

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎีแนวคิด และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งเนื้อหาในบทนี้ประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
2. ทฤษฎีส่วประสมทางการตลาดบริการ
3. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
4. โรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ จังหวัดเชียงใหม่

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือ ความมีประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่คาดหวังไว้ (Expected Performance) โดยถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้นๆ (Product Performance) ต่ำกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfied Customer) แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้น ตรงกับความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้ ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ (Satisfied Customer) และเมื่อได้รับผลจากสินค้าหรือบริการสูงกว่า ความคาดหวังที่ตั้งไว้ก็จะทำให้เกิดความประทับใจ (Delighted Customer)

ทฤษฎีส่วประสมทางการตลาดบริการ

ทฤษฎีส่วประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับธุรกิจบริการเพื่อทำให้เกิดการบริหารคุณภาพรวม (Total Quality Management) ที่จะสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นส่วนสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิมถูกพัฒนาขึ้นมา สำหรับธุรกิจการผลิตสินค้าที่จับต้องได้แต่สำหรับผลิตภัณฑ์บริการนั้น มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้า คือ ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของการบริการด้วย ปัญหาการรักษาคุณภาพของการบริการ คือการไม่สามารถควบคุมคุณภาพ

ของการบริการได้เหมือนกับสินค้าที่จับต้องได้ จึงจำเป็นต้องนำเครื่องมือทางการตลาดบริการ 7P's เข้ามาช่วยบริหารจัดการกับธุรกิจ (ยุพาวรรณ วรณวณิชย์, 2548 : 29)

เครื่องมือทางการตลาดที่เป็นที่รู้จักมากที่สุดได้แก่ 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ต่อมา มีการร่วมกันปรับปรุง และเพิ่มเติมส่วนประสมการตลาดขึ้นใหม่ให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจบริการ ส่วนประกอบ ที่เพิ่มขึ้นมาอีก 3P's คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ รายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบมีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการ จะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของการบริการ คุณภาพของการบริการ ระดับชั้นของการบริการ สายการบริการ ไปจนถึงการรับประกันและการบริการหลังการขาย เช่นเดียวกับการพิจารณาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจทั่วไป เพื่อสนองความต้องการ และทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ถึงแม้ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการอาจไม่มีตัวคนที่จับต้องได้เสมอไป แต่ผลิตภัณฑ์นั้นก็ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) กล่าวคือ มีมูลค่า มีประโยชน์ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ได้ จึงจะมีผลให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้ ทั้งนี้ ความครอบคลุมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ถือเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจบริการ

2. ด้านราคา (Price) ราคาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคโดยเฉพาะในขั้นตอนของการประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อ โดยปกติแล้ว ผู้บริโภคนิยมผลิตภัณฑ์และบริการที่มีราคาไม่แพง ผู้ประกอบการจึงพยายามที่จะลดต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการ และเสนอขายในราคาที่ไม่แพงหรือใช้ปัจจัยอื่นๆ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อในขณะเดียวกัน ราคาเปรียบเสมือนต้นทุนของลูกค้า ดังนั้น บริการที่ลูกค้าได้รับจึงควรอยู่ในระดับที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะมีผลอย่างมากในการแข่งขันทางธุรกิจ

3. ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึง อันเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาดบริการ ทั้งนี้ ความยากง่ายในการเข้าถึงการบริการนั้น มิได้หมายแต่เพียงการเข้าถึงทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการด้วย ดังนั้น ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมด้านการติดต่อสื่อสารจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงการบริการอีกด้วย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารกับตลาดด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อการจูงใจให้มีการซื้อสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งแม้กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย อาจไม่สามารถใช้ได้กับการบริการบางประเภทได้ ด้วยข้อจำกัดในการนำเสนอคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรม แต่ในสนามแห่งการแข่งขันทาง

ธุรกิจ ผู้ประกอบการจำนวนมากได้หันมาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายและเริ่มคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อดึงดูดใจลูกค้า

