

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา  
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

กัญญาพัชร โคมแสง

26 ม.ค. 2558

347714

งานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

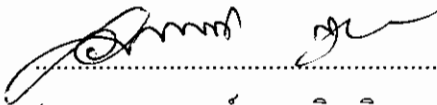
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

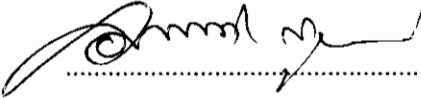
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณางาน  
นิพนธ์ของ กัญญาพัชร โคแสง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

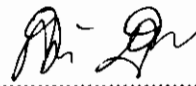
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)


คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์

  
.....ประธาน  
(ศาสตราจารย์ ดร.อุทิส ศิริวรรณ)

  
.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)

  
.....กรรมการ  
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา

  
.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิชณี นนทศักดิ์)

วันที่ 5 เดือน กรกฎาคม พ.ศ.2556

## ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี ก็ด้วยความอนุเคราะห์ ช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณหลายท่านที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ท่านที่มีพระคุณท่านแรกที่ขอระลึกถึง คือ รศ.ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานหลักสูตรการจัดการ SMEs และรายงานฉบับนี้ ที่ท่านได้ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ และแนวทางที่ถูกต้อง ตั้งแต่เริ่มต้นหัวข้อการวิจัย การวิเคราะห์ผล จนกระทั่งสำเร็จเป็นรายงานฉบับนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ที่สอนในระดับปริญญาโททุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ แก่ข้าพเจ้าเสมอมา และทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

รายงานฉบับนี้ อาจไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีได้ หากปราศจากกำลังใจและความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคนในครอบครัว ขอบคุณมิตรภาพจากเพื่อน ๆ SMEs รุ่น 11 ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา รวมถึงคุณครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน และหวังว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อไป

กัญญาพัชร โคนแสง

54921232 : สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กง.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ : การตัดสินใจเลือก / สถาบันสอนภาษา / แฟรนไชส์ UNISEARCH

กัญญาพัชร โคแสง : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษา แฟรนไชส์ UNISEARCH (FACTORS THAT AFFECT THE DECISION ON CHOOSING LANGUAGE INSTITUTE FRANCHISE UNISEARCH) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, DBA, 72 หน้า, ปี พ.ศ. 2556.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ที่มีส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เด็กนักเรียนที่เรียนภาษาที่สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH จำนวน 300 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติ t-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) และสถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบได้ ดังนี้ 1) ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 13 - 14 ปี และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น 2) ทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษของผู้เรียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับสูงที่สุดคือ ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่เรารู้กันทั่วโลก รองลงมาคือ การเรียนภาษาอังกฤษมีความจำเป็นในโลกปัจจุบัน 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน ในภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ผู้เรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับสูงที่สุดคือ ด้านกิจกรรม ส่วนด้านที่ให้ความสำคัญต่ำที่สุดคือ ด้านเนื้อหา 4) ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมพบว่าแตกต่างกันตาม เพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 5) ทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมและรายด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

54921232: MAJOR: MASTER OF MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT; M.M. (MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEY WORD: THE DECISION TO CHOOSE/ THE LANGUAGE INSTITUTE/ FRANCHISE "UNISEARCH"

KANYAPHAT KOSANG: FACTORS THAT AFFECT THE DECISION ON CHOOSING LANGUAGE INSTITUTE FRANCHISE UNISEARCH. ADVISORS: VUTTICHAT SOONTHONSMAI, D.B.A. 72 P. 2013.

This is a quantitative research whose purpose are to study the attitude towards studying English of the students at the language institute franchise "UNISEARCH", to study the factor of the decision to choose the language institute franchise "UNISEARCH" of students, to study personal factor that affects the decision to choose the language institute franchise "UNISEARCH". The sample group in this research are 300 students who study at the language institute franchise "UNISEARCH". The analyzing tool is a statistic processed program. The used statistics is quantity, percentage, mean and standard deviation. In the test of hypothesis, this uses t-Test, one way analysis of variance, the statistics to find Pearson correlation coefficient. The results are as the following:

1. Most students who answer the questionnaires are 13-14-year-old girls. They study at secondary school.
2. Students' attitude towards studying English in overall is in the most level. The top level that students have attitude is that English is a universal language that people around the world learn. The next level is that studying English is important nowadays.
3. About the factor that affects the decision to choose the language institute franchise "UNISEARCH" of students in overall, they focus on an activity in the top level and the lowest level is content.
4. The factor of the decision to choose the language institute franchise "UNISEARCH" in overall is different in gender significantly in statistics at the level .05. The other factors are not different.
5. About the attitude towards studying English, it relates to the factor of the decision to choose the language institute franchise "UNISEARCH" in overall and each side significantly in statistics at the level .05.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ .....	6
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ .....	11
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ โรงเรียนกวดวิชา.....	17
ข้อมูลทั่วไปของสถาบันสอนภาษา Unisearch.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	20
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
รูปแบบการศึกษา.....	27
ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	27
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
การสร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	31
4 ผลการวิจัย .....	33
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ .....	33
การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	34
ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษของผู้เรียน .....	35
ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน โดยรวม รายด้านและรายข้อ .....	37
การทดสอบสมมติฐาน .....	42
5 อภิปรายและสรุปผล .....	47
สรุปผลการวิจัย .....	47
อภิปรายผลการวิจัย .....	48
ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ .....	52
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป .....	53
บรรณานุกรม .....	54
ภาคผนวก .....	58
ภาคผนวก ก .....	59
ภาคผนวก ข .....	64
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	72

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .....	29
4-1 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	34
4-2 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษของผู้ตอบ แบบสอบถาม โดยรวม และรายด้าน .....	35
4-3 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน โดยรวม รายด้านและรายข้อ .....	37
4-4 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านรูปแบบ ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	38
4-5 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านเนื้อหา ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	38
4-6 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านการทำงานร่วมกัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	39
4-7 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านบรรยากาศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	40
4-8 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านกิจกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	41
4-9 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียนจำแนกตามเพศ .....	42
4-10 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียนจำแนกตามอายุ .....	43
4-11 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน จำแนกตามระดับการศึกษา .....	44
4-12 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือก สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH .....	45



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	3

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมโลกปัจจุบัน คงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลของโลกที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย และเข้ามามีบทบาทสำคัญในวิถีชีวิตของผู้คนจำนวนมากไม่น้อย จากอิทธิพลของความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร ส่งผลให้ภาษาอังกฤษยิ่งทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การศึกษาค้นคว้าแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย รวมถึงการประกอบอาชีพ (สถาบันสังคมศึกษา สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน)

หลักสูตรการศึกษาระดับขั้นการศึกษาขั้นพื้นฐาน ไม่ได้มองข้ามความสำคัญและความจำเป็นของภาษาอังกฤษ มีการกำหนดให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศที่เป็นสาระการเรียนรู้พื้นฐานซึ่งนักเรียนทุกคนต้องได้เรียนรู้ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการฟัง พูด อ่าน เขียน เข้าใจความแตกต่างของภาษา การคิด สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง และวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และสามารถสื่อสารกับชาวชาติได้ รวมทั้งช่วยให้ผู้เรียนเข้าถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนได้ง่ายและกว้างขึ้น ในขณะที่ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี เป็นต้น สถานศึกษาสามารถจัดสอนได้ตามความเหมาะสม โดยให้อยู่ในดุลพินิจ (สถาบันสังคมศึกษา สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน)

โดย "สถาบันภาษายูนิเซิร์ซ" เกิดขึ้นจากจุดเริ่มต้นของความตั้งใจและความรักที่มีต่อเด็กและปรารถนาที่จะให้เด็ก ๆ มีโอกาสบ่มเพาะและพัฒนาทักษะในการดำรงชีวิตที่ดี ผ่านการเรียนรู้ภาษาอังกฤษและภาษาจีน สถาบันฯ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2546 โดยเป็นต้นแบบ สถาบันพัฒนาอัจฉริยภาพด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีนสำหรับเด็กยุคใหม่ ที่นำเสนอวิธีการเรียนการสอนที่เป็นระบบรูปแบบเฉพาะ ภายใต้ชื่อ โปรแกรมหลักสูตรแนวทฤษฎีใหม่ M.T.A.L.; Multifaceted Teaching methods through Active Learning ปัจจุบัน สถาบันภาษายูนิเซิร์ซ มีสาขาทั้งหมด 16 สาขา ดังนี้ สาขาท่าพระ สาขาสุขสวัสดิ์ สาขาบางบัวทอง สาขารามคำแหง สาขาเจริญนคร สาขาเทพารักษ์ สาขาบางใหญ่ สาขาสระบุรี สาขาพัทยา สาขาเชียงใหม่ สาขาพิษณุโลก สาขาระยอง สาขาหาดใหญ่ สาขาสุราษฎร์ธานี สาขาชลบุรี (บ้านสวน) สาขานครศรีธรรมราช (สถาบันสอน

ภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH, 2555) สำหรับสาขาที่จะเปิดดำเนินการเร็ว ๆ นี้ ดังนี้ สาขานน  
จันทร์ สาขามุกดาหาร สาขาภูเก็ต สาขานครปฐม สาขาร้อยเอ็ด

โปรแกรมหลักสูตรแนวทฤษฎีใหม่ M.T.A.L. เป็นการค้นคว้า วิจัย รวบรวมและ  
ประยุกต์ใช้ระบบและวิธีการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศบนพื้นฐานผลวิจัยที่มีการพัฒนา  
อย่างต่อเนื่อง ซึ่งให้ผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนและได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ  
เน้นการพัฒนาพื้นฐานและเตรียมความพร้อมที่ดีด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีน รวมถึงส่งเสริม  
ทักษะความคิดและจินตนาการให้กับเด็ก ๆ เพื่อให้เขาเหล่านั้นมีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าคิดและ  
กล้าแสดงออกด้วยภาษาอังกฤษอย่างสร้างสรรค์

พันธกิจและนโยบายการดำเนินงาน สถาบันฯ มุ่งมั่นที่จะอุทิศตนให้เป็นประ โยชน์สูงสุด  
เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีและเป็นกำลังสำคัญผลักดันให้กับเด็ก ๆ ได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษอย่างเต็ม  
ศักยภาพ เหนือสิ่งอื่นใดคือพื้นฐานที่ดีในการค้นคว้าหาความรู้ต่อเนื่องด้วยตนเองได้ในอนาคต  
สถาบันฯ ได้กำหนดกิจกรรมและบริการเพื่อเติมเต็มศักยภาพสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งการพัฒนา  
และการเรียนรู้ด้านภาษาศาสตร์ที่พร้อมสรรพ

จากความสำคัญและที่มาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าการที่จะพัฒนาให้เด็กไทยมีความรู้เพิ่มมาก  
ขึ้น สิ่งสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาก็คือการศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา  
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH เพื่อนำข้อมูลจากการศึกษาไป  
ปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้ดียิ่งขึ้นต่อไป และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ  
สถาบันสอนภาษา รวมถึงครู และเหตุผลในการเรียนสถาบันสอนภาษาของผู้เรียน และนำไป  
ปรับปรุงการเรียนการสอนภายในห้องเรียนให้ได้ประสิทธิภาพ น่าสนใจมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

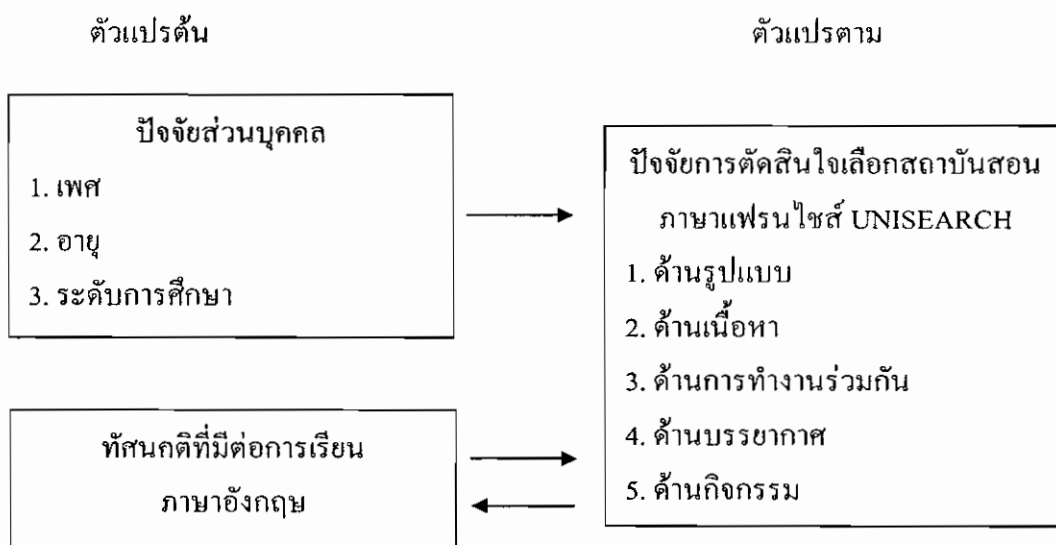
1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนสถาบันสอนภาษา  
แฟรนไชส์ UNISEARCH
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของ  
ผู้เรียน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษา  
แฟรนไชส์ UNISEARCH
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ที่มีส่งผลต่อ  
ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้เรียนที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ต่างกัน มีผลทำให้ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาเฟรนไชส์ UNISEARCH แตกต่างกัน
2. ทักษะคดีด้านการเรียนภาษาอังกฤษ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาเฟรนไชส์ UNISEARCH

### กรอบแนวคิด

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาเฟรนไชส์ UNISEARCH ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ไว้ดังนี้



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบ และใช้ข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียน สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH โดยจะสามารถนำเอาแนวทางเกี่ยวกับทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ มาปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนและประยุกต์ใช้กับสถานศึกษาต่างๆ ได้
2. เพื่อให้ทราบ และใช้ข้อมูลด้านปัจจัยของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH เพื่อที่สถาบันจะสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ มาพัฒนาศักยภาพเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับแฟรนไชส์หรือสถาบันอื่น และสามารถเป็นแหล่งศึกษาข้อมูล และเป็นประโยชน์ทางการศึกษาให้แก่ผู้สนใจที่ต้องการศึกษาค้นคว้าต่อไป
3. เพื่อให้ทราบ และใช้ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่จะมีผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาอังกฤษ ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสถาบันสอนภาษา UNISEARCH รวมถึงสถาบันอื่นๆ อีกด้วย

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตประชากร

1.1 ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ เด็กนักเรียนที่เรียนภาษาที่สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ซึ่งมีนักเรียนที่ลงทะเบียนเรียน 1,740 คน

1.2 กลุ่มที่ทำการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างสำหรับการใช้ในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เด็กนักเรียนที่เรียนภาษาที่สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH จำนวน 300 คน การกำหนดหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตรการคำนวณ ตามตารางสำเร็จรูปของ เครซี่และมอร์แกน

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ และปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านรูปแบบ 2) ด้านเนื้อหา 3) ด้านการทำงานร่วมกัน 4) ด้านบรรยากาศ และ 5) ด้านกิจกรรม

### 3. ขอบเขตของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

#### 3.1 ตัวแปรอิสระ

- 3.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา
- 3.1.2 ทัศนคติของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ

### 3.2 ตัวแปรตาม

3.2.2 ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านรูปแบบ 2) ด้านเนื้อหา 3) ด้านการทำงานร่วมกัน 4) ด้านบรรยากาศ และ 5) ด้านกิจกรรม

