

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียน ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ปกครองของนักเรียนที่เรียนอยู่ในโรงเรียนนานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 แห่ง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 244 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับการส่งบุตรหลานเข้าเรียน ในโรงเรียนนานาชาติ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีสัญชาติไทย ร้อยละ 47.9 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 39.8 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 46.7 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 32.4 มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 57.0 มีอาชีพค้าขาย เจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว หรือประกอบอาชีพอิสระ ร้อยละ 20.5 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 42.6 เป็นครอบครัวชาวไทย ร้อยละ 34.4 เป็นครอบครัวที่คู่สมรสต่างเชื้อชาติ ร้อยละ 28.3 มีรายได้รวมของครอบครัว ในช่วง 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 25.8 มีรายได้ในช่วง 100,001-150,000 บาท และร้อยละ 19.7 มีรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุตรหลาน หรือผู้ได้ปกครองที่รับภาระเลี้ยงดู 2 คน เข้าศึกษาในโรงเรียน นานาชาติ 1 คน และเป็นนักเรียนไปกลับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่

2.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01, 3.95, 3.94 และ 3.86 ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45, 3.43 และ 3.31 ตามลำดับ

2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมของครอบครัว จำนวนบุตรหลานที่รับภาระเลี้ยงดู และการเป็นนักเรียนประจำหรือไปกลับ

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติไทยและสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านบุคลากรทุกด้านในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านมีการพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนโดยการฝึกอบรมเพิ่มพูน ความรู้อย่างสม่ำเสมอ และ บุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์และเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านบุคลากรทุกด้านในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายของอาจารย์และเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสัญชาติไทย และสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการให้บริการเกือบทุกด้านในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการมีกระบวนการในการรับนักเรียนเข้าศึกษาอย่างสะดวก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านมีการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับ นักเรียนใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติไทยและสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านเนื้อหาวิชาที่เปิดสอน ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกด้านในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านเนื้อหาวิชาที่เปิดสอน ผู้ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้มีอาชีพค้าขายเจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยด้านการจัดให้มี การเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษ ผู้มีอาชีพแม่บ้านให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสัญชาติไทยและสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านมีสนามกีฬา สระว่ายน้ำ หรือสนามกีฬา ในร่ม ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่เกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านมีบริการรถรับส่งที่สะดวกและปลอดภัย ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ทุกด้านในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบุตรหลานเป็นนักเรียนประจำ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่เกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านมีที่จอดรถรองรับนักเรียนที่สะดวกและปลอดภัย ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบุตรหลานเป็นนักเรียนไปกลับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ด้านการเดินทางไปกลับสะดวก และมีที่จอดรถรองรับนักเรียนที่สะดวกและปลอดภัยในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเกือบทุกด้าน

ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม ให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ประกอบอาชีพอาชีพค้าขาย เจ้าของกิจการหรือมีธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสม และ วิธีการชำระค่าธรรมเนียมสะดวกในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ส่วนแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาทุกด้านในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนตั้งแต่ 100,001-200,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 100,000 บาทลงมา และ ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 200,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมในระดับมาก ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียม ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบุตรหลานหรือผู้ได้ปกครองตั้งแต่ 1 คน ถึง 5 คน ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาะสมในระดับมาก ผู้ที่มีบุตรหลานหรือผู้ได้ปกครองตั้งแต่ 3 คนลงมา ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านระยะเวลาที่กำหนดให้มีการชำระค่าธรรมเนียมในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ที่มีจำนวนบุตรหลานหรือผู้ได้ปกครอง 4 หรือ 5 คน ให้ความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสัญชาติไทย และสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อย่อยเกือบทุกด้านในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยด้านย่อยมีการสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และ มีการบอกเล่าจากบุคคลที่ทำงานรู้จัก ให้ความสำคัญในระดับมาก และ ปัจจัยด้านมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ และ Website ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติไทย ให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่สัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย

3.1 ภาพรวมของปัจจัยภายนอกอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกด้านการเมือง และ วัฒนธรรมในระดับปานกลาง

3.2 ปัจจัยภายนอกอื่นๆที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติจำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สัญชาติ ระดับการศึกษา และรายได้รวมของครอบครัว

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติไทย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีในระดับมาก ส่วนด้านอื่นๆ ให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกทุกด้านในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และ ระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีในระดับมาก ส่วนด้านอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง และผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกทุกด้าน ในระดับ ปานกลาง ยกเว้นด้านเทคโนโลยี ให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยีในระดับมาก ส่วนด้านการเมือง ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้รวมของครอบครัวตั้งแต่ 150,000 บาท ต่อเดือนลงมา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจในระดับมาก ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้รวมของครอบครัวสูงกว่า 150,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้รวมของครอบครัวตั้งแต่ 100,000 บาท ต่อเดือนลงมา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมในระดับมาก ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้รวมของครอบครัวสูงกว่า 100,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ มีแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดคุณภาพการให้บริการ และ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า มีความสอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นการอธิบายถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

1) สิ่งกระตุ้น (Stimuli) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

— สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และ สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ซึ่งจากการศึกษาค้นคว้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร กระบวนการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ และ สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในระดับมาก และ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ราคา และ การส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ดังนั้นผลการศึกษาก็สอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคที่ว่าสิ่งกระตุ้นทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ

— สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimuli) หมายถึงปัจจัยภายนอกอื่นๆ ซึ่งมีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และ เทคโนโลยี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และ ปัจจัยด้านการเมือง และ วัฒนธรรม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ดังนั้นผลการศึกษาก็สอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคที่ว่าสิ่งกระตุ้นอื่นๆมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2) กล่องดำความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

— ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ในขณะที่สัญชาติ

อื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้านให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ในขณะที่อาชีพอื่นให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบุตรหลานหรือผู้ได้ปกครองจำนวน 4 คน และ 5 คน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ในขณะที่ผู้ที่มีบุตรหลานหรือผู้ได้ปกครองตั้งแต่ 3 คนลงมาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง แสดงว่าลักษณะของผู้ซื้อหรือผู้ปกครองนักเรียน ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สัญชาติ การศึกษา เชื้อชาติของครอบครัว รายได้ของครอบครัว จำนวนบุตรหลานที่รับภาระเลี้ยงดู มีผลทำให้ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและการตัดสินใจเลือกซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

— กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ซื้อหรือผู้ปกครองมีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่สอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค โดยประกอบด้วย การรับรู้ความต้องการ ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนนานาชาติผ่านทางสื่อต่างๆ และ การประเมินผลทางเลือกโดยการเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนต่างๆ การตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน และพฤติกรรมภายหลังการส่งบุตรหลานเข้าเรียน เช่น การแสดงความคิดเห็นกับทางโรงเรียน และ การบอกต่อไปยังบุคคลที่รู้จัก

3) การตอบสนองของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ซื้อหรือผู้ปกครองมีการตอบสนอง คือ มีการเลือกระบบการศึกษา เลือกโรงเรียนนานาชาติ พิจารณาจำนวนบุตรหลานที่ส่งเข้าเรียน และประเภทของนักเรียน ประจำ หรือไปกลับ มีการใช้บริการอื่นๆ ของทางโรงเรียน เช่น บริการรับส่งนักเรียน รวมถึงการให้ข้อมูลตอบกลับเกี่ยวกับการบริการการศึกษาของโรงเรียน ดังนั้นจึงมีการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นซึ่งสอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค

แนวคิดคุณภาพของการให้บริการ

การบริการเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้ เพื่อที่จะลดความไม่แน่นอน ของการใช้บริการทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ซื้อ ซึ่งก็คือ ผู้ปกครองนักเรียน จะมองหาสัญลักษณ์ ของ คุณภาพสำหรับการให้บริการ จาก สถานที่ บุคคล อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา วัสดุสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สมศักดิ์ ดำรงสุนทรชัย ที่ว่ามาตรฐานการศึกษาที่มีลักษณะเป็นนามธรรมซึ่งเปรียบเทียบได้ยาก สถาบันการศึกษาต่างๆ จึงใช้วิธีการอ้างอิงบุคคลหรือกลุ่มตระกูลที่มีชื่อเสียงในสังคม