5. ด้านบุคลากร (People) ในธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตการบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ในการขายการบริการ ไปพร้อมๆ กันอีกด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในธุรกิจบริการ ผู้ประกอบการจึงต้องทำการคัดเลือก อบรม และจูงใจพนักงานผู้ให้บริการให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ เพื่อสร้างความแตกต่างให้อยู่เหนือคู่แข่ง พนักงานจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ มีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าแต่ละราย และมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ทั้งนี้ การบอกกันปากต่อปากระหว่างลูกค้าเกี่ยวกับผู้ให้บริการ ล้วนมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อกิจการ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ในธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการมีความสำคัญเชื่อมโยงไปกับบุคลากรผู้ให้บริการ ดังนั้นระบบการส่งมอบบริการจะต้องครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ในการจัดการกับพนักงาน ระดับความรู้ในการใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการของพนักงาน อำนาจตัดสินใจของพนักงาน รวมไปถึงการที่มีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ ดังนั้นนอกจากความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงานแล้ว ธุรกิจบริการยังต้องเน้นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ประกอบด้วย อาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ อาคาร การจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบที่จับต้องได้ทั้งหมดของการบริการ ลูกค้าจะสามารถมองเห็นสิ่งเหล่านี้ทันทีเมื่อมาใช้บริการที่สถานที่ให้บริการ โดยนอกเหนือจากวัตถุทางกายภาพที่มีผลต่อการปฏิบัติงานและการส่งมอบบริการแล้ว คุณภาพของสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น บรรยากาศและภาพลักษณ์ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลซึ่งเกิดจากวัตถุทางกายภาพ เช่น บรรยากาศของบริษัทที่ดูหรูหรา ทันสมัย สามารถเกิดจากอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ การจัดแสงสว่างภายในบริษัท และการแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น ธุรกิจบริการจึงต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยพยายามสร้างคุณภาพรวม TQM (Total Quality Management) เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว ความพร้อมของอุปกรณ์ และบุคลากร

2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎี กาญจนกิตติ (2552) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาชาวต่างชาติที่มีต่อการบริการทางการศึกษา ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาชาวต่างชาติที่เข้ามาศึกษาที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักศึกษาชาวต่างชาติที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนและการบริการทางการศึกษา ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาศึกษาพบว่า นักศึกษาชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการบริการทางการศึกษา ของมหาวิทยาลัยในด้านต่างๆ ดังนี้ ความประทับใจโดยรวมต่อการบริการทางการศึกษา ของมหาวิทยาลัย เชียงใหม่อยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ส่วนบริการด้านข้อมูลข่าวสาร ได้รับความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 บริการด้านการเรียนการสอน อันได้แก่ บริการรับเข้าศึกษา บริการบัตร นักศึกษา บริการลงทะเบียน บริการการให้คำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้รับความพึงพอใจระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 บริการด้านการตรวจลงตราหนังสือเดินทางได้รับความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 บริการด้านที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 อยู่ในระดับปานกลาง บริการด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร ในที่นี้กล่าวถึง สถานที่ออกกำลังกาย ได้รับความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ในขณะที่บริการด้านวิชาการ ซึ่งในการศึกษารังนี้กล่าวถึง บริการของห้องสมุด ได้รับความพึงพอใจระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 อยู่ในระดับเดียวกันกับบริการด้านคอมพิวเตอร์หรือบริการออนไลน์ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ส่วนบริการระบบขนส่งมวลชน ได้รับความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 3.71 บริการโทรศัพท์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.92 ความพึงพอใจระดับปานกลาง บริการร้านค้า ร้านอาหาร ได้รับความพึงพอใจระดับมากเท่ากับ บริการรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และ 3.60 ตามลำดับ

