บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งสอบถามจากนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และเคยเรียนในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 385 ราย จากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชนสามัญศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 6 เรียนอยู่ในแผนกการเรียน วิทยาศาสตร์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 35,001 – 45,000 บาท การพักอาศัยในปัจจุบัน อาศัยอยู่ที่บ้านพ่อแม่ โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษที่กำลังเรียนพิเศษภาษาอังกฤษในปัจจุบัน คือ บริติช เคานซิล (British Council) ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ จากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเรียนพิเศษภาษาอังกฤษ ในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ต่อหลักสูตร 21 – 30 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเรียนพิเศษภาษาอังกฤษ ในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ต่อหลักสูตร 3,001 - 6,000 บาท วันในการเลือกเรียนพิเศษภาษาอังกฤษ ในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ช่วงเวลาในเลือกเรียนพิเศษภาษาอังกฤษ ในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ 12:01-16:00 น. จำนวนชั่วโมงในการเรียนพิเศษภาษาอังกฤษ ในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ 5-6 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนพิเศษภาษาอังกฤษ ในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ที่เหมาะสม คือ 11 – 20 คน จุดประสงค์ในการเรียนพิเศษภาษาอังกฤษ ในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ เพื่อเตรียมความพร้อมศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย (Entrance) และความคิดเห็นของการเรียนพิเศษภาษาอังกฤษ ใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ต่อผลการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ช่วยให้เกรดวิชาอังกฤษดีขึ้นมาก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการและ สถาบันจัดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป เช่น ไม่เกิน 10 หรือ 20 คน เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น รองลงมาคือ ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน และ สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง)รองลงมาคือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เวลาเปิด-ปิดของสถาบันสะดวกต่อการให้บริการและ เว็บไซต์ของสถาบันให้รายละเอียดชัดเจน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter รองลงมาคือ ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน และ มีการแจกเอกสารใบปลิว แผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา หรือห้างสรรพสินค้า เพื่อโฆษณาสถาบัน และแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียนรองลงมาคือ ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน และ เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ มีการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหาที่เรียน เช่น สอนเพิ่มฟรีสำหรับ กลุ่มที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหา เป็นต้นและ มีระบบการชดเชยเวลาเรียน หากผู้เรียนหรือผู้สอนไม่ว่าง ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ รองลงมาคือ มีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม หรือร้านสแน็คบาร์ (Snack bar) เป็นต้น และ มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับนักเรียน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ จำแนกตาม ประเภทของสถานศึกษา และแผนกการเรียน

3.1 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ จำแนกตาม ประเภทของสถานศึกษา

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ จำแนกตาม ประเภทของสถานศึกษา สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชนสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76)ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53)ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52)ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43)และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนรัฐบาลสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53)ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51)ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42)ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26)และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ และ สถาบันจัดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป เช่น ไม่เกิน 10 หรือ 20 คน เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ สถาบันจัดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป เช่น ไม่เกิน 10 หรือ 20 คน เป็นต้น และ สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น รองลงมาคือ ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน และ สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน รองลงมาคือ มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น และ สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน ให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) รองลงมาคือ เวลาเปิด-ปิดของสถาบันสะดวกต่อการให้บริการ และ เว็บไซต์ของสถาบันให้รายละเอียดชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล ให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) รองลงมาคือ เวลาเปิด-ปิดของสถาบันสะดวกต่อการให้บริการ และ สถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter รองลงมาคือ ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน และ มีการแจกเอกสารใบปลิว แผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา หรือห้างสรรพสินค้า เพื่อโฆษณาสถาบัน และแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter รองลงมาคือ มีการแจกเอกสารใบปลิว แผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา หรือห้างสรรพสินค้า เพื่อโฆษณาสถาบัน และแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ และผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน รองลงมาคือ ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถความชำนาญและสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน และ เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน รองลงมาคือ ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน และ เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ มีการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหาที่เรียน เช่น สอนเพิ่มฟรีสำหรับ กลุ่ม

ที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหา เป็นต้น และ มีระบบการชดเชยเวลาเรียน หากผู้เรียนหรือผู้สอนไม่ว่าง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ มีการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหาที่เรียน เช่น สอนเพิ่มฟรีสำหรับ กลุ่มที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหา เป็นต้น และ มีระบบการชดเชยเวลาเรียน หากผู้เรียนหรือผู้สอนไม่ว่าง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ รองลงมาคือ มีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม หรือ ร้านสแน็คบาร์ (Snack bar) เป็นต้น และ มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับนักเรียน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ รองลงมาคือ มีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม หรือ ร้านสแน็คบาร์ (Snack bar) เป็นต้น และ สภาพบรรยากาศของสถาบันเหมาะสมต่อการเรียนการสอน เช่น แสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงรบกวน เป็นต้น ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ จำแนกตาม แผนกการเรียน