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้เรียน หมายถึง ผู้ที่เข้ามาเรียน ในสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ที่สาขาทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ หมายถึง ความรู้สึกภายใน ความพร้อม หรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ที่เกิดขึ้นต่อการเรียนภาษาอังกฤษ

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH หมายถึง ปัจจัยที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจด้านการตลาดบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH โดยวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ, ด้านเนื้อหา, ด้านการทำงานร่วมกัน, ด้านบรรยากาศ และ ด้านกิจกรรม

ด้านรูปแบบ หมายถึง ความสวยงาม ความสะดวกในการใช้ และความเข้าใจง่าย ของชุดการเรียนการสอน อันจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

ด้านเนื้อหา หมายถึง ความยากง่ายมีความเหมาะสมของเนื้อหา ความตรงกับจุดประสงค์การเรียนรู้ ที่ถ่ายทอดต่อผู้เรียน อันจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

ด้านการทำงานร่วมกัน หมายถึง รูปแบบทางการสอนที่ถูกเน้นให้เกิดการทำงานร่วมกัน การทำงานเป็นกลุ่ม การฝึกฝนให้เกิดผู้นำ อันจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

ด้านบรรยากาศ หมายถึง สภาพแวดล้อมที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้ของผู้เรียน อันจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

ด้านกิจกรรม หมายถึง ความหลากหลายของกิจกรรมที่จะให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ในการเรียนการสอน อันจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการวิจัย ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัย รวมทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
2. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการกวดวิชา
4. ข้อมูลทั่วไปของสถาบันสอนภาษา Unisearch
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

##### ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ คือความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่จะเป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคลบางคนหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Good, 1997 อ้างถึงใน รัชนี นพเกตุ, 2540) เป็นสิ่งที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ในอดีตที่จัดเรียงเป็นระบบ โดยจะสะท้อนออกมาเมื่อปัจเจกบุคคลเผชิญกับสถานการณ์ใหม่ ๆ (Newcomb, Theodore, Ralph, Turner, & Philip, 1965, p. 107 อ้างถึงใน รัชนี นพเกตุ, 2540)

ทัศนคติ คือความรู้สึกและการประพฤติในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง โดยเฉพาะต่อวัตถุบางอย่างอยู่เสมอ ทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อวัตถุบางอย่างจะมีทั้งความรู้สึกและความเชื่อ ถ้าหากคน ๆ หนึ่งมีทัศนคติที่ไม่ดีแล้วย่อมแสดงให้เห็น โดยนัยว่าจะมีความรู้สึกและความเชื่อในทางลบ (สมยศ นาวิการ, 2521, หน้า 78)

ทัศนคติเป็นการรวมความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็นและความจริงเป็นการประเมินค่าทั้งทางบวกและทางลบ โดยทั้งหมดจะมีความเกี่ยวพันกันและมีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมขึ้น (โสภา ชูพิกุลชัย, 2522, หน้า 51)

ทัศนคติเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมที่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ทัศนคติเป็นความรู้สึกและความเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวคิดนั้น เป็นความรู้สึกในด้านบวกหรือ

ลบของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรม โดยตรง (Fishbein & Ajzen, 1975, p. 102)

ทัศนคติมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างตั้งใจ เนื่องจากมนุษย์ที่มีความตั้งใจในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะแสดงพฤติกรรมออกมาในด้านบวกโดยตรง ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยหรือเกี่ยวกับความรู้สึก เช่นความชอบ ความเกลียด เป็นต้น (Newcomb, 1998 อ้างถึงใน อรจิรา เนตรอารีย์, 2543, หน้า 35)

ทัศนคติเป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคนมิใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิดแต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ ประสบการณ์ หรือการเลียนแบบ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526, หน้า 34) ที่คนได้เกี่ยวข้องอยู่

ทัศนคติจะก่อตัวจากการประเมินภายหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกดังกล่าว โดยมักเกิดจากอิทธิพลของกลุ่มที่เกี่ยวข้องด้วยหรือกลุ่มทางสังคมที่ได้ไปเกี่ยวข้องด้วย นอกจากนี้ ทัศนคดียังขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะท่าทางซึ่งเป็นผลของการเรียนรู้ที่ได้จากการปฏิบัติต่อโลกภายนอกอีกด้วย จากการศึกษาพบว่า ทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร ทั้งนี้เพราะทัศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้นจะมีกระบวนการคิด วิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อตั้งนั้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจึงต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวด้วย (ธงชัย สันติวงษ์, 2539)

องค์ประกอบของทัศนคติ

จากความหมายของ ทัศนคติ ดังกล่าว ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen, 1970 อ้างถึงใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์, 2531, หน้า 49) สามารถแยกองค์ประกอบของ ทัศนคติ ได้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคล ที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมี ทัศนคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดี ก็จะมี ทัศนคติ ที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตาม บุคลิกภาพ ของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และ ความรู้สึก



จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีทัศนคติ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้นส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพ กับความรู้สึกของบุคคลอาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวก และทางลบซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้

#### • ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคลและจะแตกต่างกันตามปัจจัยแวดล้อมที่แตกต่างกันของบุคคลนั้น บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก คือทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมถึงหน่วยงาน องค์กร การสถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น ๆ

2. ทัศนคติเชิงลบ คือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัยรวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กรสถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่น ๆ

3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

อนึ่ง บุคคลอาจมีทัศนคติทั้ง 3 ประการนี้เพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึก ความคิด หรือค่านิยมที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น

#### หน้าที่ของทัศนคติ

ทัศนคติจะทำหน้าที่เป็นกลไกที่สำคัญ 4 ประการ (Katz, 1960, pp. 163-168) ดังนี้

1. เพื่อการปรับตัว (Adjustment) โดยแต่ละบุคคลจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องยึดถือ สำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงสุดและให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนั้นทัศนคติสามารถเป็นกลไกที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และที่ไม่พึงประสงค์ของบุคคล

2. เพื่อการป้องกันตัว (Ego Defense) โดยปกติบุคคลมักมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งที่ขัดแย้งกับความนึกคิดของตน (Self-image) ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถสะท้อนออกมาเป็นกลไกป้องกันตัวโดยการแสดงออกเป็นความรู้สึกถูกเหยียดหยามหรือดิฉินนินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าคนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น

3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expression) ทักษะคิดเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่าง ๆ โดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

4. เพื่อใช้เป็นตัวจัดระเบียบความรู้ (Knowledge) ทักษะคิดจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบ ๆ ตัว มีผลทำให้บุคคลสามารถรู้และเข้าใจถึงระบบและระเบียบของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวได้

#### • ทักษะคิดในการเรียนภาษา

สำหรับการเรียนการสอนภาษา ทักษะคิดของผู้เรียนมีผลต่อการเรียนรู้ภาษา ทักษะคิดของผู้เรียนเป็นตัวแปรทางด้านจิตวิทยาและบุคลิกภาพของตัวผู้เรียน ซึ่งมีความสำคัญต่อการเรียนการสอนภาษา แครชเชน (Krashen, 1983 : 71) พบว่าปัจจัยด้านทักษะคิดและความรู้สึกมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จในการเรียนรู้ภาษาที่สองซึ่งสอดคล้องกับ ซาวิยอง (Savignon, 1997) ได้กล่าวถึงความสำคัญของทักษะคิดต่อการเรียนภาษาที่สองว่า ในบรรดาตัวแปรมากมายในการเรียนรู้ภาษานั้น ทักษะคิดของผู้เรียนเป็นสิ่งที่สำคัญที่มองเห็นกันมากที่สุด และตัวแปรที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการเรียนรู้ภาษาที่สองก็คือทักษะคิดของผู้เรียนนั่นเอง การ์เนอร์และแลมเบิร์ต (Gardner & Lambert 1972, p. 20) เชื่อว่าทัศนคติและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ในการเรียนภาษาที่สอง อีกทั้งเป็นตัวแปรที่เป็นอิสระจากความถนัดทางภาษาและสติปัญญา ทักษะคิดเป็นสิ่งที่พัฒนามาจากครอบครัว พ่อแม่ที่มีทัศนคติที่ดีต่อภาษาต่างประเทศและวัฒนธรรมต่างชาติ ลูกจะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติทางบวกด้วย การ์ดเนอร์แบ่งทัศนคติออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ทักษะคิดเชิงบูรณาการ(Integrative Attitude) หมายถึง การที่ผู้เรียนมีทัศนคติต้องการเป็นเหมือนสมาชิกคนหนึ่งของกลุ่มชนเจ้าของภาษา มีความเต็มใจที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของภาษานั้น ๆ

2. ทักษะคิดเชิงเครื่องมือ(Instrumental Attitude) หมายถึง การที่ผู้เรียนมีทัศนคติต้องการนำภาษาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ สมาชิกของกลุ่มเจ้าของภาษาโดยไม่หวังต้องการเงินนั้น ๆ บราวน์ (Brown & Moberg, 1980) กล่าวว่าทัศนคติทั้งสองลักษณะนี้ช่วยให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนภาษาที่สองและทัศนคติทั้งสองประเภทนี้ไม่ได้แยกจากกันเป็นอิสระอย่างชัดเจน แต่ผสมกลมกลืนกันไป ส่วน แครชเชนและเทเรล (Krashen & Terrel, 1961, p. 23) มีความคิดเห็นว่า ทักษะคิดเพื่อนำภาษาไปใช้ประโยชน์จะส่งผลให้ผู้เรียนต้องการเกี่ยวข้องกับเจ้าของภาษาเพียงเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่างเท่านั้น ดังนั้นความต้องการในการเรียนภาษาอาจสิ้นสุดลงเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ ในขณะที่ทัศนคติเพื่อต้องการให้เหมือนสมาชิกของกลุ่มชนเจ้าของภาษาจะสัมพันธ์กับการเรียนรู้ภาษาที่สองเมื่อผู้เรียนอยู่ในสภาพที่ต้องปรับตัวให้เหมือนเจ้าของภาษา หรือจากการศึกษาของลิตเติลวูด (Littlewood, 1983, p. 68) กล่าวว่าการศึกษาภาษาต่างประเทศสัมพันธ์กับทัศนคติเป็นกำลังสำคัญสู่ความสำเร็จของการเรียนรู้ นอกจากทัศนคติของผู้เรียนดังกล่าวแล้วทัศนคติที่มีต่อ

ตัวครูและชั้นเรียนก็มีความสำคัญ ผู้เรียนที่มีความรู้สึว่าการเรียนภาษาในชั้นเรียนมีความสนุกสนาน ชอบผู้สอน จะใช้ความพยายามในการเรียนภาษามากขึ้น และถ้าผู้เรียนประสบความสำเร็จในการนำภาษาไปใช้ได้จริงเกิดขึ้นบ่อยครั้ง จะทำให้ผู้เรียนมีทัศนคติเพื่อนำภาษาไปใช้ประโยชน์

จากแนวคิด ทฤษฎีและหลักการดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ทัศนคติต่อการเรียนภาษานั้นเกิดจากสภาวะแวดล้อมของผู้เรียนเป็นสำคัญทั้งในด้านครอบครัว สังคมและวัฒนธรรม ทัศนคติมีบทบาทที่สำคัญ ความสำเร็จในการเรียนภาษาต่างประเทศขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้เรียนที่มีต่อเจ้าของภาษาวัฒนธรรมนั้นๆ รวมทั้งความเหมาะสมในการสร้างแรงจูงใจของบทเรียนและกิจกรรม รวมไปถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน เมื่อผู้เรียนเข้าใจมองเห็นคุณค่าของภาษานั้นจึงเกิดความรักและเอาใจใส่ในการเรียนภาษานั้นทำให้ส่งผลในการประสบความสำเร็จในการเรียนภาษา

#### ลักษณะของธุรกิจสถาบันสอนภาษา

ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปอย่างก้าวกระโดด ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางเพื่อทำธุรกิจ หรือเพื่อการท่องเที่ยวสามารถทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็วด้วยเครื่องบินที่ราคาโดยสารถูกลงกว่าเดิม อีกทั้งรวดเร็วกว่าเดิมด้วย ส่วนการติดต่อสื่อสารด้วยวิธีการอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นพูดกันทางโทรศัพท์ระหว่างประเทศ หรือการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตก็เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว โลกนี้กลายเป็นโลกที่ไร้พรมแดน ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก เป็นภาษากลางที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้คนในประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำธุรกิจ หรือการท่องเที่ยว แต่อุปสรรคสำหรับคนไทยในการสื่อสารกับชาวต่างชาติคือ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า เมื่อเทียบกับความสามารถของประชาชนของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น

เนื่องจากการให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษในสถาบันการศึกษา ยังไม่อยู่ในระดับที่ทำให้ นักเรียน นักศึกษา สามารถนำมาใช้งานได้ เพราะขาดหลักสูตรและอาจารย์สอนภาษาที่เหมาะสม ดังนั้นผู้ประกอบการจำนวนมากที่เข้าใจและเห็นความสำคัญของภาษาอังกฤษ จึงพยายามชวนชวนให้บุตรหลานของตนเองเรียนเสริมภาษาอังกฤษ โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษจึงเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากผู้ปกครอง

อย่างไรก็ตาม การสอนภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องอาศัยวิธีการสอนที่เหมาะสมกับผู้เรียน และอาจารย์สอนจะต้องเป็นอาจารย์ที่มีความสามารถในการสอนด้วย รวมทั้งต้องมีวัสดุทัศนอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการสอนเพื่อให้การสอนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

## แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือก

### ความหมายของพฤติกรรมการตัดสินใจเลือก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 3) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขาหรืออาจหมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ปริญ ลักษิตานนท์ (2544, หน้า 54) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

ธงชัย สันติวงษ์ (2546, หน้า 27-28) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำความดังกล่าวประเด็นสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นก็คือ กระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว (Precede) สิ่งที่มีมาก่อนเหล่านี้ หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ในขณะนั้น

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2546) ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคว่า หมายถึง บุคคลต่าง ๆ ที่มีความสามารถในการซื้อหรือทุกคนที่มีเงิน มีความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

ปณิศา ลัญจนาพันธ์ (2548, หน้า 83) ได้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (อ้างอิงจาก Solomon) ว่า หมายถึงพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา

อดุลย์ จาตุรงคกุล และคลยา จาตุรงคกุล (2550, หน้า 3) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการมาบริโภค ตลอดจนการบริโภค

ศิวรัตน์ ณ ปทุม สุรกิจ เทวกุล และปริญ ลักษิตานนท์ (2550, หน้า 13) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

### องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการ (Cronbach, 1972 อ้างถึงใน สุชาดา มะโนทัย, 2539, หน้า 9-10)

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลาจนจึงจะบรรลุความต้องการได้

2. ความพร้อม (Readiness) คือระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป มนุษย์จะพิจารณาจากสถานการณ์ก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการ

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการกระทำกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจเป็นตามที่คาดคิดหรืออาจตรงข้ามก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) ในกรณีที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ มนุษย์ก็อาจย้อนกลับไปแปรความหมายของสถานการณ์และเลือกวิธีการใหม่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

สามารถแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ด้าน คือ (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547)

1. ปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคือ ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางสังคม

1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคนแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกมา และเกิดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1.1.1 วัฒนธรรม (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาจากครอบครัวและสภาพแวดล้อมในสังคม และส่งผลให้พฤติกรรมมีความคล้ายคลึงกัน

1.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Sub-culture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ในสังคมขนาดใหญ่

1.1.3 ชั้นของสังคม (Social Class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นระดับชั้นที่แตกต่างกัน โดยสมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะเดียวกัน และสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น รายได้ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น

1.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจะประกอบไปด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2. ปัจจัยภายใน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือ

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ อาชีพ สถานภาพ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ เป็นต้น

2.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งประกอบ 4 ปัจจัย นั่นคือ สิ่งจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process)

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริง ๆ และมีผลกระทบหลังการซื้อ

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) หมายถึงการที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด ฯลฯ ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) และความต้องการที่เป็นความปรารถนา อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา (Psychological Needs) สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขาจะรู้ว่าจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันทีที่ต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้เพื่อหาทางสนองความต้องการในภายหลัง เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มาก จะทำให้การปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่งคือ ความตั้งใจให้ได้รับการสนองความต้องการ โดยพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อหาทาง

สนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ ผู้บริโภคจะเข้าไปแสวงหา ซึ่งประกอบด้วย 5 แหล่งหลักคือ

- 2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก ฯลฯ
- 2.2 แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้าการบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า
- 2.3 แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ
- 2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources)
- 2.5 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

อิทธิพลของแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันตามชนิดของผลิตภัณฑ์ และลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือ การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) โดยทั่วไป ผู้บริโภคจะรับข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งการค้า ซึ่งนักการตลาดควบคุมการให้ข้อมูลได้ แต่แบบจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแตกต่างกัน การพิจารณาความสำคัญของแหล่งข้อมูลโดยสัมภาษณ์ ผู้บริโภคว่าผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร และแหล่งข้อมูลอะไรที่มีอิทธิพลมากต่อผู้บริโภค

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation Of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้ว จากขั้นที่สอง ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งง่าย และไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคนและไม่ใช่เป็นของผู้ซื้อคนเดียวคนหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อกระบวนการประเมินผลทางเลือกของผู้บริโภค มีดังนี้

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) กรณีนี้ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่ง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกัน

3.2 ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหา และจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

3.3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้าเนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคและความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3.4 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการประเมินผล เริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสนใจ และเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่างๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือกในขั้นที่ 3 จะช่วยให้บริโภคนำมาพิจารณาความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่วไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด การตัดสินใจซื้อจึงเกิดขึ้น หลังจากประเมินทางเลือก (Evaluation Of Alternative) แล้วเกิดความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) และเกิดการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในที่สุด แต่ก่อนตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะคำนึงถึงปัจจัย 3 ประการคือ

4.1 ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes Of Others) ทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้อง จะมีผลทั้งด้านบวก และด้านลบ ต่อการตัดสินใจซื้อ

4.2 ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ (Anticipated Situational Factors) ผู้บริโภคจะคาดคะเนปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายได้ที่คาดคะเนของครอบครัว การคาดคะเนต้นทุนของผลิตภัณฑ์ และการคาดคะเนผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

4.3 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ (Unanticipated Situational Factors) ขณะที่ผู้บริโภคกำลังตัดสินใจซื้อนั้น ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนจะเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งมีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อ เช่น ผู้บริโภคไม่ชอบลักษณะของพนักงานขาย หรือผู้บริโภคเกิดอารมณ์เสียหรือวิตกกังวลจากรายได้ นักการตลาดเชื่อว่าปัจจัยที่ไม่คาดคะเนจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจของแต่ละบุคคลจะต้องมีการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงได้ นักการตลาดต้องใช้ความพยายามเพื่อทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อลดภาวะความเสี่ยง

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้วผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พึงพอใจผลิตภัณฑ์ การคาดคะเนของผู้บริโภคเกิดจากแหล่งข่าวสาร พนักงานขายและแหล่งติดต่อสื่อสารอื่น ๆ ถ้าบริษัทโฆษณาสินค้าเกินความจำเป็น ผู้บริโภคจะตั้งความหวังไว้สูงและเมื่อไม่เป็นความจริงจะเกิดความไม่พอใจ จำนวนความไม่พอใจจะขึ้นกับขนาดของความแตกต่างระหว่างการคาดหวัง และการปฏิบัติจริงของผลิตภัณฑ์



## แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการกวดวิชา

สุพรรณ สุกมลสันต์ (2530, หน้า 34-39) ได้กล่าวว่า กวดวิชา เป็นคำที่ใช้กันทั่วไปซึ่งอาจมีความหมายที่แตกต่างกัน แล้วแต่ผู้พูดจะใช้ในสถานการณ์ใด นอกจากคำว่า กวดวิชา แล้วปัจจุบันยังมีคำอื่นที่ใช้กัน เช่น คิว คิววิชา เรียนพิเศษ เรียนเสริม เรียนซ่อม เรียนซ่อมเสริม เรียนปรับสภาพ เรียนเพิ่ม และเรียนเร่ง เป็นต้น ซึ่งคำต่าง ๆ เหล่านี้มีความหมายโดยเฉพาะแตกต่างกันแต่คำที่คนทั่วไปนิยมใช้คำว่า กวดวิชา แทน ซึ่งคำนิยามของคำเหล่านี้ คือ

การเรียนซ่อม (Remedial Learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือ ประสบการณ์ที่ครูให้แก่ผู้เรียนตามปกติแล้วเรียนไม่ทันผู้อื่น เพราะเหตุผลต่างๆ

เช่น มีความสามารถไม่เพียงพอ มีเวลาไม่เพียงพอ หรือเพราะขาดเรียน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนนั้นสามารถเรียนได้ทันคนอื่น หรือเรียนให้ผ่านวัตถุประสงค์ขั้นต่ำในโรงเรียนหรือสถานศึกษาที่กำหนดไว้

การเรียนเสริม (Extra Learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือ ประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนที่เรียนตามปกติแล้วเรียนได้เก่งกว่าผู้อื่น เพราะเหตุผลต่าง ๆ เช่น มีเวลาเรียนมากกว่า มีสติปัญญาดีกว่า หรือเพราะรู้เรื่องเหล่านั้นดีแล้ว เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนนั้นมีสิ่งอื่นได้เรียนรู้มากขึ้น หรือเพื่อให้ผู้เรียนนั้นเรียนกวดผู้อื่นที่อยู่ในระดับสูงกว่าตนเองขณะนั้น เช่น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 เรียนกวดวิชาเพื่อสอบเทียบมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 นักเรียนชั้นปีที่ 3 เรียนกวดวิชาเพื่อให้มีความรู้มาก ๆ จะได้สอบเข้ามัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่ผู้เรียนต้องการได้ เป็นต้น

เรียนปรับสภาพ (Adapted Learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือ ประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนที่มีพื้นความรู้ทางวิชาการ หรือความพร้อมไม่เพียงพอที่จะไปเรียนร่วมกับผู้อื่นได้ จึงต้องมีการเรียนเพิ่มเติมหรือปรับปรุงแก้ไขสิ่งเหล่านี้ก่อน

การเรียนแก้ไข (Corrective Learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรมหรือ ประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนเพื่อแก้ไขความรู้ความเข้าใจของผู้เรียนบางอย่างให้ถูกต้องในเมื่อสิ่งที่ผู้เรียนนั้นคลาดเคลื่อน หรือไม่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง อาจเป็นการเรียนแก้ไขตามข้อเท็จจริง เช่น นักเรียนเรียนแก้ไขภาษาอังกฤษ เพราะว่าออกเสียงบางอย่างไม่ถูกต้องมานานแล้ว หรือเรียนแก้ไขวิชาคณิตศาสตร์ เพราะว่าแนววิธีคิดบางอย่างเกี่ยวกับการบวก ลบ คูณ และหาร ของหลักสูตรใหม่และเก่าแตกต่างกัน เป็นต้น การเรียนรู้ประเภทนี้มักเป็นการเรียนสิ่งที่ผู้เรียนรู้อยู่แล้วแต่ยังไม่ถูกต้อง จึงต้องมาเรียนเพื่อแก้ไขให้ถูกต้องขึ้น

การเรียนเร่งหรือการเรียนเร่งรัด (Accelerated Learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือ กิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนที่ฉลาด เพื่อให้เรียนได้มากขึ้นกว่าที่ควรจะเป็น

ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนฉลาดยิ่งขึ้น เรียนรู้เนื้อหามากขึ้น และเรียนได้ในชั้นที่สูงขึ้น ซึ่งการเรียนประเภทนี้จุดมุ่งหมายหลัก ได้แก่ การเรียนเพื่อเรียนลัด เช่น เรียนเร่ง (รัด) เพื่อสอบเทียบมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 และมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 เป็นต้น

การเรียนเฉพาะ (Specified Learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่ถูกจัดให้แก่ผู้เรียน โดยเฉพาะ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการหรือความสนใจเฉพาะบุคคลของผู้เรียน เช่น การเรียนเฉพาะวิชาภาษาไทย การเรียนเฉพาะวิชาคณิตศาสตร์ เป็นต้น

การเรียนพิเศษ (Special Learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชา หรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูจัดให้แก่ผู้เรียนนอกชั้นเรียน หรือนอกหลักสูตร เช่นนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 2 เรียนพิเศษวิชาภาษาอังกฤษกับชาวต่างประเทศวันอาทิตย์ หรือเรียนพิเศษอิเล็กทรอนิกส์ในวันหยุด เป็นต้น ผู้สอนวิชาต่าง ๆ นี้เรียกว่า ครูพิเศษ หรือครูสอนพิเศษ เป็นต้น

การเรียนตัว (Tutorial Learning) ได้แก่ การเรียนเนื้อหาวิชาหรือกิจกรรม หรือประสบการณ์ที่ครูหรือเพื่อนร่วมชั้น (Peers of Classmates) หรือเพื่อนรุ่นพี่ (Senior Students) จัดให้แก่ผู้เรียนสำหรับเนื้อหาบางอย่างเป็นประจำเป็นคราว นิยมจัดทำกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ หรือเป็นการส่วนตัว เช่น นิสิตชั้นปีที่ 1 เรียนตัวกับนิสิตปีที่ 4 หรือ นักศึกษาปีที่ 2 ติววิชาต่าง ๆ กันเอง ก่อนสอบ เป็นต้น

ดังนั้นคำว่า กวดวิชา สามารถสรุปความหมายได้ดังนี้คือ การเรียนเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการสอบเข้าสถาบันการศึกษา การเรียนเพื่อเป็นการเรียนล่วงหน้าจากที่นักเรียนเรียนอยู่ในโรงเรียนปกติ เพื่อที่จะได้สามารถเข้าใจบทเรียนต่าง ๆ ได้ดีขึ้น และเป็นการเรียนเพื่อทบทวนบทเรียนต่าง ๆ ที่นักเรียนได้เรียนรู้มาก่อนแล้วจากโรงเรียนปกติที่นักเรียนศึกษาอยู่ ซึ่งจะช่วยให้ นักเรียนมีความรู้ ความเข้าใจในบทเรียนต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

## ข้อมูลทั่วไปของสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ Unisearch

ลักษณะของธุรกิจสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ Unisearch

สถาบันภาษายูนิเซิร์ซ เกิดขึ้นจากจุดเริ่มต้นของความตั้งใจและความรักที่มีต่อเด็ก และปรารถนาที่จะให้เด็ก ๆ มีโอกาสบ่มเพาะและพัฒนาทักษะในการดำรงชีวิตที่ดี ผ่านการเรียนรู้ภาษาอังกฤษและภาษาจีน

จากจุดเริ่มต้นปี 2546 สถาบันภาษายูนิเซิร์ซ มุ่งมั่นและพัฒนาทำให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนมีชีวิต เพื่อให้เด็ก ๆ ได้สนุกเรียน สนุกรู้ สนุกเล่น และสนุกเก่ง อย่างเต็มศักยภาพและเหนือสิ่งอื่นใดคือพื้นฐานที่ดีในการค้นคว้าหาความรู้ต่อเนื่องด้วยตนเอง ได้ในอนาคต

วันนี้สถาบันฯ ได้ทุ่มเทและพัฒนาหลักสูตรและวิธีการสอนอย่างต่อเนื่อง และด้วยระบบแฟรนไชส์ที่ดีที่สุด กับ 4 รางวัลคุณภาพมาตรฐานในประเทศไทย สถาบันฯ จึงได้รับความเชื่อมั่นและไว้วางใจจากผู้ปกครองและผู้ประกอบการมากขึ้นทุก ๆ ปี

จุดเด่นหลักสูตรของ Unisearch

1. โปรแกรมหลักสูตรแนวทฤษฎีใหม่ M.T.A.L. สำหรับเด็กอายุ 3 - 16 ปี โดยเฉพาะซึ่งให้ผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนและได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ
2. วิธีการเรียนการสอนที่เป็นระบบรูปแบบเฉพาะ เน้นการเรียนสร้างสรรค์และกิจกรรมเสริมทักษะหลากหลายมิติ ผ่านศิลปะ ดนตรี เกมและนิทาน
3. สร้างประสบการณ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เน้นการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนอย่างเป็นระบบที่ถูกต้อง
4. ส่งเสริมทักษะความคิดและจินตนาการ ความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าคิดและกล้าแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ผ่านการเรียนภาษาอังกฤษและภาษาจีน
5. "เรียนเสริมทักษะ + เรียนเสริมเพิ่มเกรด" เพื่อมุ่งผลลัพธ์ที่ดี และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ร่วมกับการเรียนตามระบบในโรงเรียน ได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงส่งเสริมการค้นคว้าและการเรียนรู้ด้วยตนเองในอนาคต

สิ่งสำคัญอื่นใดที่นักเรียนจะได้รับ นอกเหนือจากความรู้แล้วก็คือความสุข

เราเชื่อว่า “ถ้าเด็ก ๆ ได้รับความสนุกสนานและไม่เครียดจากการเรียน รวมถึงการดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิดและคำแนะนำที่ถูกต้องก็สามารถที่จะพัฒนาพวกเขาเหล่านั้นให้รักภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้อย่างน่ามหัศจรรย์”

การจัดการการศึกษาสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ Unisearch

สถาบันฯ มุ่งเน้นให้เด็ก ๆ ได้รับความสัมฤทธิ์ของการเรียนสูงสุดภายใต้โปรแกรมหลักสูตรแนวทฤษฎีใหม่ M.T.A.L. ผ่านการจัดกระบวนการเรียนการสอน การกำหนดคุณภาพและมาตรฐาน การวัดและประเมินผลการเรียน ดังนี้

1. การจัดกระบวนการเรียนการสอน

สถาบันฯ ได้นำหลักการ นวัตกรรมและเทคนิคต่าง ๆ ของทฤษฎีการศึกษาด้านการสอนภาษาต่างประเทศสมัยใหม่ มาปรับใช้อย่างเหมาะสมและให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับนักเรียนของเราในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน

1.1 การเรียนรู้แบบวิถีธรรมชาติ (T.P.R. Method) เป็นการจัดสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นการใช้ภาษาอยู่ตลอดเวลา ให้เด็ก ๆ ได้ซึมซับและเข้าใจภาษาอย่างเป็นระบบโดยเน้นความสำคัญไปที่ทักษะการฟังเป็นลำดับแรก เด็ก ๆ จะได้ฝึกการแสดงออก และปฏิบัติตามคำสั่ง หรือคำอธิบาย

ต่าง ๆ เพื่อยืนยันความเข้าใจต่อภาษาที่ได้ยิน เหมือนดังสภาพที่เป็นจริงตามธรรมชาติที่ว่าเด็กจะเริ่มสื่อสารกับแม่ผ่านการฟัง และสามารถแสดงท่าทางโต้ตอบได้ก่อนที่จะพัฒนาไปสู่การพูด การอ่าน และการเขียนตามลำดับ

