรงเรียนภาษา เท็กซัส แอนด์ ทอล์ค พัทยา. (ภาคนิพนธ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร เกษม, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการจัดการทั่วไป.
- สุรณี มะโนเรือง. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, คณะ บริหารธุรกิจ.
- สุกัญญา เอียดขาว (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอน ภาษาญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ, วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ.
- สุกัญญา พิชัยยงค์วงศ์ดี. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมของ ผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างสถาบันสอนภาษาเอ.ยู.เอ กับ สถาบันสอนภาษาบริติช เคานซิล ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะ บริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.
- อัฐกร แผ่นทอง (2547). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ผู้จัดการ Online. (27 มีนาคม 2556). สถาบันสอนภาษาแข่งเดือด ทะลุหมื่นล้านบาท รองรับเปิด AEC. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2559, จาก <http://www.manager.co.th>

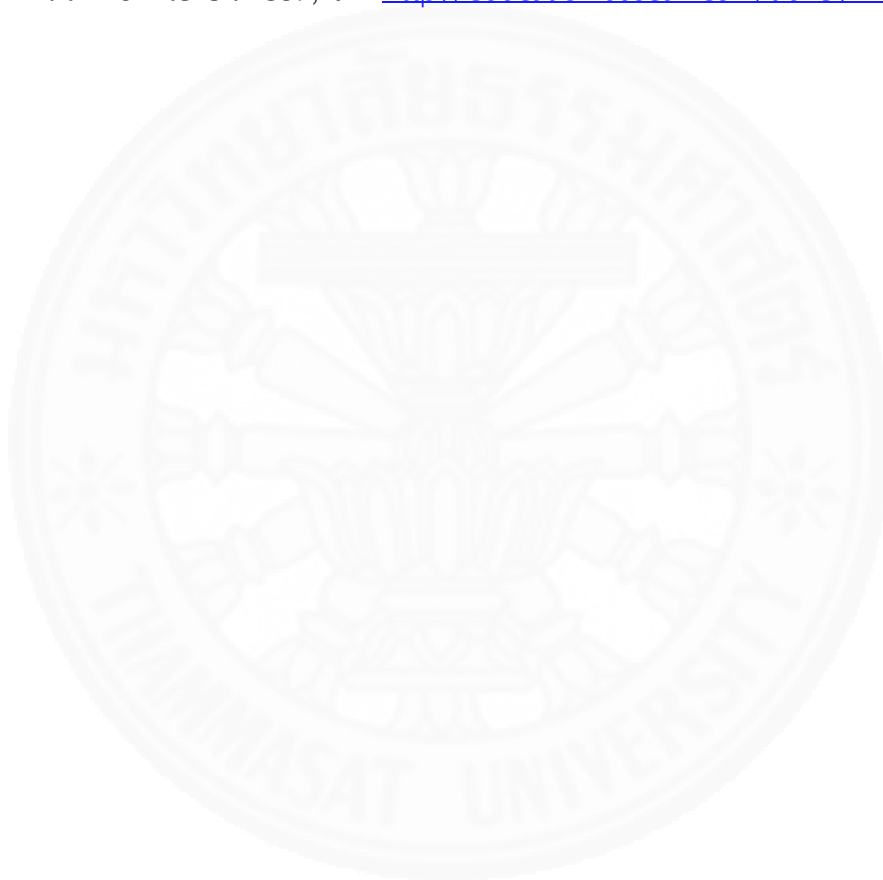
องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (4 ตุลาคม 2555). พัฒนาทักษะ 'ภาษาอังกฤษ' สู่อเซียน
เพิ่มโอกาสสร้างงาน สร้างอาชีพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2559, จาก

<http://www.thai-aec.com/543#more-543>

Education First. *EF English Proficiency Index 2015*. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2559, จาก

<http://www.ef.co.th/epi/regions/asia/>

Uasean. สถาบันสอนภาษาแข่งขันเพื่อรับ AEC จับตารายใหญ่ชิงส่วนแบ่งการตลาด. สืบค้นเมื่อ
วันที่ 18 กันยายน 2559, จาก <http://education.uasean.com/travel/2406>





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก**แบบสอบถาม****เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ
ของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล****คำชี้แจง :**

1. แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามชุดนี้ ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัด ไม่มีการเปิดเผยต่อสาธารณชนไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น และจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น จึงขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงและครบถ้วน เพื่อให้ผลการวิจัยนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