คุณภาพในการให้บริการที่สำคัญ 5 ประการได้แก่

1) ความเชื่อถือได้ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างไว้วางใจได้และเที่ยงตรง จากการศึกษาในครั้งนี้โรงเรียนนานาชาติจะสร้างความเชื่อถือได้ในการให้บริการจากระบบการศึกษา ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้ง ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ ผู้สอนที่เป็นชาวต่างประเทศ มีวุฒิการศึกษาสูง มีความรู้ ความสามารถ

2) การตอบสนองลูกค้าทันที หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการทันที จากการศึกษาในครั้งนี้โรงเรียนนานาชาติจะตอบสนองต่อลูกค้าในการแจ้งผลการเรียน หรือการร่วมมือในการแก้ไขปัญหาของนักเรียนอย่างทันที ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

3) การทำให้ลูกค้ามั่นใจ หมายถึง ความรู้ ความสุภาพ ของพนักงานผู้ให้บริการ และความสามารถในการทำให้ลูกค้าเชื่อถือและมั่นใจในบริการ การศึกษาครั้งนี้พบว่า สามารถสร้างความมั่นใจในบริการด้านการศึกษาจากผู้ก่อตั้ง ผู้บริหาร ผู้สอน และ บุคคลอ้างอิงผู้มีความสำคัญในสังคม หรือมีการบอกเล่าจากบุคคลที่รู้จัก

4) การเข้าใจลูกค้า หมายถึง การให้การเอาใจใส่ต่อความต้องการเฉพาะบุคคลของลูกค้า จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลูกค้าหรือผู้ปกครองมีความต้องการหลักที่เหมือนกันในทุกกลุ่ม ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม การปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาและตำราเรียนอย่างสม่ำเสมอ และมีความต้องการเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติไทยและสัญชาติอื่นๆที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ต้องการให้มีการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนใหม่ และการให้คำปรึกษาด้านการเรียนเฉพาะรายบุคคล ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

5) การเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ บุคลากร และเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร ที่ปรากฏเป็นรูปธรรม จากการศึกษาครั้งนี้ บริการทางการศึกษาสามารถนำเสนอในสิ่งที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ ห้องเรียน ห้องกิจกรรม ตำราเรียน อุปกรณ์การเรียน ผู้ก่อตั้ง โรงเรียน ทีมงานผู้บริหาร หลักสูตรการศึกษา และ ราคา ค่าธรรมเนียมการศึกษาต่างๆ

แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ

พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการบริการต่างมีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติ ในระดับมาก และ ระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากร กระบวนการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ และ สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในระดับมาก ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสถานที่ ราคา และ การส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเลือกในระดับมาก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี และ เศรษฐกิจ และ ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเลือกในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมและ การเมือง โดย

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติในระดับมาก ได้แก่ การที่อาจารย์ผู้สอนเป็นชาวต่างประเทศ มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์สูง มีการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และสามารถให้คำปรึกษาแก่นักเรียนได้ทั้งในเรื่องการเรียนและการดำรงชีวิต และการที่ผู้บริหารมีประสบการณ์หรือเป็นผู้ชำนาญในการบริหารการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติในระดับมาก ได้แก่ การสอนอย่างมีคุณภาพ การดูแลนักเรียนอย่างใกล้ชิด จำนวนนักเรียนในชั้นที่เหมาะสม การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนใหม่ที่ไม่เคยชินกับการเรียนโดยใช้ภาษาอังกฤษ การแจ้งผลการเรียนที่รวดเร็ว และการสร้างความร่วมมือระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครอง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของโรงเรียนและผู้ก่อตั้ง การจัดการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษ หลักสูตรการศึกษา แบบแผนทางการศึกษาที่โรงเรียนยึดถือ กิจกรรมที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียน บริการให้คำแนะนำรายบุคคล และการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ระดับอุดมศึกษาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติในระดับมาก ได้แก่ ตำราเรียนที่ทันสมัย และความพร้อมของห้องเรียน ห้องสมุด ห้องดนตรี ห้องปฏิบัติการ สนามกีฬา สนามเด็กเล่น และโรงอาหาร