1.2 การเรียนรู้แบบพหุปัญญา (M.I. Method) เป็นการสร้างโอกาสและประสบการณ์ให้เด็ก ๆ ได้นำความสามารถและอัจฉริยภาพที่ตนถนัดในด้านต่าง ๆ ตามแนวทางของทฤษฎีพหุปัญญา อาทิ ด้านภาษา ด้านจำนวนและตรรกะ ด้านการเคลื่อนไหวร่างกาย ด้านดนตรี ด้านมิติสัมพันธ์ ด้านการเข้าใจตนเอง ด้านมนุษยสัมพันธ์ และด้านความสัมพันธ์กับธรรมชาติ มาใช้ร่วมกับการเรียนภาษาซึ่งจะทำให้เด็ก ๆ เกิดความมั่นใจและกล้าแสดงออกในการใช้ภาษาอย่างถูกต้อง

1.3 การเรียนรู้แบบมุ่งประสบการณ์ภาษา (C.L.E. Method) เป็นการนำเอารูปแบบประสบการณ์ทางภาษาจริงมาสอนเด็กอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนเพื่อให้เด็กได้เกิดการเรียนรู้ 5 ระดับ คือ ระดับที่ 1 รับรู้ ระดับที่ 2 ฝึกความคล่องแคล่วทางภาษา ระดับที่ 3 เกิดความรู้อย่างถาวร ระดับที่ 4 สามารถนำความรู้ที่เรียนนำไปประยุกต์ใช้ และระดับที่ 5 นำความความรู้ที่เรียนมาไปใช้ได้ในชีวิตจริง

1.4 การเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เป็นกระบวนการควบคุมการเรียนการสอน โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมและเน้นการให้เด็ก ๆ ฝึกใช้ภาษาผ่านการปฏิบัติ โดยการพูดคุย การเขียน การอ่าน การสะท้อนหรือการตั้งคำถาม และการแสดงออกผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์แสนสนุกต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงเข้ากับเนื้อหาที่เรียนอย่างเหมาะสม โดยมีแนวทางการพัฒนาการเรียนรู้และเข้าใจภาษา ทั้ง 4 ทักษะ รวมถึงทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ

## 2. การกำหนดคุณภาพและมาตรฐาน

2.1 ตำราเรียน แบบฝึกหัด และสื่อประกอบการเรียน สถาบันฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างสูงในการคัดเลือกตำราเรียนและสื่อประกอบการเรียนที่สอดคล้องกับ โปรแกรมหลักสูตรแนวทฤษฎีใหม่ M.T.A.L. โดยใช้ตำราเรียนหลักและสื่อประกอบการเรียนมาตรฐานจากต่างประเทศ อีกทั้งแบบฝึกหัดรูปแบบเฉพาะของสถาบันซึ่งแบ่งรูปแบบตามระดับช่วงอายุและชั้นเรียน

2.2 คณาจารย์ของทางสถาบันฯ ประกอบด้วยอาจารย์ชาวไทย และอาจารย์ชาวต่างชาติเจ้าของภาษาทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีน ที่ผ่านการทดสอบและฝึกอบรมด้านการสอน โปรแกรมหลักสูตรแนวทฤษฎีใหม่ M.T.A.L. โดยเฉพาะจากทางสถาบันฯ และมีประสบการณ์ความรู้ความเข้าใจทางด้านวัฒนธรรมและภาษาศาสตร์เป็นอย่างดี

### 3. การวัดและประมวลผลการเรียน

ผู้ปกครองและนักเรียนจะได้รับรายงานผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการพัฒนาและวางแผนการเรียนอย่างต่อเนื่อง ทั้งระหว่างเรียนและก่อนจบภาคเรียนในแต่ละระดับชั้น เพื่อผลสัมฤทธิ์สูงสุดของการเรียนการสอนภายใต้โปรแกรมหลักสูตรแนวทฤษฎีใหม่ M.T.A.L.

“การวัดและประมวลผลการเรียน ต้องสามารถนำเสนอเชิงรูปธรรมได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ” เช่นความสามารถของการนำไปใช้ การแสดงออกและการนำเสนอผลงานของเด็ก ๆ รวมถึงความสามารถในการทดสอบวัดระดับการใช้ภาษารูปแบบต่าง ๆ ได้เป็นต้น

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ผู้วิจัยได้รวบรวมวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีความสอดคล้องและมีความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา ดังนี้

เปรมรุ่ง วงศ์อนันต์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้ารับการดูแลในสถานศึกษาเด็กเล็กเอกชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้ารับการดูแลในสถานศึกษาเด็กเล็กเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองของนักเรียนที่ส่งบุตรหลานเข้ารับการดูแลในสถานศึกษาเด็กเล็กเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ปกครองพบว่า ผู้ปกครองให้นำหนักการตัดสินใจต่อปัจจัยด้านผู้บริหารและครูผู้ดูแลเด็กเป็นอันดับ แรก รองลงมาเป็นปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และสภาพสิ่งแวดล้อมสถานศึกษาเด็กเล็ก ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ปัจจัยด้านหลักสูตร กิจกรรม การจัดประสบการณ์และการประเมินผล และปัจจัยด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษาเด็กเล็กกับผู้ปกครอง และชุมชน ตามลำดับ

พณิตา คชภูท (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 17-19 ปี ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยของครอบครัวมากกว่า 35,001 บาท รูปแบบการสอนของโรงเรียนจะเป็นแบบสอนหลายวิชา จุดประสงค์ที่เรียนกวดวิชาเพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น 2) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาโดยภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เรียงลำดับความสำคัญค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ปัจจัย

ภาพลักษณ์และการนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา  
ปัจจัยด้านสถานที่และทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านขั้นตอนกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ก้องเกียรติ บุญเสริม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของ  
นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น: การวิเคราะห์จำแนกกลุ่มพหุกับการวิเคราะห์ซัพพอร์ตเวกเตอร์  
แมชชีน จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนกวดวิชาอย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติมีจำนวน 9 ปัจจัย โดยมี 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนกวดวิชาใน  
ระดับค่อนข้างสูง ได้แก่ รายได้รวมของครอบครัว และคะแนนเฉลี่ยสะสม ปัจจัยด้านรายได้รวม  
ของครอบครัว เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านรายได้เป็นปัจจัยภายนอกของนักเรียน  
ประกอบกับปัจจัยด้านการศึกษาของบิดา และการศึกษาของมารดาที่มีความสัมพันธ์กับการเรียน  
กวดวิชาในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งเป็นปัจจัยที่แสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ปกครอง  
หรือของครอบครัว และ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากครอบครัว หมายความว่าหากนักเรียนอยู่  
ครอบครัวที่มีความพร้อมและสามารถสนับสนุนทั้งด้านค่าใช้จ่ายและการให้คำแนะนำ ซึ่งส่วน  
หนึ่งเกิดจากการที่ผู้ปกครองของนักเรียนมีการศึกษาสูง แล้วนั้น นักเรียนตัดสินใจเรียนกวดวิชาได้  
ด้วยการสนับสนุนดังกล่าว ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยสะสม เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากการกระทำของ  
นักเรียนที่แสดงออกถึงความขยันหมั่นเพียร และความอดทนในการศึกษาหาความรู้ ประกอบกับ  
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนกวดวิชาในระดับค่อนข้างต่ำที่มาจากการแสดงความคิดเห็นของ  
นักเรียนได้แก่ ความคาดหวังในปัจจุบันจากการเรียนกวดวิชา ทศนคติของนักเรียนต่อการเรียน  
กวดวิชา และการรับรู้คุณภาพการจัดการเรียนการสอนในสถาบันกวดวิชา ทำให้นักเรียนมีความ  
ต้องการ มีความสนใจ เป็นไปตามทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ นำไปสู่ทฤษฎีความ  
ต้องการจากการเรียนรู้ ทฤษฎีความคาดหวัง และทฤษฎีการเลือกเชิงเหตุผล เป็นผลให้นักเรียน  
ตัดสินใจในการเรียนกวดวิชาเพิ่มสนองความต้องการและความคาดหวังของตนเองในส่วนของ  
ปัจจัยระดับชั้นเรียนที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนกวดวิชาในระดับต่ำแสดงให้เห็นว่า นักเรียน  
ตัดสินใจเรียนกวดวิชาในทุกระดับชั้นเรียน โดยหากมีระดับชั้นที่สูงขึ้นก็จะมีความต้องการหรือ  
ความสนใจในการเรียนกวดวิชาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสวนทางกับนโยบายการศึกษาในปัจจุบันที่พยายาม  
สร้างความเสมอภาคในการเข้าถึงการศึกษาของนักเรียน ตัวอย่างเช่นการปฏิรูปการศึกษา การจัด  
รายการสอนเสริมถ่ายทอดทางสถานีโทรทัศน์ เป็นต้น

นวลนาง สุยะพอ (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาภาษาไทยของ  
นักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ  
เรียนกวดวิชาภาษาไทยทัศนคติต่อการเรียนกวดวิชา และทัศนคติของนักเรียนต่อการเรียนกวดวิชา  
ภาษาไทยเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่ม

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เรียนในโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน 6 โรงเรียน ซึ่งกำลังเรียนอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2549 จำนวน 584 คน พบว่า ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาภาษาไทยมีดังนี้คือ ด้านวิชาการคือ การเรียนกวดวิชาทำให้ผลการเรียนของนักเรียนดีขึ้น เนื่องจากนักเรียนมีโอกาสทบทวนสิ่งที่เรียนมา และมีโอกาสทราบเนื้อหาวิชาล่วงหน้าในการเรียนบทเรียนถัดไป ส่วนด้านสติปัญญาและจิตวิทยา คือ การเรียนกวดวิชาทำให้มีความมั่นใจในการเรียนในชั้นเรียนปกติ มีเทคนิคในการจำและครูผู้สอนในโรงเรียนกวดวิชาอธิบายเข้าใจง่าย ส่วนด้านที่เกี่ยวกับหลักสูตรและการสอน คือ การเรียนกวดวิชาช่วยให้นักเรียนเข้าใจบทเรียนได้ดีกว่าการเรียนที่โรงเรียน เทคนิคการสอนของครูโรงเรียนกวดวิชามีความแตกต่างจากการเรียนการสอนในโรงเรียน เนื้อหาที่สอนอยู่ในโรงเรียนกวดวิชาสอดคล้องกับการสอบของโรงเรียน ส่วนด้านแรงกดดันทางสังคมนั้น นักเรียนอยากไปโรงเรียนกวดวิชาเพราะทำตามเพื่อนอยากออกไปนอกบ้าน พ่อแม่บังคับ และคิดว่าดีกว่าอยู่บ้านเฉย ๆ ในส่วนทัศนคติของนักเรียนพบว่า การเรียนกวดวิชามีผลต่อการสอบเข้าศึกษาต่อและช่วยให้มีประสบการณ์ในการเรียนอย่างกว้างขวาง

บุญกร ไวกงษ์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายวิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร โดยทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายวิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจเรียนกวดวิชา จำนวน 384 คน พบว่า การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนในภาพรวมทั้ง 6 ด้านอยู่ในน้ำหนักมาก โดยมีการตัดสินใจน้ำหนักมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนกวดวิชา รองลงมา ด้านมุ่งหวังศึกษาต่อในคณะยอดนิยมและมหาวิทยาลัยชั้นนำ และมีการตัดสินใจน้ำหนักมาก ในประเด็น ด้านพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และด้านการแนะนำของผู้ปกครอง และมีการตัดสินใจ น้ำหนักปานกลางในประเด็น ด้านพัฒนาการเรียนรู้ทางสังคมของกลุ่มเพื่อนสายวิทยาศาสตร์ และ ด้านการแนะนำของโรงเรียน 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนเพศต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านการแนะนำของโรงเรียน และด้านการแนะนำของผู้ปกครองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 นักเรียนที่มีชั้นปีที่ศึกษาคงกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และด้านการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนกวดวิชาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) ต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านมุ่งหวังศึกษาต่อในคณะยอดนิยมและมหาวิทยาลัยชั้นนำ และด้านการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนกวดวิชาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่อาชีพของบิดาต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และด้านมุ่งหวังศึกษาต่อในคณะยอดนิยมและมหาวิทยาลัยชั้นนำแตกต่างกันอย่าง

มี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่อาชีพ ของมารดาต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านมุ่งหวังศึกษาต่อในคณะยอดนิยมและมหาวิทยาลัยชั้นนำแตกต่างกันอย่างมีนัย สำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 และนักเรียนที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของครอบครัวต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านมุ่งหวังศึกษาต่อในคณะยอดนิยมและมหาวิทยาลัย ชั้นนำ ด้านพัฒนาการเรียนรู้อุปกรณ์ทางสังคมของกลุ่มเพื่อนสายวิทยาศาสตร์ และด้านการแนะนำของผู้ปกครองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05

รวีวรรณ จันทร์แจ่ม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัด ภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลายในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 369 ราย ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เรียนกวดวิชา โดยมี เหตุผลเพื่อสามารถสอบเข้าเรียนต่อระดับสูงขึ้นหรือเพื่อสอบเข้าระดับ มหาวิทยาลัยได้ ส่วนใหญ่ เลือกเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ผู้มีส่วนร่วมในการเลือกเรียนกวดวิชา คือ บิดา - มารดา โดยเริ่มเรียน ตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในช่วงวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 17.00 – 20.00 น. ซึ่งเป็นการเรียน กวดวิชาจากโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดภูเก็ต โดยเรียนควบคู่ไปกับการเรียนปกติ ปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา พบว่า ในด้านเนื้อหา หลักสูตร และเอกสาร กลุ่มตัวอย่างต้องการเนื้อหาที่เน้นทักษะพื้นฐานและเทคนิคในการเรียน สามารถเลือกวัน เวลา เรียนที่สะดวกได้ มีเอกสารประกอบการเรียนการสอนที่สมบูรณ์ ครบถ้วน ตามหลักสูตรและจัดให้โดยโรงเรียนกวดวิชา มีสื่อการสอนที่เน้นเนื้อหาสาระ ส่วนด้านราคา ต้องการให้กำหนดค่าเรียนเหมาะสมกับเวลา และชำระค่าเรียนก่อนเรียน ณ ดันเดือน ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย เน้นให้ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีการคมนาคมสะดวก และห้องเรียนกว้างขวาง ต้องการติดต่อโรงเรียนกวดวิชาด้วยตนเอง ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เน้นการโฆษณา โดยใช้แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์โดยให้มีการทดลองเรียนฟรี 1 - 2 ครั้งก่อนการตัดสินใจสมัคร เรียนจริง และการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาค่าเรียน ส่วนด้านบุคลากรนั้น ต้องการอาจารย์ ผู้สอนที่มีประสบการณ์สอนในโรงเรียนกวดวิชาและมีเทคนิคการสอน ที่ทำให้เข้าใจได้ง่าย และ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถแนะนำแนวทางการเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้ ในด้าน กระบวนการให้บริการ ต้องการให้จัดเวลาเรียนเหมาะสมกับรายวิชา มีการสอนเสริมให้กับนักเรียน ที่ยังไม่เข้าใจ สามารถติดต่อสอบถามอาจารย์ได้โดยตรงในระยะเวลาที่กำหนดให้ ด้านลักษณะทาง กายภาพ ต้องการคำรับรองจากคนใกล้ชิด เพื่อน ๆ หรือรุ่นพี่ เน้นสถานที่ที่มีความสะอาด ที่นั่งเรียน เป็นที่นั่งเดี่ยวแบบเก้าอี้แลคเซอร์ ต้องการให้มีห้องคอมพิวเตอร์สำหรับใช้อินเตอร์เน็ต และมีบัตร ประจำตัวสำหรับนักเรียนและผู้ปกครองเพื่อควบคุมการเข้าออก แนวทางในการพัฒนาโรงเรียน กวดวิชาในจังหวัดภูเก็ตซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไป ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ดังนี้ ด้านเนื้อหา