รุ่งกานต์ ชัยมงคล (2549) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีถิ่นที่อยู่ในทวีปยุโรป มีระยะเวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่าง 5-8 วัน มี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน น้อยกว่า 1,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารจากเพื่อนหรือญาติ มีความต้องการในการเรียนทำอาหารจำนวน 5-6 ชนิด โดยคิดจากราคาที่เหมาะสมในการเรียนทำอาหารคือ 500-700 บาทต่อครั้ง มีระยะเวลาในการเรียน 1 วัน ซึ่งช่วงเวลาควรเป็นก่อน 11.00น. โดยมีผู้ร่วมเรียนทำอาหาร 1-2 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนทำอาหารมา

ก่อน รายการอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ แกงเขียวหวาน และมีเหตุผลในการเรียนทำอาหารคือต้องการเรียนทำอาหารไทย เพื่อสามารถทำอาหารไทยรับประทานได้ที่บ้าน โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ปัจจัยด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานเต็มใจให้บริการและความช่วยเหลือ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ราคาการเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

โยธิน อนุชิตานุกูล (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกโรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกโรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาตามกรอบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยการใช้แบบสอบถาม สอบถาม ผู้ที่กำลังเรียนทำเบเกอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนสอนการผลิตอาหารมาตรฐาน UFM สถาบันศิลปศาสตร์การอาหาร และโรงเรียนอาชีวศึกษา รวมทั้งหมด 120 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 10,000 ถึง 30,000 บาท ซึ่งเป็นผู้ที่เคยเรียนทำเบเกอรี่มาแล้ว และส่วนใหญ่ไปเรียนที่สถาบันศิลปศาสตร์การอาหาร โดยเห็นว่าวันที่เหมาะสมในการเรียนคือ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ เวลาก่อน 11.00 น. จำนวนชั่วโมงเรียนที่เหมาะสมที่สุดคือ 4 ชั่วโมงต่อครั้ง ในแต่ละหลักสูตร ต้องการเรียนมากกว่า 10 ชนิด จำนวนผู้เรียนในแต่ละหลักสูตร คือ 6 – 10 คน เหตุผลในการเลือกเรียน คือ เพื่อเป็นงานอดิเรก เป็นการสร้างรายได้เสริม และนำไปประกอบอาชีพ ตามลำดับ หลักสูตรที่อยากเรียนมากที่สุด คือ หลักสูตรผู้ประกอบการเบเกอรี่ ค่าใช้จ่ายในการเรียนเบเกอรี่ในแต่ละหลักสูตร ที่

เหมาะสม คือ 2,000 ถึง 2,500 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ทำเบเกอร์รี่แล้ว คือ เตาอบส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามสูงสุด เรียงตามระดับความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานของโรงเรียนให้คำแนะนำปรึกษาอย่างดี ปัจจัยย่อยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ โรงเรียนมีระบบการดำเนินงานต่าง ๆ ที่มีคุณภาพ ถูกต้อง รวดเร็ว ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกในการเดินทางมาเรียน ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ หลักสูตรการสอนมีมาตรฐาน คือ โรงเรียนเลือกหลักสูตรที่เหมาะสม และมีการสอนตามขั้นตอนของหลักสูตร ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ อัตราค่าเล่าเรียนถูกเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียน ที่อื่นๆ และปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีส่วนลดค่าเล่าเรียน เมื่อเรียนหลักสูตรต่อไป

