

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเรียนภาษาต่างประเทศในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 180 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 180 คนพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 61.1 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 –25 ปีคิดเป็นร้อยละ 48.9 มีสถานะภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 92. 2 ร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน นักศึกษา และร้อยละ 57.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน

2. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการรับบริการสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 58.45 ระยะเวลาการเรียนต่อหลักสูตรอยู่ระหว่าง 15 –20 ชั่วโมงและ 26 – 30 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายในการเรียนต่อหลักสูตรมากกว่า 3,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเรียนภาษาต่างประเทศในวันธรรมดา เวลาที่ใช้ในการเรียนช่วง 16 . 01 – 20 . 00 น. ในส่วนของการนำภาษาต่างประเทศไปใช้งานนั้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้ในการติดต่อสื่อสาร และผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันสอนภาษาต่างประเทศจากการที่มีคนแนะนำเป็นส่วนใหญ่

3. ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลที่ได้สามารถสรุปได้ว่า สำหรับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัยอันได้แก่ สถานที่ บุคลากร เครื่องมือและอุปกรณ์ ผลិតภัณฑ์ วัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณา ตราสัญลักษณ์ และราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแก่

ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 4.65 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 4.33 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 4.32 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านสถานที่เป็นอันดับ 4 มีคะแนนเฉลี่ย 4.21 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์เป็นอันดับ 5 มีคะแนนเฉลี่ย 3.97 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับ 6 มีคะแนนเฉลี่ย 3.46 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ เป็นอันดับ 7 มีคะแนนเฉลี่ย 3.34 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญน้อย

1. ปัจจัยด้านบุคลากร

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านบุคลกรย่อยๆ ทั้ง 9 ข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องความรู้ ความชำนาญของผู้สอนเป็นอันดับ 1 ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ต่อผู้เรียนเป็นอันดับ 2 ปัจจัยด้านผู้สอนสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เรียนเป็นอันดับ 3

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ย่อยๆ ทั้ง 4 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง หลักสูตรการสอนที่ทันสมัย เข้าใจง่ายเป็นอันดับแรก ความหลากหลายของหลักสูตรเป็นอันดับที่ 2 ส่วนระยะเวลาการเรียนต่อหลักสูตร และวันและเวลาที่ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในอันดับที่ 3 เท่ากัน

3. ปัจจัยด้านราคา

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคาย่อยๆ ทั้ง 4 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ในเรื่องราคาค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมงเป็นอันดับแรก ราคาเอกสาร และคู่มือประกอบการเรียนเป็นอันดับที่ 2 ส่วนราคาในการใช้อุปกรณ์เสริม และการผ่อนชำระค่าเล่าเรียนเป็นงวด ๆ อยู่ในอันดับที่ 3 เท่ากัน

4. ปัจจัยด้านสถานที่

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านสถานที่ย่อยๆ ทั้ง 7 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากเท่านั้น โดยให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานที่เป็นอันดับแรก อันดับที่ 2 คือ ไม่มีเสียงรบกวนจากนอกห้องเรียน และอันดับที่ 3 ในเรื่องความกว้างขวางของห้องเรียน

5. ปัจจัยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ทั้ง 3 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ เอกสารหรือคู่มือการเรียนสามารถเข้าใจง่าย อุปกรณ์โสตทัศนศึกษาที่ทันสมัยเป็นอันดับที่ 2 และมีอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ไว้บริการเป็นอันดับที่ 3

6. ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดทั้ง 9 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากกับปัจจัยย่อยทั้งหมดตามลำดับดังนี้คือ อันดับแรกมีข้อมูลแนะนำหรือให้บริการติดต่อสถาบันการศึกษาต่างประเทศ สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อ อันดับที่ 2 แจกเอกสารคู่มือการเรียนฟรี และอันดับที่ 3 การให้ส่วนลดจากการสมัครเรียนเป็นกลุ่ม