นิยามศัพท์เฉพาะ

วัยทำงาน หมายถึง ผู้ที่มีอายุระหว่าง 22-60 ปี และกำลังปฏิบัติงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น

1. ท่านมีอายุระหว่าง 22-60 ปี และกำลังปฏิบัติงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลใช่หรือไม่

- ใช่ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

2. ท่านเคยเรียนหรือกำลังศึกษาในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่

- เคย ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)

3. ชื่อสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่ท่านเคยศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน (กรณีที่เคยเรียนหลายสถาบัน ให้เลือกตอบเพียง 1 สถาบันที่ท่านเรียนบ่อยที่สุด)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> AUA | <input type="checkbox"/> BRITISH COUNCIL |
| <input type="checkbox"/> Wall Street | <input type="checkbox"/> inlingua |
| <input type="checkbox"/> ECC | <input type="checkbox"/> BB&C |
| <input type="checkbox"/> Fast English | <input type="checkbox"/> I-Genius |
| <input type="checkbox"/> EF English first | <input type="checkbox"/> Berlitz |
| <input type="checkbox"/> Enconcept | <input type="checkbox"/> โรงเรียนสอนภาษาครุสมศรี |
| <input type="checkbox"/> Access | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

4. เหตุผลที่เลือกเรียนภาษาอังกฤษ (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ใช้ในการทำงาน | <input type="checkbox"/> เตรียมศึกษาต่อต่างประเทศ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อสอบแข่งขัน | <input type="checkbox"/> เพื่อพัฒนาทักษะด้านภาษา |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง : กรุณาประเมินสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่ท่านเลือกตอบในส่วนที่ 1 ข้อ 3 ว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใดโดยทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

หมายเหตุ :	ระดับคะแนน 5 เห็นด้วยมากที่สุด	ระดับคะแนน 4 เห็นด้วยมาก
	ระดับคะแนน 3 เห็นด้วยปานกลาง	ระดับคะแนน 2 เห็นด้วยน้อย
	ระดับคะแนน 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด	N/A ไม่สามารถประเมินได้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ	ระดับความเห็น					
	5	4	3	2	1	N/A
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						
1.1 หลักสูตรการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ						
1.2 หลักสูตรการสอนมีความหลากหลาย						
1.3 หลักสูตรการสอนมีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ผู้เรียน						
1.4 หลักสูตรการสอนได้รับมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ						
1.5 มีหลักสูตรการปรับพื้นฐานด้านภาษาที่ได้ผล						
1.6 เอกสารประกอบการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ						
1.7 เอกสารประกอบการสอนมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย						
1.8 เอกสารประกอบการสอนได้รับมาตรฐาน ถูกต้อง สมบูรณ์						
1.9 จำนวนผู้เรียนต่อห้องมีความเหมาะสม						
1.10 ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม						
2. ปัจจัยด้านราคา						
2.1 ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน						
2.2 ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับระยะเวลาในการเรียน						
2.3 ค่าเรียนถูกกว่าสถาบันอื่น โดยที่คุณภาพใกล้เคียงกัน						
2.4 ค่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้เป็นงวดๆ ในระยะเวลาที่เหมาะสม						
2.5 มีการกำหนดค่าเรียนที่ชัดเจน ไม่เปลี่ยนแปลงภายหลัง						
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่						
3.1 สถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก เช่น ติดรถไฟฟ้า มีรถบริการสาธารณะผ่าน เป็นต้น						
3.2 สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน ใช้ระยะเวลาในการ เดินทางไม่นาน						
3.3 สถานที่เรียนมีพื้นที่กว้างขวาง						

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ	ระดับความเห็น					
	5	4	3	2	1	N/A
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด						
4.1 มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นป้าย ใบปลิว หรือโซเชียลมีเดีย เป็นต้น						
4.2 เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีความน่าสนใจ จัดจำได้ง่าย						
4.3 เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เช่น ข้อมูลสถาบัน หลักสูตรการสอน เป็นต้น						
4.4 เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ ระบุถึงประโยชน์และความสำเร็จจากการเรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษาที่น่าเชื่อถือ						
4.5 มีการออกงานอีเว้นท์และจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ						
4.6 มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา ค่าเรียน หรือให้ส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือการแจกเอกสาร การเรียนการสอนฟรี						
5. ปัจจัยด้านบุคลากร						
5.1 มีสัดส่วนผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาหรือชาวต่างชาติจำนวนมาก						
5.2 ผู้สอนมีความรู้ และประสบการณ์ด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี						
5.3 ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา						
5.4 ผู้สอนมีเทคนิคพิเศษในการสอน ให้เข้าใจง่ายและจดจำ						
5.5 ผู้สอนมีสำเนียงภาษาอังกฤษที่ดี						
5.6 ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียน						
5.7 ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน						
5.8 ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถามข้อสงสัยต่างๆ						
5.9 ผู้สอนเป็นคนตรงต่อเวลา						
5.10 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว						
5.11 เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นมิตร						
5.12 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ						
5.13 เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน						

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษ	ระดับความเห็น					
	5	4	3	2	1	N/A
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ						
6.1 สถาบันสอนภาษามีชื่อเสียงที่ดี เป็นที่รู้จัก						
6.2 มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เพียงพอ ต่อผู้เรียน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ กระดาน						
6.3 ขนาดของห้องเรียนมีความเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน						
6.4 ความสว่างและอุณหภูมิภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม						
6.5 มีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก						
6.6 ความสะอาดภายในที่เรียน						
6.7 ห้องน้ำถูกสุขลักษณะและมีจำนวนเพียงพอ						
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ						
7.1 สามารถชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านธนาคาร บัตรเครดิต หรือเงินสดหน้าเคาน์เตอร์						
7.2 ขั้นตอนการสมัครเรียนสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก						
7.3 มีระบบการวัดผลการเรียนของผู้เรียนที่มีมาตรฐาน						

	ระดับการตัดสินใจ				
	เรียน แน่นอน	อาจจะ เรียน	ไม่แน่ใจ	อาจจะ ไม่เรียน	ไม่เรียน แน่นอน
ถ้าให้ท่านตัดสินใจได้ใหม่ ท่านจะเลือกเรียนสถาบัน สอนภาษาอังกฤษที่ท่านกำลังประเมินนี้อีกหรือไม่					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องสี่เหลี่ยมหน้าข้อความที่ตรงกับผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

ปริญญาโท หรือเทียบเท่า

สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ประสบการณ์ทำงาน.....ปี

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 15,000 บาท

15,000 - 20,000 บาท

20,001 - 25,000 บาท

25,001 - 30,000 บาท

30,001 - 35,000 บาท

35,001 - 40,000 บาท

40,001 - 45,000 บาท

45,001 - 50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาท

***** จบแบบสอบถาม *****

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้

ภาคผนวก ข

รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ตารางที่ ข.1

จำนวนปัจจัยที่สกัดได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายได้

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	17.311	36.832	36.832	17.311	36.832	36.832	5.762	12.26	12.26
2	3.448	7.335	44.168	3.448	7.335	44.168	4.683	9.964	22.225
3	2.22	4.723	48.891	2.22	4.723	48.891	4.204	8.944	31.169
4	1.872	3.983	52.874	1.872	3.983	52.874	3.994	8.498	39.667
5	1.548	3.293	56.167	1.548	3.293	56.167	3.793	8.069	47.736
6	1.409	2.998	59.165	1.409	2.998	59.165	3.437	7.314	55.05
7	1.214	2.583	61.749	1.214	2.583	61.749	2.022	4.303	59.353
8	1.158	2.464	64.212	1.158	2.464	64.212	1.938	4.123	63.476
9	1.044	2.221	66.433	1.044	2.221	66.433	1.39	2.957	66.433
10	0.963	2.048	68.482						
11	0.889	1.892	70.374						
12	0.837	1.782	72.155						
13	0.818	1.741	73.896						
14	0.754	1.604	75.5						
15	0.696	1.48	76.98						
16	0.662	1.408	78.388						
17	0.621	1.321	79.709						
18	0.575	1.222	80.931						
19	0.534	1.137	82.068						
20	0.523	1.112	83.18						
21	0.493	1.049	84.23						
22	0.463	0.984	85.214						
23	0.444	0.944	86.159						
24	0.44	0.937	87.095						
25	0.404	0.859	87.954						

