

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา ที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มที่จะพัฒนาต่อไปอย่างก้าวกระโดดทั้งในแง่เศรษฐกิจและสังคม จึงต้องมีการเร่งพัฒนาคุณภาพของคนในประเทศ ซึ่งการพัฒนาประเทศในทุกๆ ด้านล้วนแล้วแต่ต้องอาศัยรากฐานที่เป็นหัวใจสำคัญ นั่นคือการศึกษา และในยุคปัจจุบันที่องค์ความรู้ คือการเรียนการสอน และตำราต่างๆ ได้มีต้นกำเนิดจากต่างประเทศ ดังนั้นตำราเหล่านั้น จึงถูกแต่งและเรียบเรียงเป็นภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลที่ใช้ทั่วโลก นอกจากนี้เหตุผลทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร ที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ภาษาสากลจึงถูกใช้ในเทคโนโลยีเหล่านั้น ทำให้ผู้ใช้เทคโนโลยีจำเป็นต้องมีความรู้ในภาษาอังกฤษ รวมทั้งการที่ประเทศไทยเป็นชาติหนึ่งในอาเซียน ที่จะก้าวเข้าสู่ยุคของการเปิดการค้าเสรี AEC ในปีพ.ศ. 2558 นี้ จึงเป็นแรงกดดันอย่างหนึ่งให้ประชาชน คนไทยต้องศึกษาภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น กฎบัตรอาเซียนข้อ 34 บัญญัติไว้ว่า “The working language of ASEAN shall be English” หมายความว่าประชาชนพลเมืองใน 10 ประเทศอาเซียน จะต้องใช้ภาษาอังกฤษกันมากขึ้น นอกเหนือจากภาษาประจำชาติ เพราะเมื่อทุกคนอยู่ในอาเซียน ล้วนแล้วแต่เป็นพลเมืองอาเซียนด้วยกันทุกคน นอกจากต้องทำมาค้าขายร่วมกันแล้ว ย่อมต้องได้ไปมาหาสู่ เดินทางท่องเที่ยว ทำความรู้จักคุ้นเคยต่อกัน เรียนรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อเชื่อมโยงโลกกว้างของภูมิภาคอาเซียนให้เป็นหนึ่งเดียว (สมเกียรติ อ่อนวิมล, 2554: ออนไลน์)

รัฐบาลเองได้เล็งเห็นความสำคัญและสนับสนุนการศึกษาภาษาอังกฤษแก่เยาวชนไทยเป็นอย่างมาก โดยได้บรรจุวิชาภาษาอังกฤษตั้งแต่ชั้นพื้นฐาน ในหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ทำให้เยาวชนไทยทุกคนต้องเรียนภาษาอังกฤษ โดยกระทรวงศึกษาธิการประกาศให้ปี พ.ศ. 2555 หรือ ค.ศ. 2012 เป็นปีแห่งการใช้ภาษาอังกฤษ ในโรงเรียน เรียกว่า “English-Speaking Year 2012” โดยให้โรงเรียนในกระทรวงศึกษาธิการทั้งระบบกว่า 30,000 แห่งทำกิจกรรมส่งเสริมการเรียนการสอนและการใช้ภาษาอังกฤษในโรงเรียนอย่าง เข้มข้นตลอดปี และให้ใช้ภาษาอังกฤษในโรงเรียนกันอย่างน้อย สัปดาห์ละหนึ่งวัน ระหว่างนั้นก็จะปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานการเรียนการสอนภาษาอังกฤษใน

โรงเรียนทุกแห่งให้ได้มาตรฐานสากล ทั้งนี้ก็เพื่อเตรียมพร้อมเด็กและเยาวชน ตลอดจนสังคมไทย โดยรวมให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียนภายในปี 2015 และให้พลเมืองไทยเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมโลกได้อย่างมีคุณภาพ บทความนี้นำเสนอเป็นการส่งเสริมสนับสนุนแนวนโยบายของรัฐบาล และเพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษต่อชีวิตและอนาคตของพลเมืองไทย ในฐานะพลเมืองอาเซียน นับแต่นั้นเป็นต้นไปและตลอดไป (สมเกียรติ อ่อนวิมล, 2554: ออนไลน์) อย่างไรก็ตามยังมีคนไทยเป็นจำนวนมากที่ไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ ทั้งๆที่คนไทยได้เรียนภาษาอังกฤษมากกว่า 10 ปี นั้นแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการศึกษาด้านภาษาอังกฤษยังไม่ตอบสนองแก่ความต้องการของผู้เรียนเท่าที่ควร ดังนั้นจึงมีสถาบันสอนภาษาเอกชนตั้งขึ้นมากมาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้เรียนภาษาอังกฤษให้สามารถนำไปใช้งานได้จริง ซึ่งโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษแต่ละแห่งมักมีหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอนที่แตกต่างกันไป ทั้งยังมีปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ค่าใช้จ่ายในการเรียน ครูผู้สอนและปัจจัยทางการตลาดที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของแต่ละโรงเรียน

ปัจจุบันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษก่อตั้งขึ้นหลายแห่งและมีภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้น โดยปัจจุบันมีโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษที่มีชื่อเสียงทั้งหมด 8 แห่ง ได้แก่ British Council Chiang Mai, โรงเรียนสอนภาษา ต่างประเทศล้านนา (EFL), โรงเรียนบ้านภาษา ศูนย์การศึกษานิวซีแลนด์ (NES), โรงเรียนเกียรติพัฒนา สอนภาษา กวดวิชา คอมพิวเตอร์ (CEC/E-20), โรงเรียนสอนภาษาสมาคมนักเรียนเก่าสหรัฐอเมริกา (AUA), โรงเรียนพิชชาพัฒน์ (NAVA), สถาบันภาษาและคอมพิวเตอร์อีซีซี (ประเทศไทย)(ECC), ENCONCEPT Academy และสถาบันภาษา โดยทั้ง 8 แห่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อการเสริมทักษะทางภาษาอังกฤษแก่ผู้เรียน (รายงานการสำรวจสถาบันสอนภาษาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่, 2553)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงให้ความสนใจในการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่จะเรียนในโรงเรียนสอนภาษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่อำเภอเมือง เชียงใหม่ ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษาหนึ่งๆนั้นมีอะไรบ้าง แต่ละปัจจัยมีความสำคัญมากน้อยต่างกันเพียงใด เพื่อให้ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและพัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อปรับปรุงพัฒนาโรงเรียนสอนภาษาให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความคาดหวัง อีกทั้งยังเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้ที่มีความสนใจลงทุนในธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษได้นำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดแผนกลยุทธ์การตลาดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษา ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาการดำเนินงาน และปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดขององค์กรให้มีความสอดคล้อง กับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

1.4 นิยามศัพท์

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ หมายถึง โรงเรียนที่จัดตั้งตามพ.ร.บ.การศึกษาเอกชน มาตรา 15(2) ประเภททศวิชาภาษาต่างประเทศ เพื่อสอนเสริม โดยกำหนดเวลาเรียนต่างจากเวลาเรียนปกติของนักเรียน เช่น เรียนเฉพาะวันหยุด เฉพาะภาคฤดูร้อน หรือ เรียนเฉพาะตอนเย็น

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเคยใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved