

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาด  
ของสถาบันพัฒนาทักษะคณิตศาสตร์และภาษาอังกฤษ  
: กรณีศึกษาศูนย์คุ่มอง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายพงษ์ชัย ทวีพานิช

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา ประธานกรรมการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรชร มณีสงฆ์ กรรมการ  
อาจารย์ นิตยา วัฒนคุณ กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันพัฒนาทักษะคณิตศาสตร์และภาษาอังกฤษ กรณีศึกษาศูนย์คุ่มอง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ปกครองนักเรียนที่มาใช้บริการศูนย์คุ่มอง เชียงใหม่ 3 แห่ง คือศูนย์คุ่มองเชียงใหม่แมคคอมมิค ศูนย์เชียงใหม่นิมมานเหมินทร์ และศูนย์เชียงใหม่ซ้างคลาน จำนวน 192 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยวิธีทางสถิติ (Descriptive statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ อัตราส่วนร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการศึกษา พบว่าผู้ปกครองนักเรียนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีนักเรียนในปกครองอายุระหว่าง 6-9 ปี นักเรียนส่วนใหญ่เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์มากกว่าวิชาภาษาอังกฤษ และส่วนใหญ่นักเรียนกำลังเรียนกับศูนย์คุ่มองในระดับ 1

ส่วนประสมการตลาดของศูนย์คุ่มองด้านบุคลากร เป็นปัจจัยการตลาดที่ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านสถานที่ตั้ง ในขณะที่ปัจจัยด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ปกครองมีความพอใจต่อการพัฒนาทางการเรียนของนักเรียนหลังเข้าชั้นเรียนกับ  
ศูนย์คุมอง เพราะมีพัฒนาการและทักษะด้านการเรียนดีขึ้นกว่าเดิม ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบ  
ในขณะที่ใช้บริการคือ สถานที่ค่อนข้างคับแคบ ตลอดจนที่จอดรถไม่สะดวกต่อการไปติดต่อหรือ  
พานักเรียนไปเข้าชั้นเรียน

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

<b>Independent Study Title</b>	Parents' Satisfaction with the Marketing Mix of Mathematics and English Language Skill Development Institute : A Case Study of KUMON Chiang Mai Center	
<b>Author</b>	Mr. Pongchai Thaweepanit	
<b>M.B.A.</b>		
<b>Examining Committee</b>	Asst. Prof. Dr. Patchara Tantiprabha	Chairman
	Asst. Prof. Dr. Orachorn Maneesong	Member
	Lecturer Nitaya Watanakun	Member

### ABSTRACT

The purpose of this study was to study parents' satisfaction with the marketing mix of Mathematics and English Language Skill Development Institute : A case study of KUMON Chiang Mai Center. Questionnaires were use to collect data from 192 parents of students who attended classes at the 3 branches of KUMON Chiang Mai Centers, i.e., KUMON Chiang Mai McCormick Center, Chiang Mai Nimmanhaemin Center and Chiang Mai Chang Clan Center using quota sampling. Data was analyzed by descriptive statistics, i.e., frequency, percentage, and mean.

Results of the study indicated that most parents had a monthly income between 10,000-20,000 Baths. Students were between 6-9 years old. Most students selected to study Mathematics more than English and they were in level 1.

The people who work for KUMON were the marketing factor that parent were satisfied with the most followed by product, process, physical evidence and presentation, and place factors, respectively. While price and promotion factors rated at a moderately satisfied level.

Parents were satisfied with students learning development of the student after they studied with KUMON Center because they believed the students had improved in their learning skills. Problems in using KUMON service concerned physical layout of a narrow place along with not convenient car parking for picking up and dropping off students to study.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University