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติในระดับมาก ได้แก่ การเดินทางไปกลับสะดวก และการมีที่จอดรถที่ปลอดภัย

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติในระดับมาก ได้แก่ การสร้างสัมพันธที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และ มีการบอกเล่าจากบุคคลที่ทำงานรู้จัก

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครอง นักเรียนในจังหวัด เชียงใหม่ พบว่า ผู้ปกครองสัญชาติไทยและผู้ปกครองสัญชาติอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยบางอย่างแตกต่างกัน เช่น บริการเตรียมความพร้อมภาษาอังกฤษ มีความสำคัญอย่างยิ่งกับ นักเรียนและผู้ปกครองสัญชาติไทย และสัญชาติอื่นที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียน ในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก
2. ผู้ประกอบการควรแยกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดออกจากกันและตอบสนองตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม เช่น จัดให้มีบริการเตรียมความพร้อมด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนใหม่ สำหรับนักเรียนสัญชาติไทยและสัญชาติอื่นๆที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก
3. บริการทางการศึกษา ต้องอาศัยความน่าเชื่อถืออย่างมาก ในการสร้างความน่าเชื่อถือนั้น ผู้ประกอบการควรสร้างความน่าเชื่อถือจากบุคลากร คือ ผู้บริหาร อาจารย์ผู้สอน และ บุคคลอ้างอิง เช่น ศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียง
4. ผู้ประกอบการควรวางแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านบุคลากร ควรจัดทีมงานบริหารที่มีความรู้ความสามารถและมีชื่อเสียง จัดหาอาจารย์ผู้สอนที่เป็นชาวต่างประเทศ มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์สูง มีการศึกษาดี และควรจัดให้มีการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้แก่บุคลากรอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ควรปรับปรุงวิธีการสอนให้มีคุณภาพดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ควรให้การดูแลนักเรียนอย่างใกล้ชิด จัดจำนวนนักเรียนในชั้นที่เหมาะสม เปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมที่สามารถสร้างความร่วมมือระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครอง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการทบทวนและปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาและเนื้อหาวิชาที่สอนอย่างต่อเนื่อง แต่คงไว้ซึ่งแบบแผนทางการศึกษาที่โรงเรียนยึดถือและผู้ปกครองเชื่อมั่น จัดให้มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ระดับอุดมศึกษาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จัดกิจกรรมเสริมสร้างทักษะหรือความสามารถด้านต่างๆ และ จัดให้มีบริการให้คำปรึกษารายบุคคลแก่ทั้งนักเรียนและผู้ปกครองนักเรียน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ควรใช้ตำราเรียนที่ทันสมัย และจัดห้องเรียน ห้องสมุด ห้องดนตรี และ ห้องปฏิบัติการ สนามกีฬา สนามเด็กเล่น และโรงอาหารให้พร้อม และมีการปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในบริการ

ปัจจัยด้านสถานที่ ควรจัดสถานที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย รวมถึงบริการรับส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองนักเรียน

ปัจจัยด้านราคา ควรจัดอัตราค่าธรรมเนียมให้เหมาะสม และมีการแจ้งที่ชัดเจน และจัดรูปแบบการชำระที่ง่ายและสะดวกต่อผู้ปกครองนักเรียน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ควรใช้วิธีสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเรียนอยู่ในโรงเรียนนานาชาติ เพื่อให้เกิดการบอกเล่าต่อไปยังบุคคลที่รู้จัก และควรประชาสัมพันธ์ โดยการอ้างอิงบุคคลสำคัญในสังคม