347774<sup>4</sup>



หลักสูตร และเอกสาร ควรสอนทักษะขั้นพื้นฐานและแนะนำเทคนิคในการเรียนรวมทั้งฝึกทำ  
 ข้อสอบ จัดหลักสูตรให้เลือกที่หลากหลาย เอกสารมีเนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์ และเป็นเอกสารที่  
 จัดเตรียมโดยโรงเรียนกวดวิชา สื่อการสอนเน้นเนื้อหา สาระ ส่วนด้านราคา ควรกำหนดค่าเรียนที่  
 เหมาะสมกับระยะเวลาที่จัดให้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ท่าเลที่ตั้งควรอยู่ในแหล่งชุมชนการ  
 คมนาคมสะดวก ห้องเรียนไม่แออัด และอำนวยความสะดวกให้ผู้สนใจสามารถติดต่อโรงเรียนกวด  
 วิชาโดยตรงได้ง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการใช้แผ่นพับ เปิดโอกาสให้ทดลองเรียนฟรี  
 1 - 2 ครั้ง และการลดราคาค่าเรียน ส่วนด้านบุคลากร ควรคัดสรรอาจารย์ผู้สอนที่มีประสบการณ์  
 และมีเทคนิคการสอน รวมถึงฝึกอบรมพนักงานให้มีความใส่ใจบริการลูกค้า และสามารถแนะ  
 แนวทางการศึกษาต่อระดับสูงขึ้นได้ ด้านกระบวนการให้บริการ ควรจัดคอร์สเรียนอย่างเหมาะสม  
 มีการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจ นักเรียนสามารถติดต่อสอบถามอาจารย์ผู้สอนได้  
 โดยตรงในระยะเวลาที่กำหนดให้ ด้านลักษณะทางกายภาพ เน้นการสร้างชื่อเสียง และมีคำรับรอง  
 จากนักเรียน จัดให้มีห้องคอมพิวเตอร์เพิ่มเติมจากห้องเรียน ดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่  
 มีบัตรประจำตัวให้กับนักเรียนและผู้ปกครอง มีการจัดทำแบบสอบถาม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควร  
 จัดการปัจจัยต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของนักเรียน โดยพิจารณาถึงความแตกต่างของ  
 ระดับชั้น เรียนและโปรแกรมการเรียนด้วย

เพชรพร จำเนียง (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาและ  
 ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา  
 ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของผู้เรียน โดยรวมมีผลต่อการ  
 ตัดสินใจในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านสถานที่และท่าเลที่ตั้ง  
 ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน และสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ 2. ผู้เรียนมีความคิดเห็นต่อการ  
 บริหารจัดการ โดยรวมเห็นด้วยในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจผู้เรียน  
 ด้านการควบคุมคุณภาพการศึกษา และด้านการวางแผนการสอนตามลำดับ 3. ผู้เรียนที่มีอายุต่างกัน  
 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน และด้านสิ่ง  
 อำนวยความสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4. ผู้เรียนที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นที่  
 มีต่อการบริหารจัดการของโรงเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน ด้านการวางแผนการสอน ด้านการจูงใจ  
 ผู้เรียน และด้านการควบคุมคุณภาพการศึกษาและผู้เรียนที่มีปัจจัยแวดล้อมในการเรียนกวดวิชา  
 แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของโรงเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน 5. อายุและ  
 ระดับการศึกษาของผู้เรียนสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกเรียนกวดวิชา หลักสูตรที่เลือกเรียนมี  
 ความสัมพันธ์กับสื่อการสอนที่ทำให้ตัดสินใจเรียนกวดวิชา ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียน

กวดวิชาของผู้เรียนสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของโรงเรียนกวดวิชาในระดับต่ำ  
ถึงระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุภาพงษ์ นิลเกษ (2551) ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบัน  
กวดวิชาเพื่อการสอบข้อสอบภาษาอังกฤษมาตรฐานในอำเภอ เมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า  
ปัจจัยทุกปัจจัยมีผลต่อผู้บริโภคมีในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัย  
ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการจัด  
จำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านปรากฏผล ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ

ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับคุณภาพการสอน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีบริการจัด หรือ สมัครสอบข้อสอบภาษาอังกฤษ

มาตรฐานให้กับนักเรียนหลังเรียนจบ

ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ครูผู้สอนและเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ อาคารและห้องเรียนสะดวกสบาย สว่าง ติด  
เครื่องปรับอากาศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเพื่อให้เลือกเรียน  
ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ค่านิยมและความสำคัญของการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสาร  
ปัญหาที่พบ ได้แก่ มีหลักสูตรให้เลือกอย่างจำกัด

ธิษานันท์ ดั่งจันทร์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวด  
วิชาของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 5 และ 6 ในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผล  
การศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองตามหลัก 7 P's ได้แก่  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การสร้างเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ  
และกระบวนการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย  
บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านราคาและการส่งเสริม  
การตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ความคิดเห็นในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนที่  
มีเพศ อาชีพ และระดับการศึกษาต่างกัน ในภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน  
พบว่าผู้ปกครองนักเรียนที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
.01 ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่าง  
มีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านบุคลากร และผลิตภัณฑ์ และผู้ปกครองนักเรียนที่มี

ระดับการศึกษาต่างก็มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ได้แก่ ด้าน  
 ผลลัพธ์ และกระบวนการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่  
 ด้านบุคลากร ส่วนความคิดเห็นด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

สุขุมมา ดิสาวาสดี (2550) ได้วิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็น  
 คอนเสิร์ตที่ในความคิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์  
 ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ตที่โดยรวมในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนั้นอยู่ใน  
 ระดับเห็นด้วย โดยมีภาพลักษณ์ด้านบริการมากที่สุดซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และรองลงมาคือ  
 ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ภาพลักษณ์ด้านราคา และภาพลักษณ์ด้านการบริหาร อยู่ในระดับเห็นด้วย  
 เช่นเดียวกันตามลำดับ

จากที่ข้อมูลเกี่ยวกับวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า นอกจากการศึกษา  
 ทางด้านปัจจัยทางการตลาดจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาแล้ว ในงานวิจัยหลายชิ้น  
 พบว่ากลุ่มนักเรียนให้ความสำคัญกับ ปัจจัยทางด้านกายภาพ เช่น รูปแบบการสอน เนื้อหาที่ใช้  
 ครูผู้สอน ฯลฯ มากเป็นพิเศษ โดยปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษา แพรนไฮส์  
 UNISEARCH คาดว่าจะแตกต่างกันตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา ของผู้เรียน และยังมี  
 ความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยและมีขั้นตอนดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและวิธีการเลือกตัวอย่าง
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การสร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ใช้การสำรวจ(Survey)โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เรียนภาษาอังกฤษในสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH จำนวน 1,740 คน โดยจากจำนวนผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ซึ่งมี 1,740 คน (สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH, 2555)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้เรียนภาษาอังกฤษในสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH จำนวน 300 คน โดยวิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตรการคำนวณ ตามตารางสำเร็จรูปของ เกรซีและมอร์แกนซึ่งหากมีประชากรเกิน 1,700 คน จะต้องมีขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 300 คน (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 138) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกตัวอย่างโดยใช้ความสะดวกหรือโดยบังเอิญ ( Convenience Sampling)

#### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย 2 ลักษณะ

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีผู้เก็บหรือรวบรวมไว้ก่อนแล้ว ทำให้ไม่ต้องเสียเวลากับการเก็บข้อมูลใหม่จะสามารถศึกษาย้อนหลังได้เพื่อทราบถึงการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยแหล่งข้อมูลดังกล่าว ได้แก่

1.1 หนังสือและตำราเกี่ยวกับการเรียนภาษาอังกฤษ ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ระเบียบวิธีการวิจัย รวมถึงวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ

1.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ ได้แก่ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของสถาบันสอนภาษา Unisearch การเรียนภาษาอังกฤษ ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ระเบียบวิธีการวิจัย รวมถึงวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ เช่น [www.thailis.or.th](http://www.thailis.or.th) เป็นต้น

## 2. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

2.1 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการศึกษากับกลุ่มผู้เรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดในการเก็บข้อมูลและแนะนำในการตอบแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยวิธีการพูดคุยเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เน้นให้เห็นประโยชน์ที่ได้รับในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวตอบทั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล เป็นระยะเวลา 30 วัน เริ่มตั้งแต่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึง 30 ธันวาคม พ.ศ.2555 โดยผู้ทำวิจัยจะใช้ วันเสาร์-อาทิตย์ ในการเก็บข้อมูล

## การสร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้อมูลทั่วไปของสถาบันสอนภาษา Unisearch การเรียนภาษาอังกฤษ ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามขึ้นตามกรอบข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยใช้คำจำกัดความหรือนิยามปฏิบัติการตาม ตัวแปรที่กำหนด ไว้เป็นหลักในการสร้างคำถามต่าง ๆ ให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด เพื่อให้แบบสอบถามสามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการจะวัด

3. นำแบบสอบถามทั้ง 3 ตอน ปรีกษาและขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ได้แก่ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม (MM in SMEs) คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา และ  
ปรับปรุงแก้ไขให้ตรงและครอบคลุมเนื้อหา

4. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของกรรมการควบคุมงานนิพนธ์แล้วนำไป  
ดำเนินการตรวจหาคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) โดยใช้  
กลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรของการศึกษาที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างจริงของการวิจัยครั้งนี้  
จำนวน 30 คน

5. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)  
ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ของครอนบัก ได้ค่า  
สัมประสิทธิ์ .744 จึงถือว่าแบบสอบถามชุดนี้ยอมรับได้ ซึ่งจากการทดสอบความเชื่อมั่น  
(Reliability) ของชุดคำถาม ในแต่ละส่วน ได้ผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3-1 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ชุดคำถาม	Cronbach's Alpha
ทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ	.749
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH	
1. ด้านรูปแบบ	.814
2. ด้านเนื้อหา	.856
3. ด้านการทำงานร่วมกัน	.762
4. ด้านบรรยากาศ	.791
5. ด้านกิจกรรม	.919
N of case = 30	

6. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อ  
แก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติม จนได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ

7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ชุด

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจาก  
การศึกษาแนวคิดจากทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยทำการวิจัยโดยใช้

แบบสอบถามซึ่งสร้างขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัย และใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ โดยได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ซึ่งโครงสร้างของแบบสอบถามจะเป็นคำถามปลายเปิดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นแบบสำรวจแบบปลายเปิดได้แก่ เพศ อายุและระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ เป็นคำถามปลายเปิด ชนิดมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scales) 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนตามแนวคิดของลิเคิร์ต ดังนี้

คำตอบ	ค่าคะแนน (Interval Scale)
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เฉย ๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถามดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับ
4.21-5.00	มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับ มากที่สุด
3.41-4.20	มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับ มาก
2.61-3.40	มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับ ปานกลาง
1.81-2.60	มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับ น้อย
1.00-1.80	มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH โดยศึกษาปัจจัยทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านรูปแบบ 2) ด้านเนื้อหา 3) ด้านการทำงานร่วมกัน 4) ด้านบรรยากาศ และ 5) ด้านกิจกรรม

เป็นคำถามปลายเปิดชนิดมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scales) 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนตามแนวคิดของลิเคิร์ต ดังนี้

ระดับ	ค่าคะแนน (Interval Scale)
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถามดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับ
4.50-5.00	มากที่สุด
3.50-4.49	มาก
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	น้อย
1.00-1.49	น้อยที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นมีขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล คือ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว มีการลงรหัสตามคู่มือลงรหัสที่จัดทำไว้ จากนั้นจึงนำไปบันทึกและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลต่อไป ในที่นี้จะแบ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ และการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

#### 1. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

##### 1.1 สถิติพรรณนา แบ่งตามข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

1.1.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.1.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.1.3 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)



1.2 สถิติอ้างอิง สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ( $\alpha = .05$ ) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แยกตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้เรียนที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีผลทำให้ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t-Test และ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH สถิติที่ใช้คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

การพิจารณาค่าความสัมพันธ์จะพิจารณาว่า มีนัยสำคัญหรือไม่ จากนั้น โดยมีเกณฑ์ในการหาค่าความสัมพันธ์ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541)

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.7	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0.3-0.7	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ถ้าค่า r มีค่าน้อยกว่า 0.3	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0	แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษของผู้เรียน

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน โดยรวม รายด้านและรายข้อ

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-distribution
r	แทน	ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร
*	แทน	ค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05
**	แทน	ค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

## ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม  
(n = 300)

สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	96	32.0
หญิง	204	68.0
รวม	300	100.0
<b>อายุ</b>		
11 - 12 ปี	66	22.0
13 - 14 ปี	126	42.0
15 - 16 ปี	108	36.0
รวม	300	100.0
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษาตอนปลาย	84	28.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	138	46.0
มัธยมศึกษา ตอนปลาย	78	26.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4-1 จำนวนและค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 300 คน สามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32

อายุ พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 13 - 14 ปี คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 15 - 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 36 และ ช่วงอายุ 11- 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 22 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 28 และ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 26 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษของผู้เรียน

ตารางที่ 4-2 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวม และรายด้าน (n = 300)

	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1.	ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่เรารู้กันทั่วโลก	4.52	0.60	มากที่สุด	1
2.	การเรียนภาษาอังกฤษมีความจำเป็นในโลกปัจจุบัน	4.40	0.49	มากที่สุด	2
3.	การเรียนภาษาอังกฤษทำให้ฉันสามารถพูดกับชาวต่างชาติได้	4.00	0.77	มาก	9
4.	การเรียนภาษาอังกฤษทำให้ฉันเข้าใจเนื้อหาวิชาอื่นได้ดีขึ้น	3.48	0.70	มาก	15
5.	ฉันรู้สึกภูมิใจเมื่อได้พูดภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติ	3.20	0.72	ปานกลาง	18
6.	ฉันชอบสนทนากับชาวต่างชาติ	3.20	0.74	ปานกลาง	18
7.	ฉันสามารถอ่านคำศัพท์ข้อความภาษาอังกฤษจากหนังสือภาษาอังกฤษที่เรียนได้	3.88	0.47	มาก	11
8.	ฉันนำภาษาอังกฤษที่ครูสอนในบางส่วนไปฝึกใช้กับคนในครอบครัว	3.80	0.74	มาก	13
9.	ฉันเรียนภาษาอังกฤษด้วยความสบายใจ	3.80	0.84	มาก	13
10.	วิชาภาษาอังกฤษเป็นวิชาที่สนุกมีกิจกรรมหลากหลาย	4.08	0.68	มาก	7
11.	การเรียนภาษาอังกฤษทำให้ฉันได้มีโอกาสฝึกพูดภาษาอังกฤษ	4.32	0.61	มากที่สุด	4
12.	ฉันต้องการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น	3.88	0.84	มาก	11
13.	ฉันชอบอ่านหนังสือภาษาอังกฤษอื่น ๆ นอกจากตำราเรียน	4.38	0.59	มากที่สุด	3
14.	ฉันชอบดูทีวี ภาพยนตร์และฟังเพลงภาษาอังกฤษ	4.28	0.63	มากที่สุด	5
15.	ฉันได้เรียนรู้วัฒนธรรมของคนที่พูดภาษาอังกฤษ	3.94	0.50	มาก	10
16.	ฉันเรียนพิเศษภาษาอังกฤษเสริมในตอนเย็นหลังเลิกเรียนจากทางโรงเรียนแล้ว	3.46	0.80	มาก	16
17.	ครูพูดภาษาอังกฤษได้คล่องแคล่ว	3.40	0.53	มาก	17
18.	ครูเป็นกันเอง ให้กำลังใจและให้คำแนะนำมาเสมอ	3.20	0.69	ปานกลาง	18
19.	ครูสอนโดยใช้อุปกรณ์ประกอบการสอน	4.02	0.83	มาก	8