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ จำแนกตาม แผนกการเรียน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน วิทยาศาสตร์สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78)ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับ

มาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44)ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37)และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - คำนวณสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75)ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52)ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41)ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39)และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - ภาษาสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67)ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46)ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45)ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44)ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38)และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน วิทยาศาสตร์ ให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ สถาบันจัดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป เช่น ไม่เกิน 10 หรือ 20 คน เป็นต้น และ สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - คำนวณ ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ รองลงมาคือ สถาบันมี

ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และ สถาบันจัดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป เช่น ไม่เกิน 10 หรือ 20 คน เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - ภาษาให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ สถาบันจัดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป เช่น ไม่เกิน 10 หรือ 20 คน เป็นต้น และ สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน วิทยาศาสตร์ ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น รองลงมาคือ สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ และ ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - คำนวณ ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น รองลงมาคือ ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน และ สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - ภาษาให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น รองลงมาคือ สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ และ ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน วิทยาศาสตร์ ให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) รองลงมาคือ เวลาเปิด-ปิดของสถาบันสะดวกต่อการให้บริการ และ เว็บไซต์ของสถาบันให้รายละเอียดชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - คำนวณ ให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) รองลงมาคือ เวลาเปิด-ปิดของสถาบันสะดวกต่อการให้บริการ และ เว็บไซต์ของสถาบันให้รายละเอียดชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - ภาษาให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) รองลงมาคือ เวลาเปิด-ปิดของสถาบันสะดวกต่อการให้บริการ และ เว็บไซต์ของสถาบันให้รายละเอียดชัดเจน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียนวิทยาศาสตร์ ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter รองลงมาคือ ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน และ ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนมากกว่า 1 หลักสูตร ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - คำนวณ ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter รองลงมาคือ ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน และ มีการแจกเอกสารใบปลิว แผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา หรือห้างสรรพสินค้า เพื่อโฆษณาสถาบัน และแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - ภาษาให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter รองลงมาคือ มีการแจกเอกสารใบปลิว แผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา หรือห้างสรรพสินค้า เพื่อโฆษณาสถาบัน และแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ และ ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน วิทยาศาสตร์ ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน รองลงมาคือ ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน และ เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - คำนวณ ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน รองลงมาคือ ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน และ เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - ภาษาให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน รองลงมาคือ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน และ เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน วิทยาศาสตร์ ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ มีการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหาที่เรียน เช่น สอนเพิ่มฟรีสำหรับ กลุ่มที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหา เป็นต้น และ มีระบบการชดเชยเวลาเรียน หากผู้เรียนหรือผู้สอนไม่ว่าง ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - คำนวณ ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ มีการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหาที่เรียน เช่น สอนเพิ่มฟรีสำหรับ กลุ่มที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหา เป็นต้น และ มีระบบการชดเชยเวลาเรียน หากผู้เรียนหรือผู้สอนไม่ว่าง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - ภาษาให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3

ลำดับแรกได้แก่ มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ มีการสอนเสริมให้กับนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหาที่เรียน เช่น สอนเพิ่มฟรีสำหรับ กลุ่มที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหา เป็นต้น และ มีระบบการชดเชยเวลาเรียน หากผู้เรียนหรือผู้สอนไม่ว่าง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน วิทยาศาสตร์ ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ รองลงมาคือ มีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม หรือ ร้านสแน็คบาร์ (Snack bar) เป็นต้น และ มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับนักเรียน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - คำนวณ ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ รองลงมาคือ มีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม หรือ ร้านสแน็คบาร์ (Snack bar) เป็นต้น และ มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับนักเรียน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนกการเรียน ศิลป์ - ภาษาให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ รองลงมาคือ มีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม หรือ ร้านสแน็คบาร์ (Snack bar) เป็นต้น และ สภาพบรรยากาศของสถาบันเหมาะสมต่อการเรียนการสอน เช่น แสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงรบกวน เป็นต้น ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ควรเปิดสาขาของสถาบันเพิ่มออกนอกชานเมือง รองลงมาคือ ควรจัดครูผู้สอนให้มีจำนวนพอเพียงกับปริมาณนักเรียน และห้องน้ำไม่สะอาด เท่ากัน และควรเพิ่มส่วนลดพิเศษให้กับนักเรียนที่เรียนต่อเนื่องด้วยและสถาบันสอนภาษาอังกฤษไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มเพื่อน เท่ากัน ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) อันประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับจุลจักร ตรีวัชรารัตน์ (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนในการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัชรี บรมฤทธิ์ (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยการตลาดที่มีต่อการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตรและเอกสาร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จุลจักร ตรีวัชรารัตน์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ หลักสูตรการเรียนการสอนตรงกับความต้องการหรือความสนใจที่จะเรียน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัชรี บรมฤทธิ์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ หลักสูตรการเรียนการสอนที่มีความหลากหลาย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ซึ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เนื้อหาเจาะลึกรายวิชา เนื้อหาที่จะเรียนล่วงหน้าตรงกับแนวข้อสอบเข้าหาวิทยาลัย