7. ปัจจัยด้านสัญลักษณ์

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านสัญลักษณ์ทั้ง 5 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดอันดับแรกคือ เป็นสถาบันที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการเป็นอันลงมา การมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักเป็นอันดับที่ 2 และการเปิดบริการมานานเป็นอันดับที่ 3

8. ปัจจัยภายในและภายนอกอื่น ๆ

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ ทั้ง 12 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยคือ เพื่อความก้าวหน้าในการประกอบอาชีพเป็นอันดับแรก อันดับที่ 2 คือ เพื่อใช้ในการค้นคว้าหาข้อมูล ติดตามข่าวสาร และอันดับที่ 3 เพื่อความมั่นคงในหน้าที่การทำงาน

4. ข้อมูลปัญหาที่ผู้ใช้บริการเคยประสบจากการใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ

จากการศึกษาพบว่าปัญหาจากการใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดโดยความถี่ของปัญหาที่พบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ปัญหาค่าเล่าเรียนแพง ไม่สมเหตุผล ส่วนปัญหาอื่นๆ ที่เหลือพบว่าความถี่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัญหาบุคลากรมีอัธยาศัยไม่ดีและพนักงานบริการไม่สุภาพซึ่งความถี่ของปัญหาที่พบอยู่ในระดับน้อย

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเรียนภาษาต่างประเทศในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่พบว่าสอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสถาบันสอนภาษาต่างประเทศตามลำดับดังนี้คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด โดยมีรายละเอียดในการศึกษาดังนี้

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้เกิดขึ้นกับผู้มาติดต่อ จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากในทุกปัจจัยย่อยซึ่งเรียงตามลำดับดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ อากาศในห้องเรียนเย็นสบาย ไม่มีเสียงรบกวนจากนอกห้องเรียน ความกว้างขวางของห้องเรียน สถานที่ตั้งอยู่ในที่มีการคมนาคมสะดวก ห้องน้ำสะอาด และสถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง

1.2 บุคคล (People) พนักงานขายบริการต้องมีการแต่งตัว ที่เหมาะสม สุภาพ บุคลิกดี หน้าตาดี พุดจาดีเพื่อให้ถูกใจเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย จากการศึกษาปัจจัยย่อยซึ่งประกอบด้วยผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญสามารถแนะนำ อธิบายให้ ความรู้และความเข้าใจได้เป็นอย่างดี ผู้สอนสามารถสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ในเวลาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหา ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ ชี้แนะเข้มแข็งมีใส ผู้สอนพุดจาดีใช้ถ้อยคำเหมาะสม ผู้สอนสนใจมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ผู้สอนแต่งกายเหมาะสมสุภาพ ผู้สอนสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เรียน ผู้สอนตรงต่อเวลา ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการและผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้คือ ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญสามารถแนะนำ อธิบายให้ ความรู้และความเข้าใจ

