

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการของโรงเรียนวิษัยวิทยาจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางจันทวรรณ โพธิ์ภักดี

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ต้นติประภา

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนวิษัยวิทยาจังหวัดเชียงใหม่ จากผู้ปกครองของนักเรียนที่กำลังเรียนที่โรงเรียนวิษัยวิทยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 255 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ T - test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในคุณภาพการบริการกับค่าเฉลี่ยในการรับรู้ในคุณภาพการบริการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 35 - 44 ปี ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ปกครองพึงพอใจ ได้แก่ โรงเรียนมีวิธีชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคารและโรงเรียนมีการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาที่สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดได้ เป็นปัจจัยย่อยในด้านราคาและโรงเรียนมีทีมผู้บริหารที่เป็นชาวต่างประเทศ เป็นปัจจัยย่อยในด้านบุคลากร

ปัจจัยส่วนประสมตลาดที่ผู้ปกครองไม่พึงพอใจในแต่ละด้านเมื่อเรียงตามความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้สูงสุด 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ในด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โรงเรียนมีการเรียนการสอนที่เน้นพัฒนาการทางอารมณ์ (EQ) ให้แก่นักเรียน โรงเรียนมีบริการอาหารกลางวันที่สะอาดและปลอดภัย และโรงเรียนมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ด้านราคา ได้แก่ โรงเรียนกำหนดค่าธรรมเนียมคุ้มค่ากับสิ่งที่นักเรียนได้รับ โรงเรียนมี

ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่ต่ำกว่าโรงเรียนในระบบเดียวกัน และโรงเรียนรับชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านบัตรเครดิต ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ได้แก่ โรงเรียนได้จัดทำทางเข้า-ออกที่สะดวก โรงเรียนตั้งอยู่ในทำเลที่ห่างไกลร้านอาหาร ผับบาร์ และโรงเรียนได้จัดสถานที่สำหรับผู้ปกครองนั่งรอบุตรหลาน ด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ โรงเรียนมีการส่งข้อมูลประชาสัมพันธ์โรงเรียนผ่านข้อความทางมือถือ โรงเรียนมีการให้บริการข้อมูลผ่านเว็บไซต์ และโรงเรียนมีการส่งข้อมูลประชาสัมพันธ์โรงเรียนผ่านวารสาร โรงเรียนให้แก่ผู้ปกครองเป็นประจำ ด้านบุคลากร ได้แก่ โรงเรียนมีทีมครูผู้สอนที่มีประสบการณ์ในการสอน ผู้บริหารและครูผู้สอน ตอบสนองต่อปัญหาหรือข้อร้องเรียนของผู้ปกครองอย่างรวดเร็ว และครูสามารถแจ้งข้อมูลด้านการเรียนและพฤติกรรมของนักเรียนได้ทันทีที่ผู้ปกครองสอบถาม ด้านกระบวนการ ได้แก่ โรงเรียนมีการแนะนำการศึกษาต่อของนักเรียนเป็นรายบุคคล โรงเรียนเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และโรงเรียนมีการกำหนดระเบียบของนักเรียนและบังคับใช้อย่างเข้มงวด เช่น การห้ามนำโทรศัพท์มือถือมาโรงเรียน การแต่งกายและทรงผมต้องถูกต้องตามระเบียบ ด้านกายภาพ ได้แก่ โรงเรียนสะอาด โรงเรียนได้จัดบริเวณไว้เหมาะสมแก่การเรียนการสอน ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก และโรงเรียนจัดอุปกรณ์การเรียนการสอนให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

<b>Independent Study Title</b>	Parent Satisfaction Towards Service Marketing Mix of Wichai Wittaya School, Chiang Mai Province
<b>Author</b>	Mrs.Chanthawan Phophakdee
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Independent Study Advisor</b>	Assoc.Prof. Dr. Patchara Tantiprabha

### ABSTRACT

The purpose of this independent study was to examine Parent Satisfaction towards Service Marketing Mix of Wichai Wittaya School, Chiang Mai province. Research samples were specified to 255 parents of its current students and questionnaires were used as the research tool to collect data. The statistics consisting of frequency, percentage, mean, standard deviation and T-test were applied in order to analyze those collected data; then, to find out the differential values between parents' expectation and parents' perception towards service quality of the school.

The results of the study showed that the majority were female in the ages between 35-44 years old, self-employed, holding Bachelor's degree and earning monthly income at the amount of over than 60,001 Baht.

Hereafter were shown factors and sub-factors that the parents satisfied with. The parents satisfied with the Price factor, especially for the following sub-factors: the availability to pay for the tuition fee via banks and the possibility to pay for tuition fee by installments. In addition, they also satisfied with People factor, especially for the sub-factor mentioning that to have foreigners in the school's executive board.

Hereafter were shown the top-three sub-factors of all marketing mix factors, ranked by the differential values between parents' expectation and parents' perception that the parents dissatisfied the most. In Product factor, they dissatisfied with the EQ-based teaching approach that the school should be emphasized, the clean and safe food for lunch to be provided by the

school and the fame of school which should be trustworthy and widely well-known. In Price factor, they dissatisfied with the worthwhile fees comparing to what students shall be received, the cheaper tuition fee comparing to other similar schools and the acceptance of credit card payment for tuition fee. In Place factor, they dissatisfied with the convenient entrance and exit gates, the school location where was far from restaurants, pubs and bars and the arrangement of waiting area for parents. In Promotion factor, they dissatisfied with the circulation of school's news via SMS on mobile phone, the accessibility to school's information through school's website and the regular distribution of school's events and activities via the newsletter. In People factor, they dissatisfied with experienced teaching staff, rapid responsiveness to parent's problems or complaints and the immediate information on student's academic record and behavior to be reported by teachers when required. In Process factor, they dissatisfied with the academic guidance service to be provided to student individually, the opportunity for students to participate in class activities and the serious establishment and enforcement of school's rules and regulations: mobile phone is prohibited, dressing and hairstyle must be done in according to school's regulations, for example. In Physical Evidence factor, they dissatisfied with the cleanliness of school, the appropriate teaching area without noise and the good preparation for learning equipments which shall be ready to be used.