2.3 โรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ จังหวัดเชียงใหม่

โรงเรียน ไอ ที เอ็ม นครไทยโบราณ ซึ่งเป็นโรงเรียนสอนนครไทยโบราณ ได้จดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ไอ ที เอ็ม นครไทย โบราณ โดยมีทุนจดทะเบียนที่ 2,000,000 บาท มีผู้ถือหุ้น 4 ราย เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อ ปี พ.ศ. 2535 ได้รับการรับรอง มาตรฐานของกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข และในหลายสถาบันในต่างประเทศ มีหลักสูตรวิชาการนครไทยโบราณและศาสตร์การนวดแขนงอื่นๆ เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลาเกือบ 20 ปี ผู้ให้ความสนใจเข้าศึกษาเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ ด้วยเพราะ โรงเรียนมีระบบการเรียนการสอน และระบบการจัดการที่ดี ทำให้เป็นที่น่าเชื่อถือแก่ผู้มาเรียน อย่างไรก็ตามการสถานการณ์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยมีการเปิดโรงเรียนสอนนครไทยโบราณเป็นจำนวนมาก แต่โรงเรียนสอนนครไทยโบราณมีทั้งโรงเรียนที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานและได้รับการรับรองมาตรฐานซึ่งในปัจจุบันมีจำนวนเพียง 12 แห่ง ทำให้ลูกค้าหรือผู้ที่เข้ามาเรียน เกิดปัญหาด้านการเข้ารับการอบรม อีกปัญหาหนึ่งที่พบ ก็คือ เรื่องของบุคลากรผู้สอน บางคนยังไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นครูผู้สอน จึงทำให้มีปัญหาด้านความน่าเชื่อถือและการควบคุมเรื่องมาตรฐานด้านบุคลากร อีกทั้งธุรกิจสอนนครไทยโบราณยังมีการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากกระแสความ

ต้องการด้านการนวดไทย ซึ่งเป็นสาขาหนึ่งของหลักสูตรแพทย์แผนไทยได้รับการยอมรับมากขึ้น ทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้มีผู้สนใจเรียนมากขึ้น ด้วยความเชื่อมั่นพลังแห่งการพึ่งตนเองของการนวดไทยโบราณและการแพทย์แผนไทย ซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทย ศาสตร์และศิลป์แห่งสยามประเทศ โรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ จึงร่วมกันอนุรักษ์และสานต่อ วิชาของบรรพชนและผสมผสานศาสตร์ของการนวดอื่นๆ ให้โลกได้รับรู้ และเพื่อเกื้อกูลผู้คนทั้งในโลกตะวันออกและตะวันตกให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี โดยปัจจุบัน โรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ มีวิสัยทัศน์ (Vision) และ พันธกิจ (Mission) ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เราจะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้านการนวดไทยโบราณและศาสตร์การนวดแขนงต่างๆ ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล”