ได้เป็นอย่างดี ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียน ผู้สอนสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เรียน ผู้สอนสามารถสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ในเวลาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหา ผู้สอนพูดจาดีใช้ถ้อยคำเหมาะสม ผู้สอนสนใจมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ผู้สอนตรงต่อเวลา ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ ส่วนในเรื่องผู้สอนแต่งกายเหมาะสมสุภาพ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานต้องทันสมัยและมีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็วและให้ลูกค้าพอใจเอกสาร ในการศึกษาปัจจัยย่อยซึ่งประกอบด้วยเอกสารหรือคู่มือการเรียนสามารถเข้าใจง่าย อุปกรณ์โสตทัศนศึกษาที่ทันสมัย และมีอุปกรณ์อื่นเช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ให้บริการแก่ผู้เรียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดคือ เอกสารหรือคู่มือการเรียนสามารถเข้าใจง่าย ส่วนในเรื่องอุปกรณ์โสตทัศนศึกษาที่ทันสมัย และมีอุปกรณ์อื่นเช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ให้บริการแก่ผู้เรียนให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อ โฆษณา และเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย ในการศึกษาปัจจัยย่อยซึ่งประกอบด้วยเอกสาร โฆษณาของสถาบัน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสารหรือวารสารด้านการศึกษา วิทยุคลื่นท้องถิ่น พนักงานแจ้งให้ทราบ การให้ส่วนลดจากการสมัครเรียนเป็นกลุ่ม การแนะนำจากบุคคลอื่น แจกเอกสารคู่มือการเรียนฟรี และมีข้อมูลแนะนำหรือให้บริการติดต่อสถาบันการศึกษาต่างประเทศ สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากในทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ จากการศึกษาปัจจัยย่อยซึ่งประกอบด้วยการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก การเปิดบริการมานาน ชื่อของสถาบันหรือตราสัญลักษณ์ของสถาบันจดจำได้ง่าย เจ้าของสถาบันหรือผู้บริหารเป็นที่รู้จักหรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นสถาบันที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากในทุกปัจจัย ยกเว้นในเรื่อง เจ้าของสถาบันหรือผู้บริหารเป็นที่รู้จักหรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน จากการศึกษาปัจจัยย่อยประกอบด้วย ค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมง ราคาเอกสาร คู่มือประกอบการเรียน ราคาในการใช้อุปกรณ์เสริม และสามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ในเรื่องราคาค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมง ส่วนในเรื่องราคาเอกสาร คู่มือประกอบการเรียน ราคาในการใช้อุปกรณ์เสริม และสามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก

1.7 ผลิตภัณฑ์ (Product) จากการศึกษาปัจจัยย่อยประกอบด้วย หลักสูตรการสอนที่ทันสมัย เข้าใจง่าย ความหลากหลายของหลักสูตร ระยะเวลาการเรียนต่อหลักสูตร วันและเวลาที่ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในเรื่องหลักสูตรการสอนที่ทันสมัย เข้าใจง่าย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับดังต่อไปนี้คือ ความหลากหลายของหลักสูตร ระยะเวลาการเรียนต่อหลักสูตร วันและเวลาที่ให้บริการ

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 15 ปี จนถึงมากกว่า 36 ปี มีทุกระดับการศึกษา และทุกระดับรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 36 ปี และผู้ที่ เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจจะใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด วันที่มีผู้ใช้บริการเรียนภาษาต่างประเทศน้อยที่สุดคือวันหยุดน้อย ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการน้อยที่สุดคือช่วงเวลา 19.00 ถึง 21.00 น. และผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันสอนภาษาต่างประเทศจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์น้อยที่สุด

ในส่วนของปัจจัยด้านบุคลากร 9 ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้สอนสามารถสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ผู้สอนพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม ผู้สอนสนใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ผู้สอนแต่งกายสุภาพ และผู้สอนตรงต่อเวลา ไม่เอาเปรียบเวลาผู้เรียนเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ใน 3 อันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4 ปัจจัยย่อยพบว่าวันและเวลาในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านราคา 4 ปัจจัยย่อยพบว่าราคาคู่มือ เอกสารประกอบการเรียนเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านสถานที่ 7 ปัจจัยย่อยพบว่าอากาศในห้องเรียนเย็นสบาย ห้องน้ำสะอาด สถานที่จอดรถ ปลอดภัยและพอเพียง และสถานที่ตั้งอยู่ในที่มีกรรมนามสะดวก เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ใน 3 อันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ 3 ปัจจัยย่อยพบว่าอุปกรณ์โสตทัศนศึกษาที่ทันสมัย เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย 9 ปัจจัยย่อยพบว่าพนักงานแจ้งให้ทราบ นิตยสารหรือวารสารด้านการศึกษา วิทยุคลื่นท้องถิ่น และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ใน 3 อันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ 5 ปัจจัยย่อยพบว่าการเปิดบริการมานาน ชื่อของสถาบันหรือตราสัญลักษณ์ของสถาบันจดจำได้ง่าย เจ้าของสถาบันหรือผู้บริหารเป็นที่รู้จักหรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ใน 3 อันดับสุดท้าย