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับ ที่
20.	ครูให้โอกาสกับเด็กทุกคน	4.16	0.46	มาก	6
	รวม	3.97	0.22	มาก	-

จากตารางที่ 4-2 พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับดีมากที่สุด 5 ประเด็น ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ประเด็นข้อที่ 1 ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่เรารู้กันทั่วโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมาคือ ประเด็นข้อที่ 2 การเรียนภาษาอังกฤษมีความจำเป็นในโลก ปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ประเด็นข้อที่ 13 ฉันชอบอ่านหนังสือภาษาอังกฤษอื่น ๆ นอกจากตำราเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ประเด็นข้อที่ 11 การเรียนภาษาอังกฤษทำให้ฉันได้มีโอกาสฝึกพูดภาษาอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ ประเด็นข้อที่ 14 ฉันชอบดูทีวี ภาพยนตร์และฟังเพลงภาษาอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ตามลำดับ

ประเด็นที่มีทัศนคติอยู่ในระดับมาก อีก 12 ประเด็น ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ประเด็นข้อที่ 20 ครูให้โอกาสกับเด็กทุกคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาคือ ประเด็นข้อที่ 10 วิชาภาษาอังกฤษเป็นวิชาที่สนุกมีกิจกรรมหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ประเด็นข้อที่ 19 ครูสอนโดยใช้อุปกรณ์ประกอบการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ประเด็นข้อที่ 3 การเรียนภาษาอังกฤษทำให้ฉันสามารถพูดกับชาวต่างชาติได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ประเด็นข้อที่ 15 ฉันได้เรียนรู้วัฒนธรรมของคนที่พูดภาษาอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ประเด็นข้อที่ 7 ฉันสามารถอ่านคำศัพท์ข้อความภาษาอังกฤษจากหนังสือภาษาอังกฤษที่เรียนได้ กับ ประเด็นข้อที่ 12 ฉันต้องการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ประเด็นข้อที่ 8 ฉันนำภาษาอังกฤษที่ครูสอนในบางส่วนไปฝึกใช้กับคนในครอบครัว กับประเด็นข้อที่ 9 ฉันเรียนภาษาอังกฤษด้วยความสบายใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ประเด็นข้อที่ 4 การเรียนภาษาอังกฤษทำให้ฉันเข้าใจเนื้อหาวิชาอื่นได้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ประเด็นข้อที่ 16 ฉันเรียนพิเศษภาษาอังกฤษเสริมในตอนเย็นหลังเลิกเรียนจากทาง โรงเรียนแล้ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และ ประเด็นข้อที่ 17 ครูพูดภาษาอังกฤษได้คล่องแคล่ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ตามลำดับ

และมีประเด็นที่มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง อีก 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 5 ฉันรู้สึกภูมิใจเมื่อได้พูดภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติ กับ ประเด็นข้อที่ 6 ฉันชอบสนทนากับ

ชาวต่างชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ประเด็นข้อที่ 18 ครูเป็นกันเอง ให้กำลังใจและให้คำแนะนำ  
สม่ำเสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

### ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน โดยรวม รายด้านและรายข้อ

ตารางที่ 4-3 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน โดยรวม รายด้านและรายข้อ  
(n = 300)

	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับ ที่
1.	ด้านรูปแบบ	4.06	0.36	มาก	3
2.	ด้านเนื้อหา	3.56	0.41	มาก	5
3.	ด้านการทำงานร่วมกัน	4.10	0.52	มาก	2
4.	ด้านบรรยากาศ	3.98	0.42	มาก	4
5.	ด้านกิจกรรม	4.24	0.46	มากที่สุด	1
	รวม	3.99	0.21	มาก	-

จากตารางที่ 4-3 พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 5 ด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

และมีรายด้านที่อยู่ในระดับมากอีก 4 ประเด็น ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ประเด็นข้อที่ 3 ด้านการทำงานร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ประเด็นข้อที่ 1 ด้านรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ประเด็นข้อที่ 4 ด้านบรรยากาศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และ ประเด็นข้อที่ 2 ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ตารางที่ 4-4 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านรูปแบบ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 300)

ประเด็น	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. ตัวหนังสืออ่านง่ายและชัดเจน	4.44	0.78	มากที่สุด	1
2. รูปภาพสวยงาม	4.26	0.74	มากที่สุด	2
3. สะดวกในการใช้	3.96	0.82	มาก	3
4. ชุดการเรียนการสอนเข้าใจง่ายมีภาพประกอบสวยงาม	3.60	0.49	มาก	4
รวม	4.06	0.36	มาก	-

จากตารางที่ 4-4 พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 1 ตัวหนังสืออ่านง่ายและชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และ ประเด็นข้อที่ 2 รูปภาพสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

และมีประเด็นที่อยู่ในระดับมากอีก 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 3 สะดวกในการใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และ ประเด็นข้อที่ 4 ชุดการเรียนการสอนเข้าใจง่ายมีภาพประกอบสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านเนื้อหา ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 300)

ประเด็น	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. ความยากง่ายเหมาะกับระดับชั้นที่เรียน	3.20	0.72	ปานกลาง	4
2. เนื้อหาตรงกับจุดประสงค์การเรียนรู้	3.24	0.68	ปานกลาง	3
3. เนื้อหาที่เรียนเหมาะสมกับเวลาที่สอน	3.88	0.47	มาก	2
4. ชุดการเรียนการสอนมีคำอธิบายที่ทำให้เข้าใจง่าย	3.92	0.48	มาก	1
รวม	3.56	0.41	มาก	-

จากตารางที่ 4-5 พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกสถานสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 4 ชุมการเรียนการสอนมีคำอธิบายที่ทำให้เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และ ประเด็นข้อที่ 3 เนื้อหาที่เรียนเหมาะสมกับเวลาที่สอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

และมีประเด็นที่อยู่ในระดับปานกลางอีก 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 2 เนื้อหาตรงกับจุดประสงค์การเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และ ประเด็นข้อที่ 1 ความยากง่ายเหมาะกับระดับชั้นที่เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

ตารางที่ 4-6 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านการทำงานร่วมกัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 300)

ประเด็น	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. ฉันชอบทำงานร่วมกับเพื่อน ๆ	3.74	0.89	มาก	4
2. การทำงานเป็นกลุ่มทำให้เกิดความสามัคคี	4.12	0.55	มาก	3
3. การทำงานร่วมกันทำให้ฝึกการเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี	4.32	0.61	มากที่สุด	1
4. การทำงานร่วมกันทำให้ได้เรียนรู้การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในกลุ่ม	4.24	0.68	มากที่สุด	2
รวม	4.10	0.52	มาก	-

จากตารางที่ 4-6 พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกสถานสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านการทำงานร่วมกัน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 3 การทำงานร่วมกันทำให้ฝึกการเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ ประเด็นข้อที่ 4 การทำงานร่วมกันทำให้ได้เรียนรู้การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24



และมีประเด็นที่อยู่ในระดับมากอีก 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 2 การทำงานเป็นกลุ่ม ทำให้เกิดความสามัคคี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และ ประเด็นข้อที่ 1 ฉันทชอบทำงานร่วมกับเพื่อน ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ตารางที่ 4-7 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษา  
แฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านบรรยากาศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 300)

ประเด็น	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับ ที่
1. ชุดการเรียนการสอนทำให้ห้องเรียนมีชีวิตชีวาสนุกสนาน	4.38	0.59	มากที่สุด	1
2. ฉันทชอบเรียนโดยใช้ชุดการเรียนการสอน	4.24	0.70	มากที่สุด	2
3. ฉันทรู้สึกมีความสุขที่ได้เรียนภาษาอังกฤษโดยใช้ชุดการเรียนการสอน	3.88	0.65	มาก	3
4. ชุดการเรียนการสอนทำให้เกิดความสนใจของผู้เรียนทำให้เกิดความอยากเรียน	3.44	0.85	มาก	4
รวม	3.98	0.42	มาก	-

จากตารางที่ 4-7 พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านบรรยากาศ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 1 ชุดการเรียนการสอนทำให้ห้องเรียนมีชีวิตชีวาสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และ ประเด็นข้อที่ 2 ฉันทชอบเรียนโดยใช้ชุดการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

และมีประเด็นที่อยู่ในระดับมากอีก 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นข้อที่ 3 ฉันทรู้สึกมีความสุขที่ได้เรียนภาษาอังกฤษโดยใช้ชุดการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และ ประเด็นข้อที่ 4 ชุดการเรียนการสอนทำให้เกิดความสนใจของผู้เรียนทำให้เกิดความอยากเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ตารางที่ 4-8 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษา  
แฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านกิจกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 300)

ประเด็น	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับ ที่
1. ฉันชอบร้องเพลงภาษาอังกฤษและชอบแสดงท่าทาง ประกอบ	4.44	0.49	มากที่สุด	1
2. การเรียนโดยใช้ชุดการสอนร้องเพลงทำให้ร่วมกิจกรรม กับเพื่อนๆอย่างสนุก	4.22	0.70	มากที่สุด	2
3. ฉันชอบกิจกรรมที่ให้ตรวจคำตอบจากบัตรเฉลย เพราะทำ ให้ฉันรู้คะแนนและข้อปรับปรุงของตัวเอง	4.16	0.50	มาก	3
4. ฉันเต็มใจกับกิจกรรมที่ครูมอบหมาย	4.16	0.46	มาก	3
รวม	4.24	0.46	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยใน  
การเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านกิจกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.24

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ประเด็น คือ  
ประเด็นข้อที่ 1 ฉันชอบร้องเพลงภาษาอังกฤษและชอบแสดงท่าทางประกอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44  
และ ประเด็นข้อที่ 2 การเรียนโดยใช้ชุดการสอนร้องเพลงทำให้ร่วมกิจกรรมกับเพื่อนๆอย่างสนุก  
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

และมีประเด็นที่อยู่ในระดับมาก อีก 2 ประเด็น คือ ประเด็นข้อที่ 3 ฉันชอบกิจกรรมที่ให้  
ตรวจคำตอบจากบัตรเฉลย เพราะทำให้ฉันรู้คะแนนและข้อปรับปรุงของตัวเอง กับ ประเด็นข้อที่ 4  
ฉันเต็มใจกับกิจกรรมที่ครูมอบหมาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

## ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

### 4.1 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถานสอนภาษา แฟรนไชส์ UNISEARCH

ตารางที่ 4-9 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานสอนภาษา  
แฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียนจำแนกตามเพศ (n =300)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานสอนภาษา แฟรนไชส์ UNISEARCH	เพศ				t	Sig.
	เพศชาย (n=96)		เพศหญิง (n=204)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1.ด้านรูปแบบ	3.95	0.33	4.11	0.37	-3.694	.000*
2.ด้านเนื้อหา	3.46	0.33	3.60	0.43	-2.660	.008
3.ด้านการทำงานร่วมกัน	4.12	0.39	4.09	0.57	.517	.649
4.ด้านบรรยากาศ	3.96	0.46	3.99	0.40	-.429	.651
5.ด้านกิจกรรม	4.18	0.46	4.27	0.45	-1.476	.138
ภาพรวม	3.94	0.15	4.01	0.23	-2.825	.005*

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4-9 พบว่า ผู้เรียนที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือก  
สถานสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เรียนที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือก  
สถานสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH แตกต่างกัน ในด้านรูปแบบ ส่วนด้านการทำงาน  
ร่วมกัน ด้านบรรยากาศ ด้านเนื้อหา ด้านกิจกรรม ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4-10 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษา  
แฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียนจำแนกตามอายุ (n =300)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอน ภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH	อายุ						F	Sig.
	11 – 12 ปี (n=66)		13 – 14 ปี (n=126)		15 – 16 ปี (n=108)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1.ด้านรูปแบบ	4.04	3.00	3.96	0.36	4.19	0.37	12.412	.000*
2.ด้านเนื้อหา	3.52	0.31	3.65	0.45	3.47	4.12	6.278	.002*
3.ด้านการทำงานร่วมกัน	3.97	0.50	4.15	0.46	4.12	0.57	2.670	.071
4.ด้านบรรยากาศ	4.20	0.31	3.94	0.42	3.90	0.44	12.322	.000*
5.ด้านกิจกรรม	4.04	0.46	4.28	0.41	4.31	0.47	8.512	.000*
ภาพรวม	3.95	0.21	4.00	0.22	4.00	0.21	.963	.383

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4-10 พบว่า ผู้เรียน ที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือก  
สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เรียนที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือก  
สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา ด้านบรรยากาศ และด้าน  
กิจกรรมแตกต่างกัน ส่วนด้านการทำงานร่วมกันไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษา  
แฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน จำแนกตามระดับการศึกษา (n =100)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอน ภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH	ระดับการศึกษา						F	Sig.
	ประถมศึกษาตอน		มัธยมศึกษา		มัธยมศึกษา			
	ปลาย		ตอนต้น		ตอนปลาย			
	(n=84)		(n=138)		(n=78)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1.ด้านรูปแบบ	4.03	0.28	4.08	0.43	4.05	0.31	.527	.591
2.ด้านเนื้อหา	3.57	0.34	3.60	0.46	3.46	0.35	3.278	.039*
3.ด้านการทำงานร่วมกัน	4.10	0.56	3.98	0.42	4.30	0.57	9.881	.000*
4.ด้านบรรยากาศ	4.23	0.32	3.92	0.38	3.82	0.47	24.144	.000*
5.ด้านกิจกรรม	4.01	0.41	4.32	0.40	4.34	0.51	15.644	.000*
ภาพรวม	3.99	0.22	3.98	0.21	4.00	0.21	.089	.915

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4-11 พบว่า ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านเนื้อหา ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านบรรยากาศ และด้านกิจกรรมแตกต่างกัน ส่วนด้านรูปแบบไม่แตกต่าง

4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

ตารางที่ 4-12 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษา แฟรนไชส์ UNISEARCH		r	Prob.
1.	ด้านรูปแบบ	.194	.001*
2.	ด้านเนื้อหา	.669	.000*
3.	ด้านการทำงานร่วมกัน	.608	.000*
4.	ด้านบรรยากาศ	.230	.000*
5.	ด้านกิจกรรม	.406	.000*
ภาพรวม		.868	.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-12 พบว่า ทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ค่า  $R = .868$  ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านรูปแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob. = 0.000 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ค่า  $R = .194$  ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านเนื้อหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob. = 0.000 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ค่า  $R = .669$  ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านการทำงานร่วมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob. = 0.000 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ค่า  $R = .608$  ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านบรรยากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob. = 0.000 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ค่า  $R = .203$  ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ด้านกิจกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob. = 0.000 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ค่า  $R = .406$  ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