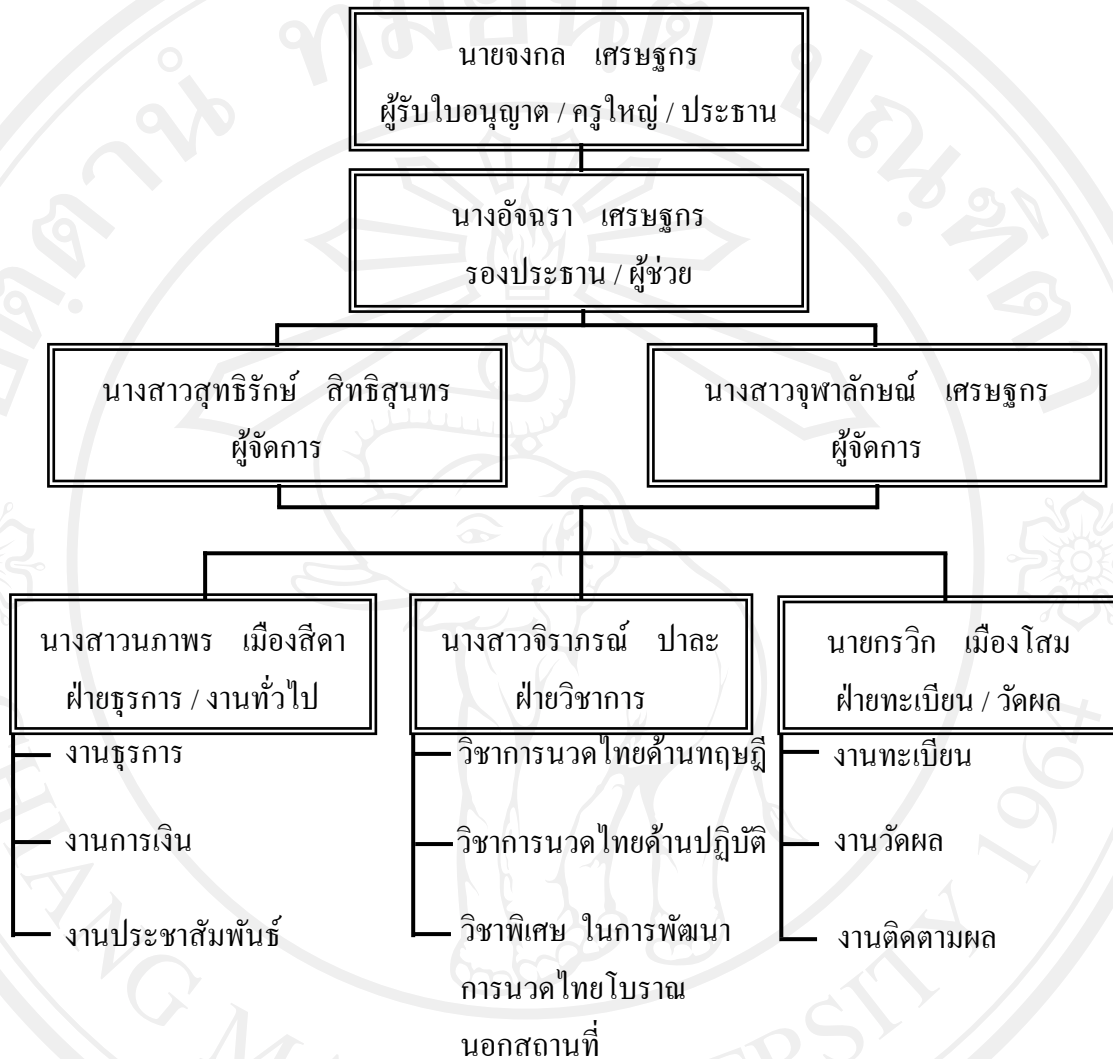
พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนาองค์ความรู้ด้านการนวดไทยโบราณให้มากยิ่งขึ้นและรณรงค์ให้สังคมมีเจตคติที่ดีเกี่ยวกับการนวดไทย
2. เผยแพร่องค์ความรู้และสร้างธุรกิจนวดไทยโบราณให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
3. มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์สูงสุด

โครงสร้างองค์กรและผังบริหาร

โรงเรียนไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ (International Training Massage School) มีการแบ่งลำดับชั้นในการบริหาร เป็นลำดับชั้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ฝ่ายดังนี้ ฝ่ายธุรการ / งานทั่วไป ฝ่ายวิชาการ และฝ่ายทะเบียน / วัสดุ ดังภาพที่ 2.1

โรงเรียนไอ ที เอ็ม นวคไทยโบราณ



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างองค์กรของโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวคไทยโบราณ

โดยส่วนประสมการตลาดของโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวคไทยโบราณ จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้ดำเนินการมาแล้วนั้น สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือ บริการ (Product or Service) โรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวคไทยโบราณ ได้ดำเนินกลยุทธ์ในด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยให้ความสำคัญกับ หลักสูตรมีความเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำกับโรงเรียนอื่นๆ ความหลากหลายของหลักสูตรให้เลือกเรียน (เช่น การนวดไทยโบราณ การนวดเท้า การนวดน้ำมันหอมระเหย เป็นต้น) เนื้อหาของหนังสือเรียนมีคุณภาพ มีความ

เหมาะสม เข้าใจง่าย มีภาพประกอบชัดเจน ท่าที่ใช้ในการสอนมีความเหมาะสม จำนวนครูผู้สอนมีความเพียงพอต่อการเรียนแต่ละครั้ง จำนวนนักเรียนมีความเหมาะสมต่อห้องเรียนไม่เกิน 40 คนต่อห้อง จำนวนชั่วโมงเรียนแต่ละหลักสูตรมีความเหมาะสม โดยมีหลักสูตรต่างๆในเลือกเรียนได้แก่