ตารางที่ ข.1

จำนวนปัจจัยที่สกัดได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายได้ (ต่อ)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
26	0.401	0.854	88.808						
27	0.373	0.794	89.601						
28	0.361	0.769	90.37						
29	0.358	0.762	91.133						
30	0.342	0.728	91.861						
31	0.333	0.709	92.57						
32	0.308	0.654	93.224						
33	0.292	0.622	93.847						
34	0.283	0.601	94.448						
35	0.272	0.578	95.026						
36	0.263	0.559	95.585						
37	0.259	0.551	96.136						
38	0.244	0.52	96.656						
39	0.223	0.475	97.131						
40	0.207	0.441	97.572						
41	0.204	0.433	98.005						
42	0.186	0.397	98.401						
43	0.181	0.385	98.786						
44	0.165	0.35	99.136						
45	0.145	0.309	99.445						
46	0.137	0.292	99.737						
47	0.124	0.263	100						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ตารางที่ ข.2

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix)

Rotated Component Matrix(a)									
Details of Factors	Component								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
หลักสูตรการสอนมีความเหมาะสมตรงกับ วัตถุประสงค์ผู้เรียน	0.608								
ผู้สอนมีความรู้ และประสบการณ์ด้าน ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี	0.724								
ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา	0.772								
ผู้สอนมีเทคนิคพิเศษในการสอน ให้เข้าใจง่าย และจดจำ	0.752								
ผู้สอนมีสำเนียงภาษาอังกฤษที่ดี	0.633								
ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียน	0.609								
ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน	0.57								
ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถามข้อสงสัย ต่างๆ	0.486								
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่ หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นป้าย ใบปลิว หรือโซเชียลมีเดีย เป็นต้น		0.749							
เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีความน่าสนใจ จดจำได้ง่าย		0.786							
เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีรายละเอียด ครบถ้วน สมบูรณ์ เช่น ข้อมูลสถาบัน หลักสูตรการสอน เป็นต้น		0.783							
เนื้อหาของสื่อ โฆษณาต่างๆ ระบุถึงประโยชน์ และความสำเร็จจากการเรียนภาษาอังกฤษที่ สถาบันสอนภาษาที่น่าเชื่อถือ		0.774							
มีการออกงานอีเว้นท์และจัดกิจกรรมอย่าง สม่ำเสมอ		0.784							
มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การลด ราคา ค่าเรียน หรือให้ส่วนลดตามเงื่อนไขที่ กำหนด หรือการแจกเอกสารการเรียนการ สอนฟรี		0.629							

ตารางที่ ข.2

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix) (ต่อ)

Rotated Component Matrix(a)									
Details of Factors	Component								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ขนาดของห้องเรียนมีความเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน			0.58						
ความสว่างและอุณหภูมิภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม			0.757						
มีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก			0.696						
ความสะอาดภายในที่เรียน			0.748						
ห้องน้ำถูกสุขลักษณะและมีจำนวนเพียงพอ			0.708						
มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เพียงพอต่อผู้เรียน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ กระดาน			0.464						
หลักสูตรการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ				0.527					
หลักสูตรการสอนได้รับมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ				0.698					
มีหลักสูตรการปรับพื้นฐานด้านภาษาที่ได้ผล				0.628					
เอกสารประกอบการสอนมีความทันสมัย น่าสนใจ				0.617					
เอกสารประกอบการสอนมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย				0.541					
เอกสารประกอบการสอนได้รับมาตรฐานถูกต้อง สมบูรณ์				0.651					
หลักสูตรการสอนมีความหลากหลาย				0.465					
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว					0.741				
เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นมิตร					0.757				
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ					0.708				
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน					0.666				
ผู้สอนเป็นคนตรงต่อเวลา					0.476				

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายสรพล เมฆพัฒน์
วันเดือนปีเกิด	11 พฤษภาคม 2530
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2552 : วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมเครื่องกล) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนแทรกเตอร์ ส่วนส่งเสริมความพึงพอใจของลูกค้า ฝ่ายประกันคุณภาพ บริษัทสยามคูโบต้าคอร์ปอเรชั่น จำกัด
ประสบการณ์ทำงาน	2552-ปัจจุบัน : ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนแทรกเตอร์ ส่วนส่งเสริมความพึงพอใจของลูกค้า ฝ่ายประกันคุณภาพ บริษัทสยามคูโบต้าคอร์ปอเรชั่น จำกัด