## บทที่ 5

### อภิปรายผล และ สรุปผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียน และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาโดยมีเนื้อหาของแบบสอบถาม แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH โดยศึกษาปัจจัยทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านรูปแบบ 2) ด้านเนื้อหา 3) ด้านการทำงานร่วมกัน 4) ด้านบรรยากาศ และ 5) ด้านกิจกรรมโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ ผู้เรียนภาษาอังกฤษในสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ จำนวน 400 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติ t-Test ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม กับตัวแปรตาม ใช้ค่าสถิติ F-test หรือ One way Analysis of Variance (ANOVA) หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

#### สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้เรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 13 - 14 ปี คิดเป็นร้อยละ 42 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้เรียนต่อทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ พบว่า ทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับสูงที่สุดคือ ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่เรารู้กันทั่วโลก รองลงมาคือ การเรียนภาษาอังกฤษมีความจำเป็นในโลกปัจจุบัน ส่วนด้านที่มีทัศนคติต่ำที่สุดคือ ครูเป็นกันเอง ให้กำลังใจและให้คำแนะนำสม่ำเสมอ



ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียนในภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ผู้เรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับสูงที่สุดคือ ด้านกิจกรรม ส่วนด้านที่ให้ความสำคัญต่ำที่สุดคือ ด้านเนื้อหา

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษาของทัศนคติต่อหลักสูตรการเรียนการสอนของแฟรนไชส์กลุ่มของผู้ปกครอง พบว่า

4.1 ผู้เรียนที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ต่างกัน มีผลทำให้ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมแตกต่างกัน ผู้เรียนที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH แตกต่างกัน ในด้านรูปแบบ ส่วนด้านการทำงานร่วมกัน ด้านบรรยากาศ ด้านเนื้อหา ด้านกิจกรรม ไม่แตกต่าง

4.2 ทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมและรายด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยและผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH สามารถอภิปรายผล และอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้จากผลการศึกษาที่พบว่า

ทัศนคติของผู้เรียนต่อทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ พบว่า ทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นที่ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับสูงที่สุดคือ ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่เรียนรู้กันทั่วโลก รองลงมาคือ การเรียนภาษาอังกฤษมีความจำเป็นในโลกปัจจุบัน ส่วนด้านที่มีทัศนคติต่ำที่สุดคือ ครูเป็นกันเอง ให้กำลังใจและให้คำแนะนำสม่ำเสมอ เป็นเพราะว่าในสังคมโลกปัจจุบัน คงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลของโลกที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย และเข้ามามีบทบาทสำคัญในวิถีชีวิตของผู้คนจำนวนมากไม่น้อย โดยเฉพาะการรวมกลุ่มของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (AEC) ในปี 2015 และจากอิทธิพลของความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร ส่งผลให้ภาษาอังกฤษยิ่งทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การศึกษาค้นคว้าแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย รวมถึงการประกอบอาชีพ (สถาบันสังคมศึกษา สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2554) เป็นผลให้กลุ่มนักเรียนมีความเชื่อ ความตระหนักในความสำคัญของการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ

กฤติยา เพิ่มพานิช (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิด ต่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษและแรงจูงใจของ นักศึกษาในการสมัครเข้าเรียนในหลักสูตร ทัวไป ในสถาบันภาษา เอ.ยู.เอ. สาขาราชดำริ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ของผู้เรียนในภาพรวมให้ความสำคัญ อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ผู้เรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับสูงที่สุดคือ ด้านกิจกรรม ส่วนด้านที่ให้ความสำคัญต่ำที่สุดคือ ด้านเนื้อหา ผลการศึกษาที่ได้นั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ดี ส่วนหนึ่งเป็นเพราะว่า "สถาบันภาษายูนิเซิร์ซ" เกิดขึ้นจากจุดเริ่มต้นของความตั้งใจและความรักที่มีต่อเด็ก และปรารถนาที่จะให้เด็ก ๆ มีโอกาสบ่มเพาะและพัฒนาทักษะในการดำรงชีวิตที่ดี ผ่านการเรียนรู้ภาษาอังกฤษและภาษาจีน นำเสนอวิธีการเรียนการสอนที่เป็นระบบรูปแบบเฉพาะ ภายใต้ชื่อ โปรแกรมหลักสูตร แนวทฤษฎีใหม่ M.T.A.L. เน้นการพัฒนาพื้นฐานและเตรียมความพร้อมที่ดีด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีน รวมถึงส่งเสริมทักษะความคิดและจินตนาการให้กับเด็ก ๆ เพื่อให้เขาเหล่านั้นมีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าคิดและกล้าแสดงออกด้วยภาษาอังกฤษอย่างสร้างสรรค์ จึงส่งผลให้เด็กนักเรียนให้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH อยู่ในระดับที่ดี โดย ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) ได้อธิบายถึงผลดังกล่าวว่า เกิดจากปัจจัยทางจิตวิทยา การตัดสินใจเลือกของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งประกอบ 4 ปัจจัย นั่นคือ สิ่งจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ ในงานวิจัยนี้สิ่งจูงใจของนักเรียนคือการเรียนรู้ภาษาที่นับวันยังมีความสำคัญ การรับรู้ คือขั้นของการประเมินเลือกสถาบันสอนภาษาที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง การเรียนรู้คือกระบวนการที่ตัวนักเรียนได้ผ่านการเรียนการสอนจากสถาบัน และความเชื่อและทัศนคติ คือขั้นตอนสุดท้ายที่กลุ่มนักเรียนจะใช้ตัดสินใจ และประเมินผลต่อสถาบัน อาจจะเป็นด้านบวกหรือลบ ก็ขึ้นอยู่กับ การส่งมอบคุณค่า ให้แก่ลูกค้า ว่าคุ้มค่าน้อยเพียงใด ซึ่งผลของการศึกษาก็พบว่าด้านกิจกรรม ถูกกลุ่มนักเรียนให้ความสำคัญมากที่สุด อาจเป็นเพราะกระบวนการศึกษาภายในโรงเรียนมุ่งเน้นความสำคัญไปที่เนื้อหา มากกว่าความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ที่จะมีส่วนต่อการเรียนรู้ ทำให้กลุ่มนักเรียนมุ่งเน้นความสำคัญกับด้านกิจกรรมมากที่สุดเมื่อเรียนพิเศษจึงต้องการในส่วนนี้มากเป็นพิเศษ มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยอีกหลายฉบับ ดังนี้ ผลงานวิจัยของ บุญกร ไวพจน์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สายวิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนในภาพรวมทั้ง 6 ด้านอยู่ในน้ำหนักมาก โดยมีการตัดสินใจน้ำหนักมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านการจัดการเรียน การสอนของโรงเรียนกวดวิชา ขณะที่ผลงานวิจัยของจุฬาลักษณ์ ธนะวัฒน์ (2542) วิจัยเรื่องการศึกษา การกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า

สาเหตุการเรียนกวดวิชา ของเด็กนักเรียนชั้นมัธยมต้น สังกัดสามัญศึกษา จังหวัดนครสวรรค์ ด้าน ส่วนตัวของนักเรียน เพราะต้องการความรู้เพิ่มเติม ด้านเทคนิคและการสอน เพราะผู้สอนใช้เทคนิค และการสอนให้เข้าใจง่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพนิตา คชกุล (2553) ได้ ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ โรงเรียนกวดวิชาตามความคิดเห็นของ ผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วน ประสมการตลาดของ โรงเรียนกวดวิชาโดยภาพรวมในระดับมาก

ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH พบว่า ผู้เรียนที่มี เพศ ต่างกัน มีผลทำให้ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอน ภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ปัจจัยอื่นๆพบว่าแตกต่างกันไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้วิจัยขอเสนออภิปรายถึงสาเหตุเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกขอกกล่าวถึงปัจจัยทางด้านเพศ ผลการศึกษาพบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยการ ตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH มากกว่าเพศชาย แต่ก็ไม่ได้แตกต่างกัน มากนัก ซึ่งพื้นฐานของเด็กผู้หญิงส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจ ใฝ่ใจ ในการเรียนมากกว่าเพศชาย จึงทำให้เพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธิษานันท์ ค้วงจันทร์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก โรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครอง นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 5 และ 6 ในเขตเทศบาลนครเชียงราย พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มี เพศต่างกันมีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนที่ 2 คือสาเหตุปัจจัยที่ให้นักเรียนที่มีอายุ และ ระดับการศึกษา ต่างกันมีผลต่อปัจจัย การตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ไม่แตกต่างกัน โดยปณิศา ลัญชานนท์ (2548, หน้า 83) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจเลือกชื่อหมายถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและ การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของเขา แน่แน่นอนเมื่อเด็กนักเรียนเลือกที่เรียนพิเศษแล้ว ทุกคนย่อมที่จะต้องการ สิ่งที่ดีที่สุดสำหรับตนในทุกๆด้าน ซึ่งมีความไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของบุษกร ไหวพจน์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายวิทยาศาสตร์ใน กรุงเทพมหานคร นักเรียนที่มีชั้นปีที่ศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชา ด้านพัฒนา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และด้านการจัดการเรียนสอนของ โรงเรียนกวดวิชาแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 ความไม่สอดคล้องดังกล่าวมาจากความแตกต่างที่ใช้ในการศึกษา ที่งานวิจัยเล่มดังกล่าวใช้กลุ่มตัวอย่างคือระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายสายวิทยาศาสตร์ ซึ่งต่างมี ความมุ่งหวังในการนำเอาความรู้ไปใช้ต่างกัน โดยเฉพาะการนำไปใช้เพื่อสอบเข้าในระดับ มหาวิทยาลัย จึงทำให้เกิดความแตกต่างกับงานวิจัยฉบับนี้ นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับ

ผลงานวิจัยของ เพชรพร ขำเนียม (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชา และความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่าผู้เรียนที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ในภาพรวมและรายด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสำหรับการเรียนการสอนภาษา ทัศนคติของผู้เรียนมีผลต่อการเรียนรู้ภาษา ทัศนคติของผู้เรียนเป็นตัวแปรทางด้านจิตวิทยาและบุคลิกภาพของตัวผู้เรียน ซึ่งมีความสำคัญต่อการเรียนการสอนภาษา Krashen and Terrel (1983, p. 71) พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติและความรู้สึกมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จในการเรียนรู้ภาษาที่สองซึ่งสอดคล้องกับ Savignon (1997) ได้กล่าวถึงความสำคัญของทัศนคติต่อการเรียนภาษาที่สองว่า ในบรรดาตัวแปรมากมายในการเรียนรู้ภาษานั้น ทัศนคติของผู้เรียนเป็นสิ่งที่สำคัญที่มองเห็นกันมากที่สุด และตัวแปรที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการเรียนรู้ภาษาที่สองก็คือทัศนคติของผู้เรียนนั่นเอง Gardner & Lambert (1972, p. 20) เชื่อว่าทัศนคติและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ในการเรียนภาษาที่สอง อีกทั้งเป็นตัวแปรที่เป็นอิสระจากความถนัดทางภาษาและสติปัญญา ทัศนคติเป็นสิ่งที่พัฒนามาจากครอบครัว พ่อแม่ที่มีทัศนคติที่ดีต่อภาษาต่างประเทศและวัฒนธรรมต่างชาติ ลูกจะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติทางบวกด้วย เป็นเหตุทั้ง 2 ตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กฤติยา เพิ่มพานิช (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติ ต่อการเรียนภาษาอังกฤษและแรงจูงใจของนักศึกษาในการสมัครเข้าเรียนในหลักสูตร ทั่วไปในสถาบันภาษา เอ.ยู.เอ. สาขาราชดำริ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษมีความสัมพันธ์กันทางบวกกับแรงจูงใจในการสมัครเข้าเรียน แต่เป็นความสัมพันธ์เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

และผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ทั้ง 5 ด้าน ส่งผลต่อทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ โดยด้านเนื้อหา และด้านกิจกรรม ส่งผลต่อทัศนคติด้านการเรียนภาษาอังกฤษ มากที่สุด เป็นเพราะว่าทางสถาบันมีวิธีการนำเสนอการเรียนการสอนที่เป็นระบบรูปแบบเฉพาะ โดยเน้นการพัฒนาพื้นฐานและเตรียมความพร้อมที่ดีด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีน รวมถึงส่งเสริมทักษะความคิดและจินตนาการให้กับเด็ก ๆ เพื่อให้เขาเหล่านั้นมีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าคิดและกล้าแสดงออกด้วยภาษาอังกฤษอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเด็กนักเรียนก็เกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากจากระบบดังกล่าวนี้ ซึ่ง Newcomb (1998 อ้างถึงใน เพชรพร ขำเนียม, 2551) ได้อธิบายว่า ทัศนคติมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างตั้งใจ เนื่องจากมนุษย์ที่มีความตั้งใจในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะแสดงพฤติกรรม

ออกมาในด้านบวกโดยตรง ทักษะคือเป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยหรือเกี่ยวกับความรู้สึก เช่นความชอบ ความเกลียด เป็นต้น ซึ่งเมื่อเด็กนักเรียนได้รับวิชาความรู้ ความสนุกสนาน ได้ผลที่ดีขึ้นจากการเรียนที่สถาบัน ก็จะส่งผลชื่นชอบภาษาอังกฤษตามไปด้วย

### ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้

จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะที่เป็นนัยยะในเชิงนโยบายที่สำคัญดังนี้

1. ด้านกิจกรรม พบว่า เด็กนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากที่สุด ผู้วิจัยจึงเสนอให้ทางสถาบัน มีการพัฒนากิจกรรมในการสอนอยู่ตลอดเวลาโดยการสร้างทีมงานเฉพาะสำหรับสร้างกิจกรรมการสอน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดประสงค์ให้เกิดความไม่น่าเบื่อ ไม่ซ้ำซาก และความสนุกสนานในการเรียน

2. ด้านการทำงานร่วมกัน สถาบันต้องพัฒนารูปแบบการเรียน การสอน โดยมีการแบ่งกลุ่มให้ทำงานร่วมกัน ให้มีการช่วยกันระดมความคิด ฝึกให้มีการตั้งหัวหน้ากลุ่ม และสลับสับเปลี่ยน เพื่อสร้างให้เด็กนักเรียนรู้จักการเป็นผู้นำ-ผู้ตาม ฝึกให้มีการนำเสนอหน้าชั้นเรียน เพื่อให้เกิดความสามัคคีในชั้นเรียน เกิดความสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน และเพื่อให้เด็กนักเรียนมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม

3. ด้านเนื้อหา พบว่า สถาบันยังมีจุดบกพร่องอยู่สองประการคือ 1) ความยากง่ายเหมาะกับระดับชั้นที่เรียน และ 2) เนื้อหาตรงกับจุดประสงค์การเรียนรู้ ผู้วิจัยจึงเสนอให้ทางสถาบัน ดำเนินการแก้ไข โดยการแบ่งระดับชั้นของเด็กนักเรียนอย่างชัดเจน หรือแบ่งตามจุดประสงค์ เนื่องจากเด็กนักเรียนบางกลุ่มต้องการเรียนเพื่อนำไปใช้ในโรงเรียน เด็กนักเรียนบางกลุ่มต้องการเรียนเพื่อรู้หลักไวยากรณ์ เด็กนักเรียนบางกลุ่มต้องการเรียนเพื่อต้องการสนทนากับชาวต่างชาติได้ ซึ่งเทคนิคการเรียนจะแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงทางสถาบันควรดำเนินการแบ่งแยกอย่างชัดเจนเพื่อประสิทธิภาพในการเรียนรู้