- LEVEL I: Foundation of Thai Massage (30 ชั่วโมง) เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยหมวดวิชาความรู้พื้นฐานกายวิภาคศาสตร์ สรีระวิทยา ระดับ 1 ประวัติองค์ความรู้และการประยุกต์ใช้การนวดไทย ระดับ 1 เส้นประธานสิบ การนวดไทยเพื่อสุขภาพ ระดับ 1 การตัดตน และกายบริหารไทยโยคะ ระดับ 1 โดยนักเรียนจะได้รับการฝึกปฏิบัติการนวดพื้นฐานต่างๆ ได้แก่ การตรวจร่างกายเบื้องต้น การนวดพื้นฐานขา การเปิดประตูลม การนวดพื้นฐานหลัง ทำนั้งและทำนอน เป็นต้น

- LEVEL II: Intermediate Thai Massage (30 ชั่วโมง) เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยหมวดวิชาความรู้พื้นฐานกายวิภาคศาสตร์ สรีระวิทยา ระดับ 2 ประวัติองค์ความรู้และการประยุกต์ใช้การนวดไทย ระดับ 2 การนวดไทยเพื่อสุขภาพ ระดับ 2 เกณฑ์กรรมไทยเบื้องต้น 1 การตัดตน และกายบริหารไทยโยคะ ระดับ 2 โดยนักเรียนจะได้รับการฝึกปฏิบัติการนวดพื้นฐานต่างๆ ได้แก่ ทำนอนตะแคง ทำนอนคว่ำ ทำนั้ง เป็นต้น

- LEVEL III: Advanced Sen – Energy Lines (30 ชั่วโมง) เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยหมวดวิชาความรู้พื้นฐานกายวิภาคศาสตร์ สรีระวิทยา ระดับ 3 ประวัติองค์ความรู้และการประยุกต์ใช้การนวดไทย ระดับ 3 การนวดไทยเพื่อสุขภาพ ระดับ 3 กฎหมายและจรรยาบรรณวิชาชีพ 1 เกณฑ์กรรมไทยเบื้องต้น 2 การตัดตน และกายบริหารไทยโยคะ ระดับ 3 โดยนักเรียนจะได้รับการฝึกปฏิบัติการนวดพื้นฐานต่างๆ ได้แก่ การฝึกน้้าหนักมือ การพื้นฐานบ่า หัวไหล่ การนวดหน้าและศีรษะ เป็นต้น

- LEVEL IV: Advanced Therapeutic (30 ชั่วโมง) เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยหมวดวิชาความรู้พื้นฐานกายวิภาคศาสตร์ สรีระวิทยา ระดับ 4 การตรวจประเมินอาการปวด 1 สุขภาพจิต กฎหมายและจรรยาบรรณวิชาชีพ 2 ทฤษฎีการแพทย์แผนไทย 1 การนวดไทยบรรเทาอาการปวด 1 การตัดตน และกายบริหารไทยโยคะ ระดับ 4 และการบันทึกผลการนวด โดยนักเรียนจะได้รับการฝึกปฏิบัติการนวดพื้นฐานต่างๆ โดยปฏิบัติจริงให้เกิดความชำนาญ ได้แก่ การนวดไทยทั้งตัว ตั้งแต่ ขา หลัง แขน บ่า หัวไหล่ หน้าและศีรษะ เป็นต้น

- LEVEL V: Teacher Training (60 ชั่วโมง) เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยหมวดวิชาความรู้พื้นฐานกายวิภาคศาสตร์ สรีระวิทยา ระดับ 5 การตรวจประเมินอาการปวด 2 สุขภาพจิต กฎหมายและจรรยาบรรณวิชาชีพ 3 ทฤษฎีการแพทย์แผนไทย 2 การนวดไทยบรรเทาอาการปวด 2 การตัดตน และกายบริหารไทยโยคะ ระดับ 5 และการบันทึกผลการนวด โดยนักเรียนจะได้รับการ