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด อันดับแรกคือปัญหาด้านค่าเล่าเรียนแพงไม่สมเหตุผล รองลงมาคือ เอกสารและตำราเรียนมีราคาแพง ที่จอดรถมีน้อย ช่วงเวลาในการให้บริการมีจำกัด สถานที่ตั้งอยู่ในที่เดินทางไม่สะดวก ความหลากหลายของหลักสูตรมีน้อย มีเสียงดังรบกวนจากนอกห้องเรียน ระยะเวลาในการเรียนต่อหลักสูตรนานเกินไป มีปัญหาด้านการสื่อสารกับผู้สอน ผู้สอนไม่มีชื่อเสียง ผู้สอนไม่สามารถถ่ายทอดให้เข้าใจในเนื้อหาที่สอน สถานที่เรียนสกปรก เนื้อหาที่สอนไม่น่าสนใจ บุคลากรมีอัธยาศัยไม่ดี พนักงานให้บริการไม่สุภาพ ผู้สอนไม่ตรงเวลา และสถานที่เรียนติดต่อยากตามลำดับ

แสดงผลสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้

ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย	เพศ	สถานภาพ	อายุ	อาชีพ	รายได้	การศึกษา
ด้านสถานที่	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
ด้านบุคลากร	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
ด้านวัสดุสื่อสาร สื่อ โฆษณาการส่งเสริมการ ตลาด	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
ด้านสัญลักษณ์	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
ด้านราคา	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
ปัจจัยอื่น ๆ	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
ปัญหาที่พบ	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศด้านสถานที่โดยแตกต่างกันตาม เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากรแตกต่างกันตามสถานภาพ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา แต่ไม่แตกต่างกันตามเพศ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์แตกต่างกันตามอายุ และรายได้ แต่ไม่แตกต่างกันตามเพศ สถานภาพ อาชีพ และระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันตามอายุ อาชีพ และรายได้ แต่ไม่แตกต่างกันตามเพศ สถานภาพ และระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันตามเพศ อายุ รายได้และระดับการศึกษา แต่ไม่แตกต่างกันตามสถานภาพ อาชีพ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์แตกต่างกันตามอาชีพ และรายได้ แต่ไม่แตกต่างกันตามเพศ สถานภาพ อายุ และระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคาแตกต่างกันตามสถานภาพและรายได้ แต่ไม่แตกต่างกันตามเพศ อายุ อาชีพและระดับการศึกษา

ปัจจัยอื่น ๆ แตกต่างกันตามอาชีพและรายได้ แต่ไม่แตกต่างกันตามเพศ สถานภาพ อายุ และระดับการศึกษา

ปัญหาที่พบแตกต่างกันตามอาชีพและรายได้ แต่ไม่แตกต่างกันตามเพศ สถานภาพ อายุ และระดับการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวางแผนการตลาดโดยควรมีการกำหนดตลาดเป้าหมายและพิจารณาถึงความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ วางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของกลุ่ม ซึ่งมีความแตกต่างตามอายุ เพศ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา เป็นต้น

ด้านบุคลากร ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะในเรื่องความรู้ ความชำนาญของตัวผู้สอนภาษาต่างประเทศ ความสามารถในการถ่ายทอด สร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน ความสนใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ ตลอดจนมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอน และความเอาใจใส่ต่อผู้เรียน โดยผู้ให้บริการควรพิจารณาถึงวิธีการสรรหาหรือคัดเลือกบุคลากรเพื่อให้ได้มาซึ่งบุคคลที่มีความสามารถ ชี้แจงให้ผู้สอนทราบถึงวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนของสถาบันในการให้บริการสอนภาษา จัดให้มีการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้สอนอยู่เสมอ นอกจากนี้การสอนโดยผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาหรือผู้ที่มีความสามารถทัดเทียมกับเจ้าของภาษาก็เป็นอีกหนึ่งที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในตัวผู้สอนมากขึ้นและควรจะทำการสำรวจข้อมูลหรือจัดทำกล่องรับความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับตัวผู้สอนอยู่เสมอเพื่อทำการปรับปรุงคุณภาพของการบริการให้ดีขึ้น