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

หลังจากที่ได้ดำเนินการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่า

1. เนื่องจากการวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงข้อค้นพบจากการศึกษา จึงขอเสนอให้มีการวิจัยเกี่ยวกับ “การสร้างชุดการเรียนการสอนของสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH” หรือ “แนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอนของสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH” หรือ “ความต้องการของเด็กนักเรียน หลังจากการศึกษากับสถาบันสอนภาษา แฟรนไชส์ UNISEARCH”

2. เนื่องจากการวิจัยฉบับนี้ใช้วิธีการศึกษาในเชิงปริมาณข้อมูลที่ได้จากการศึกษายังไม่เป็นข้อมูลเชิงลึกมากนักจึงขอเสนอให้มีการทำการวิจัยในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับ “การศึกษาปัญหาต่อการเรียนการสอนของสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH” หรือ “แรงจูงใจ กลวิธีการเรียนรู้ ปัญหา และความต้องการในการเรียนภาษาอังกฤษ”

## บรรณานุกรม

- กฤติยา เพิ่มพานิช. (2545). *ทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษและแรงจูงใจของนักศึกษาในการสมัครเข้าเรียนในหลักสูตร ทัวไป* ในสถาบันภาษา เอ.ยู.เอ. สาขาราชดำริ กรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยพณิชยการมหาบัณฑิต, สาขาครุศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ก้องเกียรติ บุญเสริม. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น: การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม* กับการวิเคราะห์ซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน. วิทยาลัยพณิชยการมหาบัณฑิต, สาขาครุศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฬาลักษณ์ ณะวัฒน์. (2542). *การศึกษากวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครสวรรค์*. วิทยาลัยพณิชยการมหาบัณฑิต, สาขาครุศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคสถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชงชัย สันติวงษ์. (2546). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- ธิษานันท์ คิ้วจันท์. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 5 และ 6 ในเขตเทศบาลนครเชียงราย*. วิทยาลัยพณิชยการธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- บุษกร ไหวพจน์. (2552). *การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายวิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยาลัยพณิชยการมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บิสิเนสเวิร์ด.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ: การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ: โอเคียนสโตร์.
- ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ทิปป์.
- เปรมรุ่ง วงศ์อนันต์. (2553). *ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้ารับการดูแลในสถานศึกษาเด็กเล็กเอกชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง*. วิทยาลัยพณิชยการมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

- พนิตา คชกุล. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2531). *การศึกษาความหมายของทัศนคติ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เพชรพร จำเนียม. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาและความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นวลนาง สุยะพอ. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาภาษาไทยของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสอนภาษาไทย, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รวิวรรณ จันทร์แจ่ม. (2552). *แนวทางการพัฒนาโรงเรียนกวดวิชาในจังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- รังนี นพเกตุ. (2540). *จิตวิทยาทั่วไปเรื่องการรับรู้* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- วริยา อินพาเพียร. (2551). *การพัฒนาชุดการสอนเพลงและการศึกษาทัศนคติในการเรียนภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนหอแซฟฟูปัตถัมภ์ จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสอนภาษาไทย, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมย์. (2555). *สถิติที่ใช้ในการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- สถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH. (2555). *แฟรนไชส์การศึกษาศึกษา Unisearch ไรด์โซว์รับกระแสเปิดตลาดอาเซียน*. วันที่ค้นข้อมูล 15 ธันวาคม 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.thaifranchisecenter.com/info/show.php?eID=1739>
- สถาบันสังคมศึกษา สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ. (2554). *พัฒนาภาษาอังกฤษ เตรียมเด็กไทยสู่อาเซียนและเวทีโลก*. วันที่ค้นข้อมูล 15 ธันวาคม 2555, เข้าถึงได้จาก <http://social.obec.go.th/node/89>
- สมยศ นาวิการ. (2521). *การพัฒนาองค์การและการจูงใจ = Organizational development and motivation* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ดวงกมล.



- สุขมา ดีสวาสดี. (2550). ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในความ  
 คิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล  
 วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และ  
 สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชาติ ะ โนทัย. (2539). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นประถมศึกษา  
 - ดอนต้นกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาบริหารการศึกษา,  
 บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพัฒน สุกมลสันต์. (2530). เรียนกวดวิชาแล้วได้อะไร. วารสารการศึกษาแห่งชาติ, 21(1), 34-39.  
 \_\_\_\_\_. (2546). ยุทธศาสตร์การปฏิรูปการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเพื่อ  
 ส่งเสริม การเรียนรู้ตลอดชีวิต. วันที่ค้นข้อมูล 20 พฤษภาคม 2556, เข้าถึงได้จาก  
[www.cmi.nfe.go.th/nfe/reform.doc](http://www.cmi.nfe.go.th/nfe/reform.doc).
- สุภาพษ์ นิลเกษ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันกวดวิชา  
 เพื่อการตอบสนองข้อสอบภาษาอังกฤษมาตรฐานในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์  
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรางค์ ไคว้ตระกูล. (2550). จิตวิทยาการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย.
- โสภา ชูพิกุลชัย. (2522). จิตวิทยาสังคมประยุกต์. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และ  
 ไชเทกซ์.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ท็อป.
- ศิวรัตน์ ณ ปทุม และคณะ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง. กรุงเทพฯ: พิมพ์ศรีพรินต์ติ้ง.
- อคุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.  
 \_\_\_\_\_. (2546). การบริหารตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อคุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค: ฉบับมาตรฐาน = *Consumer  
 Behavior* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรจิรา เนตรอารีย์. (2548). เจตคติต่อการเข้ารับการศึกษาของพนักงานธนาคารออมสิน.  
 วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการวัดและประเมินผลทางการศึกษา,  
 บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- อารี พันธุ์ณี. (2546). *จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนรู้การสอน*. กรุงเทพฯ: ไชยheim เอ็ดดูเคท.
- Brown, W. B., & Moberg, D. J. (1980). *Organization Theory and Management: Approach*. New York: John Wiley and Sons.
- Fishbein, A., & Ajzen, S. (1975). *Belief Attitude Intention and Behavior: An Introduction to theory and Research*. Mass: Addison-Wesley.
- Gardner, R.C., & Lambert, W. E. (1972). *Attitude and Motivation in Second Language Learning*. Rowley, Mass: Newbury House.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw-Hill.
- Katz, A. (1960). *Organization Theory and Management*. New York: McGraw-Hill.
- Littlewood, W. (1981). *Communicative Language Teaching : An Introduction*. New York: Cambridge University.
- \_\_\_\_\_. (1983). *Foreign and Second Language Learning: Language Acquisition Research and Its Implications for the Classroom*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Krashen, S. D., & Terrel, T. D. (1983). *The Natural Approach Language Acquisition in the Classroom*. U.K.: Pergamon Press.
- Savignon, S. (1997). *Communicative Competence: Theory and Classroom Practice*. New York: McGraw-Hill.
- Zimbardo, P. G., & Ebbesen, E. (1970). *Influence Attitude and Changing Behavior Massachusetts*. Addison: Wesly Publishing.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม



ลำดับ ที่	ข้อความ	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง (1)
	ชาวต่างชาติ					
6.	ฉันชอบสนทนากับชาวต่างชาติ					
7.	ฉันสามารถอ่านคำศัพท์ข้อความ ภาษาอังกฤษจากหนังสือภาษาอังกฤษที่ เรียนได้					
8.	ฉันนำภาษาอังกฤษที่ครูสอนในบางส่วน ไปฝึกใช้กับคนในครอบครัว					
9.	ฉันเรียนภาษาอังกฤษด้วยความสบายใจ					
10.	วิชาภาษาอังกฤษเป็นวิชาที่สนุกมีกิจกรรม หลากหลาย					
11.	การเรียนภาษาอังกฤษทำให้ฉันได้มี โอกาสฝึกพูดภาษาอังกฤษ					
12.	ฉันต้องการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น					
13.	ฉันชอบอ่านหนังสือภาษาอังกฤษอื่น ๆ นอกจากตำราเรียน					
14.	ฉันชอบดูทีวี ภาพยนตร์และฟังเพลง ภาษาอังกฤษ					
15.	ฉันได้เรียนรู้วัฒนธรรมของคนที่พูด ภาษาอังกฤษ					
16.	ฉันเรียนพิเศษภาษาอังกฤษเสริมในตอน เย็นหลังเลิกเรียนจากทางโรงเรียนแล้ว					
17.	ครูพูดภาษาอังกฤษได้คล่องแคล่ว					
18.	ครูเป็นกันเอง ให้กำลังใจและให้คำแนะนำ สม่ำเสมอ					
19.	ครูสอนโดยใช้อุปกรณ์ประกอบการสอน					
20.	ครูให้ออกาสกับเด็กทุกคน					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH  
 คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่วงระดับ พฤติกรรมทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ  
 ข้อละ 1 ช่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษา แฟรนไชส์ UNISEARCH	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านรูปแบบ</b>					
1. ตัวหนังสืออ่านง่ายและชัดเจน					
2. รูปภาพสวยงาม					
3. สะดวกในการใช้					
4. ชุดการเรียนการสอนเข้าใจง่ายมีภาพประกอบ สวยงาม					
<b>ด้านเนื้อหา</b>					
5. ความยากง่ายเหมาะกับระดับชั้นที่เรียน					
6. เนื้อหาตรงกับจุดประสงค์การเรียนรู้					
7. เนื้อหาที่เรียนเหมาะสมกับเวลาที่สอน					
8. ชุดการเรียนการสอนมีคำอธิบายที่ทำให้เข้าใจ ง่าย					
<b>ด้านการทำงานร่วมกัน</b>					
9. ฉันชอบทำงานร่วมกับเพื่อน ๆ					
10. การทำงานเป็นกลุ่มทำให้เกิดความสามัคคี					
11. การทำงานร่วมกันทำให้ฝึกการเป็นผู้นำ ผู้ ตามที่ดี					
12. การทำงานร่วมกันทำให้ได้เรียนรู้การ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในกลุ่ม					
<b>ด้านบรรยากาศ</b>					
13. ชุดการเรียนการสอนทำให้ห้องเรียนมี ชีวิตชีวาสนุกสนาน					
14. ฉันชอบเรียนโดยใช้ชุดการเรียนการสอน					
15. ฉันรู้สึกมีความสุขที่ได้เรียนภาษาอังกฤษโดย ใช้ชุดการเรียนการสอน					
16. ชุดการเรียนการสอนทำให้เกิดความสนใจ ของผู้เรียนทำให้เกิดความอยากเรียน					

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษา แฟรนไชส์ UNISEARCH	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านกิจกรรม					
17. ฉันชอบร้องเพลงภาษาอังกฤษและชอบ แสดงท่าทางประกอบ					
18. การเรียนโดยใช้ชุดการสอนร้องเพลงทำ ให้ร่วมกิจกรรมกับเพื่อนอย่างสนุก					
19. ฉันชอบกิจกรรมที่ให้ตรวจคำตอบจาก บัตรเฉลย เพราะทำให้ฉันรู้คะแนนและข้อ ปรับปรุงของตัวเอง					
20. ฉันเต็มใจกับกิจกรรมที่ครูมอบหมาย					

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่าสำหรับความอนุเคราะห์  
ในการกรอกแบบสอบถามฉบับนี้



ภาคผนวก ข  
ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

## ค่า Reliability

ภาพรวม

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	40

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
z1	158.3333	56.575	-.051	.752
z2	158.4667	55.085	.160	.742
z3	159.0333	55.620	.018	.752
z4	159.2000	54.993	.173	.742
z5	159.4333	50.392	.542	.721
z6	159.6000	48.593	.634	.713
z7	158.8667	53.637	.364	.734
z8	158.7667	53.978	.349	.735
z9	158.7000	52.700	.336	.734
z10	158.5667	54.737	.164	.742
z11	158.2333	53.771	.338	.735
z12	158.7000	55.183	.052	.751
z13	158.2667	53.444	.379	.734
z14	158.5000	54.534	.123	.745

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
z15	158.9667	54.792	.162	.742
z16	159.3333	56.299	-.039	.756
z17	158.4000	55.145	.146	.743
z18	158.4667	55.085	.160	.742
z19	159.6000	48.593	.634	.713
z20	158.5333	54.395	.229	.739
a1	158.3333	56.575	-.051	.752
a2	158.4667	55.085	.160	.742
a3	159.0333	55.620	.018	.752
a4	159.2000	54.993	.173	.742
b5	159.4333	50.392	.542	.721
b6	159.6000	48.593	.634	.713
b7	158.8667	53.637	.364	.734
b8	158.7667	53.978	.349	.735
c9	158.7333	52.961	.292	.736
c10	158.5667	54.737	.164	.742
c11	158.2333	53.771	.338	.735
c12	158.3000	53.872	.317	.736
d13	158.2667	53.444	.379	.734
d14	158.5000	54.534	.123	.745
d15	158.9667	54.792	.162	.742
d16	159.3333	56.299	-.039	.756
e17	158.4000	55.145	.146	.743
e18	158.4667	55.085	.160	.742
e19	158.5333	56.602	-.047	.749
e20	158.5333	54.395	.229	.739

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษ

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	20

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
z1	75.9333	22.271	.809	.688
z2	74.8000	28.441	.095	.752
z3	75.3667	27.620	.108	.758
z4	75.5333	28.326	.117	.751
z5	75.7667	24.599	.565	.716
z6	75.9333	22.271	.809	.688
z7	75.2000	27.062	.368	.736
z8	75.1000	27.472	.319	.740
z9	75.0333	27.895	.114	.754
z10	74.9000	28.438	.064	.755
z11	74.5667	27.978	.181	.747
z12	75.0333	28.516	-.001	.768
z13	74.6000	27.559	.258	.743
z14	74.8333	28.764	-.020	.767
z15	75.3000	27.872	.162	.749
z16	75.9333	22.271	.809	.688

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
z17	74.7333	28.202	.135	.750
z18	74.8000	28.372	.108	.751
z19	75.9333	22.271	.809	.688
z20	74.8667	27.430	.261	.742

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาแฟรนไชส์ UNISEARCH

1) ด้านรูปแบบ

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	13.1000	2.162	.168	1.000
a2	13.2333	1.564	.868	.659
a3	13.2333	1.564	.868	.659
a4	13.2333	1.564	.868	.659

## 2) ด้านเนื้อหา

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b5	10.4333	3.633	.620	.849
b6	10.6000	2.731	.914	.713
b7	9.8667	4.740	.416	.911
b8	10.6000	2.731	.914	.713

## 3) ด้านการทำงานร่วมกัน

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c9	13.4000	1.628	.562	.720
c10	13.2333	1.978	.510	.732
c11	12.9000	1.886	.746	.622
c12	12.9667	2.171	.486	.743

## 4) ด้านบรรยาศ

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
d13	12.1667	4.626	.101	.909
d14	12.4000	2.455	.871	.583
d15	12.4000	2.455	.871	.583
d16	13.2333	2.737	.623	.731

## 5) ด้านกิจกรรม

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	4

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
e17	12.9667	1.757	.900	.865
e18	13.0333	1.826	.866	.878
e19	13.1000	1.955	.799	.901
e20	13.1000	1.886	.709	.934