ฝึกปฏิบัติการนวดพื้นฐานต่างๆ โดยปฏิบัติจริงให้เกิดความชำนาญ ได้แก่ การนวดไทยทั้งตัว ตั้งแต่ ขา หลัง แขน บ่า หัวไหล่ หน้าและศีรษะ เป็นต้น

- Thai Foot Reflexology Massage (80 ชั่วโมง) เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยหมวดวิชาความรู้พื้นฐานประวัติและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการนวดเท้า ความรู้เบื้องต้นและกายวิภาคศาสตร์เกี่ยวกับการนวดเท้า เกษัตริกรรมแผนไทย การตัดคน การนวดเท้าเพื่อสุขภาพ และหลักจริยธรรม

- Thai Herbal Hot Compress Facial and Body Treatments (15 ชั่วโมง) เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยหมวดวิชาความรู้พื้นฐานประวัติความเป็นมาของสมุนไพรไทย และการนวดไทย ความรู้พื้นฐานกายวิภาคศาสตร์ สรีระวิทยา องค์ความรู้และการประยุกต์ใช้การนวดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรไทย จรรยาบรรณวิชาชีพ เกษัตริกรรมไทยเบื้องต้น รวมถึงประโยชน์ และข้อควรระวัง คุณสมบัติของการใช้สมุนไพรไทย การทำลูกประคบสมุนไพรไทย วิธีการนำลูกประคบสมุนไพรไทยไปประยุกต์ใช้กับการนวดไทย

- Aroma Herbal Oil Massage (15 ชั่วโมง) เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยหมวดวิชาความรู้พื้นฐานประวัติความเป็นมาของอโรมาเธอราพีศาสตร์และศิลป์ของกลิ่นหอมธรรมชาติ ประวัติความเป็นมา คุณสมบัติ ประโยชน์ และข้อควรระวัง รวมถึงการเลือกใช้น้ำมัน หอมระเหยให้เหมาะสม วิธีการสกัดน้ำมันหอมระเหย ความรู้พื้นฐานทางกายวิภาคศาสตร์ สรีระวิทยา กฎหมาย และจรรยาบรรณวิชาชีพ การนวดน้ำมันหอมระเหยและน้ำมันสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ

นอกจากนี้ทางโรงเรียนได้คำนึงถึง ขนาดที่เหมาะสมของเตียงนวด อุปกรณ์ประกอบการสอนมีความเหมาะสม และเพียงพอ เช่น เก้าอี้เรียน กระจกนวด หุ่นจำลองโครงกระดูก เป็นต้น และเมื่อนักเรียนเรียนจบตามหลักสูตรและสอบผ่านเกณฑ์ของโรงเรียน ทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ จะมีการออกใบประกาศนียบัตรด้วย อย่างไรก็ตามทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ ยังให้ความสำคัญกับเรื่องชื่อเสียงของโรงเรียน ประกอบกับพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ในส่วนของกลยุทธ์ด้านราคาทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ ได้ใช้เทคนิคการกำหนดราคาของหลักสูตรจากราคาตลาดเป็นหลัก และบวกเพิ่มตามความยากง่ายของหลักสูตรด้วย นอกจากนี้ทางโรงเรียน ทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณมีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น สามารถต่อรองราคาได้ ชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต ผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น เพื่อลูกค้าเกิดความสูงเสาค่าเล่าเรียนคุ้มค่างกับเงินที่จ่ายไป

3. กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place) ในด้านสถานที่ ของทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทย โบราณ ได้กำหนดทำเลที่ตั้งให้สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ มีทางเข้า ออก สะดวกและปลอดภัย สถานที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ ทางโรงเรียนยังได้คำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดของโรงเรียน ที่สะดวกต่อการให้บริการ (8.00 น. - 18.00 น.) สามารถติดต่อโรงเรียนผ่านทางโทรศัพท์ ทางอีเมล เป็นต้น โดยทางเว็บไซต์ของโรงเรียนจะมีการแสดงรายละเอียดไว้อย่างชัดเจน ส่วนภายในโรงเรียน มีการจัดห้องให้เป็นหมวดหมู่สำหรับการให้บริการ เช่น ห้องเรียนแต่ละหลักสูตร บริเวณที่พักผ่อน ของนักเรียน เป็นต้น