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรพัฒนาหลักสูตรการสอนให้ทันสมัยและเข้ากับกลุ่มผู้เรียนอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจเนื้อหาของหลักสูตรได้ง่าย จัดระยะเวลาการเรียนแต่ละหลักสูตรให้เหมาะสมกับเนื้อหาไม่ควรใช้ระยะเวลาในการเรียนต่อหลักสูตรนานเกินไป โดยระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรควรอยู่ในช่วง 15 ถึง 30 ชั่วโมง นอกจากนี้ควรพิจารณาถึงวัน เวลาที่ให้บริการ เพราะจากการศึกษาพบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน นักศึกษาซึ่งจะเลือกเรียนในช่วงเวลา 16.01 ถึง 20.00 น. ของวันธรรมดา ดังนั้นควรมีการจัดระยะเวลาการให้บริการในช่วงเย็นของวันธรรมดา สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา หรือเพิ่มเวลาการให้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ช่วงบ่ายสำหรับลูกค้าที่เป็นพนักงานหรือลูกจ้างที่ไม่สามารถมาใช้เวลาในวันทำงานปกติได้

ด้านราคา ควรพิจารณาเรื่องการจัดราคาให้เหมาะสมกับหลักสูตร เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา หรือผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท โดยส่วนใหญ่จะเสียค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรการเรียนไม่เกิน 2,000 บาท ดังนั้นราคาค่าเล่าเรียนสำหรับลูกค้ายุทธศาสตร์นี้ก็ไม่ควรเกิน 2,000 บาทต่อหลักสูตร และเนื่องจากปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ใช้บริการพบคือ ราคาค่าเล่าเรียนไม่สมเหตุสมผล และค่าเอกสาร คู่มือประกอบการเรียนแพง ผู้ให้บริการควรทำการแก้ไขปัญหาลักษณะนี้ โดยการกำหนดราคาการให้บริการให้เหมาะสมกับระดับการให้บริการ ทั้งนี้ระดับราคาอาจพิจารณาจากการตั้งราคาของคู่แข่งหรือพิจารณาตามต้นทุนการให้บริการ นอกจากนี้อาจจำแนกความแตกต่างของราคาการให้บริการด้วยการให้บริการในระดับที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

ด้านสถานที่ ควรให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดของสถานที่ ห้องเรียนที่เงียบไม่มีเสียงรบกวน จัดจำนวนผู้เรียนให้เหมาะสมกับขนาดของห้องเรียน ไม่แออัดจนเกินไปโดยทั่วไปควรอยู่ในช่วง 10 ถึง 15 คนต่อห้องเรียน เพื่อให้ผู้สอนสามารถเข้าถึงผู้เรียนทุกคนได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้กรณีการจัดตั้งสถาบันสอนภาษาต่างประเทศขึ้นมาใหม่ควรพิจารณาถึงสถานที่ตั้งของสถาบันโดยควรจะต้องอยู่บริเวณใกล้สถาบันการศึกษา เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา สามารถมาใช้บริการได้อย่างสะดวกมากขึ้น และห้องเรียนควรจะมีเสียงรบกวนจากภายนอก อยู่ในเขตที่มีการคมนาคมสะดวก และควรมีสถานที่จอดรถที่ปลอดภัยและพอเพียงสำหรับผู้เรียน

ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ควรจะพัฒนาหรือจัดทำเอกสาร คู่มือการเรียนที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ใช้อุปกรณ์เพื่อการสอนที่ทันสมัยช่วยในการถ่ายทอดเนื้อหาของบทเรียนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้เร็วและง่ายขึ้น เช่น การสอนโดยการใช้วีดีโอหรือคอมพิวเตอร์เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนสนใจในการเรียนมากขึ้น การจัดตั้งห้องปฏิบัติการด้านภาษาสำหรับการฝึกทักษะของผู้เรียนด้านการฟังและการพูด การจัดฉายวีดีโอเกี่ยวกับการสนทนาหรือภาพยนตร์หรือสารคดี เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความคุ้นเคยกับภาษานั้น ๆ

ด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด ควรให้ความสำคัญในด้านการบริการข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศให้กับผู้เรียน กระตุ้นให้เกิดการเข้ามาใช้บริการ โดยการแจกเอกสารการเรียนฟรี การให้ส่วนลดจากการสมัครเรียนเป็นกลุ่ม นอกจากนี้การแนะนำจากผู้ที่เคยเรียนมาก่อนก็นับเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการหรือเจ้าของสถาบันสอนภาษาควรให้ความสนใจกับกลุ่มผู้เรียนปัจจุบัน พยายามปรับปรุง แก้ไขการบริการอยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มผู้เรียน ซึ่งจะส่งผลไปยังการแนะนำกลุ่มผู้ใช้บริการใหม่เข้ามาสู่สถาบัน ในเรื่องของการใช้สื่อการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์นั้นผู้ประกอบการควรใช้สื่อที่เป็นแผ่นพับเนื่องจากจะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าสื่อชนิดอื่น และไม่ควร

ใช้สื่อการโฆษณาประเภทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเนื่องจากผลการศึกษาพบว่ามีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการน้อยที่สุด นอกจากนี้ควรจะกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์มากขึ้น โดยการเสนอเงื่อนไขพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการเช่น การลดราคาสำหรับผู้ที่มาเรียนวันเสาร์ อาทิตย์ การแจกคู่มือการเรียนฟรี หรือการให้บริการเพิ่มเติมโดยไม่คิดค่าบริการเพิ่ม เช่น สอนเทคนิคการสนทนาภาษาต่างประเทศ

ด้านสัญลักษณ์ หลักสูตรที่ใช้ในการให้บริการจะต้องได้รับการรับรองหลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ ควรมีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการหรือบุคคลทั่วไปทราบเกี่ยวกับการได้รับการรับรองจากหน่วยงานของรัฐหรือการได้รับการรับรองจากสถาบันที่เชื่อถือได้

นอกจากนี้อาจนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอและปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหาคนมากหรือน้อยเกินไปดังนี้

กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ

1. การตั้งราคาให้แตกต่างกัน เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอกล่าวคือ การตั้งราคาสูงในช่วงความต้องการซื้อมาก การตั้งราคาต่ำในช่วงความต้องการซื้อน้อย เช่น ตั้งราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มาใช้บริการเรียนในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ นอกจากนี้อาจตั้งราคาให้แตกต่างจากคู่แข่งขึ้น โดยอาจตั้งราคาให้ต่ำกว่าเพื่อที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคมาใช้บริการมากขึ้น
2. กระตุ้นในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย โดยจัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย
3. การให้บริการเสริม เช่น บริการเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับผู้เรียน มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ผู้ใช้บริการฟรี บริการติดต่อสถาบันการศึกษาต่างประเทศให้กับผู้ใช้บริการ
4. ระบบการนัดหมาย เพื่อให้ทราบจำนวนลูกค้าที่แน่นอนเพื่อการวางแผนการให้บริการที่เหมาะสม เช่น การเปิดจองเรียนล่วงหน้า

กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการ

1. เพิ่มพนักงานชั่วคราว เช่น จ้างอาจารย์ผู้สอนเพิ่มเติมในช่วงที่มีผู้มาใช้บริการมาก
2. การกำหนดวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงคนมาก เช่น การสอนไวยากรณ์โดยผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านไวยากรณ์
3. การขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต เช่น จัดให้มีห้องปฏิบัติการด้านภาษาเพิ่มเติมหรือเพิ่มจำนวนห้องเรียน