

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของนักเรียนชาวต่างชาติต่อส่วน
 ประสมการตลาดบริการของโรงเรียนไอทีเอ็ม
 นครไทยโบราณ จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวสุทธริกษ์ สิริสุนทร

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชुकานติ

บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากนักเรียนชาวต่างชาติ ของโรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 342 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน USD 1,000-5,000 เคยเรียนนครไทยที่โรงเรียนอื่นที่ไม่ใช่โรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ ผู้ที่เคยเรียนนครไทยที่โรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ เรียนหลักสูตรการนครไทยพื้นฐานระดับ 1 และหลักสูตรที่เลือกเรียนที่โรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณในปัจจุบัน คือ การนครไทยพื้นฐานระดับ 1 ช่วงเวลาที่เข้าเรียนที่โรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ คือ ตุลาคม – มกราคม ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจเรียนที่โรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ 1-2 สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเรียนต่อหลักสูตร 150 - 250 USD บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนที่โรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ ผู้ที่เคยผ่านการอบรมจากโรงเรียนสอนนครไทยไอทีเอ็ม สาเหตุที่เลือกเรียนที่โรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ โรงเรียนมีความน่าเชื่อถือ หรือได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ ทราบข้อมูลของโรงเรียนไอทีเอ็ม นครไทยโบราณ จากอินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านดังนี้ ด้านบุคลากร คือ ครูผู้สอน มีมาตรฐาน หรือมีใบประกาศนียบัตรรับรอง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความหลากหลายของหลักสูตรให้เลือกเรียน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ มาตรฐานในการเรียนการสอน ให้ตรงกับแบบแผนที่ได้แจ้งไว้ ปัจจัยด้านสถานที่ คือ เว็บไซต์ของโรงเรียนมีการแสดงรายละเอียดได้อย่างชัดเจน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ โรงเรียนมีความน่าเชื่อถือ หรือได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ ปัจจัยด้านราคา คือ ค่าเล่าเรียนคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้ส่วนลดในกรณีเรียนหลายหลักสูตร

Independent Study Title	Foreign Students Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Thai Massage at ITM (International Training Massage) School, Chiang Mai Province
Author	Miss Sutthiruk Sitthisoonthorn
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

ABSTRACT

This independent study aimed at exploring foreign students satisfaction towards services marketing mix of Thai massage at ITM (International Training Massage) School, Chiang Mai Province. Data collection was compiled by the distribution of questionnaires to 342 foreign students of ITM (International Training Massage) School, Chiang Mai Province. The given data were then analyzed by descriptive statistics composing of frequency, percentage, and mean.

Based upon the findings, most respondents were single female, aged between 31 – 40 years old. They were from European countries. They graduated with Bachelor Degrees. They were business owners. Their monthly incomes were USD 1,000-5,000. They took class(es) at other Thai massage schools before taking class(es) at ITM School. The students used to apply to “LEVEL I: Foundation of Thai Massage” of ITM School. The current students were applying to “LEVEL I: Foundation of Thai Massage” of ITM School. They took class(es) at ITM School during October – January. They spent 1-2 weeks to decide to join ITM School. They spent approximately USD 150 - 250 per course at ITM School. The people who influenced the decision to study at ITM School the most were the previous students of ITM School. The main reasons they chose to study at ITM School were the school credibility and being certified by the Ministry of Education. They knew about ITM School from the internet.

According to the study, the students had high satisfaction with the following service marketing mix factors: People, Product, and Process, respectively. The students had medium satisfaction with the following service marketing mix factors: Place, Physical Evidence, Price, and Promotion, respectively. The sub-factors which they had highest satisfaction with for each service marketing mix were as follows. In term of People, it was the certified trainers. In term of Product, it was the variety of courses. In term of Process, it was the standard of teaching method which complying to the curriculum. In term of Place, it was the clear and informative website. In term of Physical Evidence, it was the school credibility and being certified by the Ministry of Education. In term of Price, it was the worthiness of the study fee. In term of Promotion, it was the discounts for multiple course applying.