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดหลัก ของทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ นั้นได้มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ เป็นต้น มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น โครงการนวดไทยโบราณสัญจร โครงการแบ่งปันรัก โครงการร่วมปลูกจิตสำนึกเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น มีการแจกของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบู๊ตตามงานต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ทางโรงเรียนยังให้สิทธิพิเศษแก่นักเรียนเก่า เช่น การลดค่าเรียนบางส่วน หรือการให้ส่วนลดประมาณ 3 -5% ในกรณีเรียนหลายหลักสูตร เป็นต้น และมีการแจกแผ่นพับรายละเอียดของการบริการประเภทต่างๆอย่างชัดเจน และวางในตำแหน่งที่สามารถหยิบได้สะดวกอีกด้วย ทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ ยังมีการจัดเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการนวดเพื่อสุขภาพให้ลูกค้า ด้วย

5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People) ทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ ให้ความสำคัญกับบุคลากรเป็นอย่างมาก โดยครูผู้สอนต้องมีความรู้ความชำนาญ มีทักษะในการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่าย สามารถให้ข้อมูลที่ต้องการได้รวดเร็ว และถูกต้อง มีความกระตือรือร้นในการสอน ดูแลเอาใจใส่นักเรียน ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง รวมถึงครูผู้สอนต้องมีใบประกาศนียบัตรรับรอง อีกด้วย ส่วนบุคลากรอื่นของโรงเรียนต้องสามารถ ให้รายละเอียดข้อมูลด้านหลักสูตรการเรียน ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และให้บริการอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ เอาใจใส่ และช่วยเหลือนักเรียน อีกด้วย

6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานในการเรียนการสอน ให้ตรงกับแบบแผนที่ได้แจ้งไว้ ส่วนเงื่อนไขระเบียบ และขั้นตอนในการสมัครเรียนมีความยืดหยุ่น เอกสารที่ใช้ประกอบการเรียน มีความเหมาะสม ได้แก่ รูปถ่าย ใบเสร็จการจ่ายเงิน เป็นต้น โดยก่อนเข้าเรียนนักเรียนต้องออกกำลังกาย

และสวคมนตรีร่วมกัน และหลังเลิกเรียนนักเรียนต้องสวคมนตรีร่วมกัน ด้วย ทางโรงเรียนจะมีการส่งอีเมลล์เตือนนักเรียน เมื่อถึงกำหนดเวลาเรียนหรือเปิดหลักสูตร มีการสอบวัดผลการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ มีการจัดรูปแบบการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหาที่เรียน และหลังจากจบหลักสูตรจะจัดให้มีพิธีการมอบวุฒิบัตร อีกด้วย

7. กลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ทางโรงเรียน ไอ ที เอ็ม นวดไทยโบราณ ได้ให้ความสำคัญกับบรรยากาศการตกแต่งภายในมีความเหมาะสม สวยงาม บรรยากาศภายนอกมีสภาพแวดล้อมที่ดี มีระบบการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในตัวอาคารมีอุณหภูมิที่พอเหมาะ อากาศเย็นสบาย ไม่รู้สึกร้อนอึดอัด ภายในอาคารมีอากาศถ่ายเทดี มีแสงสว่างเพียงพอ มีการจัดแบ่งพื้นที่ให้บริการเป็นสัดส่วนสะดวกในการติดต่อ บุคลากรสวมเครื่องแบบที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงป้ายชื่อโรงเรียน ป้ายนอกสถานที่ที่จะต้องมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีระบบรักษาความปลอดภัยของโรงเรียนมีความเหมาะสม มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอแก่นักเรียน และโรงเรียนมีความน่าเชื่อถือสูง เนื่องจากการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