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จุลจักร ตรีวัชรารัตน์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของราคาเอกสารประกอบการเรียน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วัชรี บรมฤทธิ์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ราคาคุ้มค่ากับประสิทธิภาพการสอน และไม่สอดคล้องกับ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด สามารถชำระค่าเรียนได้หลายทาง เช่น ทางอินเตอร์เน็ตโดยผ่านบัญชีธนาคาร เงินสด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จุลจักร ตรีวัชรารัตน์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ห้องเรียนกว้างขวาง สะอาด และมีแสงสว่างเพียงพอ และไม่สอดคล้องกับ วัชรี บรมฤทธิ์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือความสะดวกในการมาเรียน เช่นมีรถประจำทางผ่านหลายสาย และไม่สอดคล้องกับ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งสามารถหาพบได้ง่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จุลจักร ตรีวัชรารัตน์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ คำแนะนำจากคนรู้จัก เช่น เพื่อน รุ่นพี่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัชรี บรมฤทธิ์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม

การตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ มีการรับประกัน เช่นเมื่อเรียนจบสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ในชีวิตประจำวัน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การแนะนำจากเพื่อนและรุ่นพี่

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จุลจักร ตรีวัชรารัตน์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้นักเรียนเข้าใจได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วัชรี บรมฤทธิ์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ อาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ และไม่สอดคล้องกับ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ อาจารย์ผู้สอนมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจได้ดี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จุลจักร ตรีวัชรารัตน์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การแจ้งตารางเรียนให้นักเรียนทราบล่วงหน้า แต่สอดคล้องกับ วัชรี บรมฤทธิ์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ระบบการเรียนการสอนที่ดี และไม่สอดคล้องกับ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การเปิดสอนแต่ละวิชามีหลายช่วงเวลาเพื่อให้เลือกเรียน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษมากที่สุด คือ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จุลจักร ตรีวัชรารัตน์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของของโรงเรียนสอนภาษาเป็นที่รู้จักดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัชรี บรมฤทธิ์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความสะอาดของห้องเรียน ห้องน้ำ และไม่สอดคล้องกับ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การมีชื่อเสียงด้านการศึกษามานาน

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบต่อส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านบุคลากร และ ด้านกระบวนการให้บริการตามลำดับ โดยสามารถสรุป 10 ลำดับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ได้ดังตารางที่ 5.1 -5.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง	ด้านผลิตภัณฑ์	4.66	มากที่สุด
2	สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.57	มากที่สุด
3	ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน	ด้านบุคลากร	4.57	มากที่สุด
4	สถาบันจัดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป เช่น ไม่เกิน 10 หรือ 20 คน เป็นต้น	ด้านผลิตภัณฑ์	4.56	มากที่สุด
5	ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกาย ภาพ	4.54	มากที่สุด
6	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter	ด้านส่งเสริมการตลาด	4.52	มากที่สุด
7	มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.49	มาก
8	ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน	ด้านบุคลากร	4.37	มาก
9	การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.21	มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
10	ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.90	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ปัจจัยย่อยลำดับถัดมา คือ สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ และ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ จำแนกตามประเภทของสถานศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเภทของสถานศึกษา	
	โรงเรียนเอกชน	**โรงเรียนรัฐบาล**
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง (4.69: มากที่สุด)	สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง (4.59: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น (3.86: มาก)	ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน (4.05: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) (4.24: มาก)	การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) (4.15: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบันผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter (4.59: มากที่สุด)	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter (4.38: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.54: มากที่สุด)	ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.62 มากที่สุด)
ปัจจัยด้านกระบวน การให้บริการ	มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน (4.49: มาก)	มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน (4.47: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.64: มากที่สุด)	ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.29: มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน และโรงเรียนรัฐบาล ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือโบรชัวร์ เป็นต้น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน

ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน และโรงเรียนรัฐบาล ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน และโรงเรียนรัฐบาล ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน และโรงเรียนรัฐบาล ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน และโรงเรียนรัฐบาล ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวกรวดเร็ว และไม่ซับซ้อน

และผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเอกชน และโรงเรียนรัฐบาล ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ จำแนกตามแผนการเรียน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	แผนกการเรียน		
	วิทยาศาสตร์	ศิลป์ - คำนวณ	ศิลป์ - ภาษา
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง (4.68: มากที่สุด)	สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ (4.68: มากที่สุด)	สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง (4.64: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น (3.94: มาก)	มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น (3.76: มาก)	มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น (3.96: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) (4.23: มาก)	การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) (4.19: มาก)	การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) (4.21: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบันผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter (4.56: มากที่สุด)	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบันผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter (4.49: มาก)	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบันผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter (4.52: มากที่สุด)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ จำแนกตามแผนการเรียน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	แผนกการเรียน		
	วิทยาศาสตร์	ศิลป์ - คำนวณ	ศิลป์ - ภาษา
ปัจจัยด้านบุคลากร	ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.60: มากที่สุด)	ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.53: มากที่สุด)	ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (4.57: มากทที่สุด)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน (4.54: มากที่สุด)	มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน (4.46: มาก)	มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน (4.45: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.68: มากที่สุด)	ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.57: มากที่สุด)	ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.34: มาก)

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์ และแผนการเรียนศิลป์ - ภาษาให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ในขณะที่ที่เรียนอยู่ในแผนการเรียนศิลป์ – คำนวณ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์ แผนการเรียนศิลป์ – คำนวณ และแผนการเรียนศิลป์ - ภาษาให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่ในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์ แผนการเรียนศิลป์ – คำนวณ และแผนการเรียนศิลป์ - ภาษาให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่แผนการเรียนวิทยาศาสตร์ แผนการเรียนศิลป์ – คำนวณ และแผนการเรียนศิลป์ - ภาษาให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่แผนการเรียนวิทยาศาสตร์ แผนการเรียนศิลป์ – คำนวณให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ในขณะที่แผนการเรียนศิลป์ – ภาษา ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่แผนการเรียนวิทยาศาสตร์ แผนการเรียนศิลป์ – คำนวณ และแผนการเรียนศิลป์ - ภาษาให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน

และผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนอยู่แผนการเรียนวิทยาศาสตร์ แผนการเรียนศิลป์ – คำนวณ และแผนการเรียนศิลป์ - ภาษาให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษานี้ทำให้ผู้ศึกษาทราบส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ทางผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ตามข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การพัฒนาคุณภาพของเนื้อหา วิธีการสอน รูปแบบการเรียนการสอนให้เหมาะสมหรือตรงกับความต้องการของนักเรียนแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของกลุ่มนักเรียนได้ อีกทั้งยังเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โดยผ่านนักเรียน ให้เป็นผู้บอกต่อโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษให้กับกลุ่มเพื่อนนักเรียนด้วยกัน เพิ่มเติมด้วย และ ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรเปิดโอกาสให้นักเรียนสามารถจัดกลุ่มเอง เพื่อเรียนส่วนตัวได้มากขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องเรียนรวมกับกลุ่มใหญ่ที่ทางโรงเรียนจัดไว้ เช่น หลักสูตรภาษาอังกฤษสำหรับการเดินทางและการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนั้น ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ไม่ควรจำกัดเพียงจำนวนขั้นต่ำของแต่ชั้นเรียนของแต่ละหลักสูตร แต่ควรกำหนดจำนวนนักเรียนสูงสุดของแต่ละชั้นเรียนด้วย เช่น ไม่เกิน 10 หรือ 20 คนต่อห้อง เป็นต้น เพื่อให้การเรียนการสอนเกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่นักเรียน อีกด้วย

อย่างไรก็ตามหากผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ต้องการเน้นกลุ่มนักเรียนจากโรงเรียนเอกชน ควรให้ความสำคัญในเรื่อง สถาบันได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ เช่น สถาบันสอนภาษา เอ ยู เอ, บริติช เคานซิล เป็นต้น มีการให้บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ และสถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการของนักเรียน และกำหนดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป รวมถึงสถาบันควรมีอุปกรณ์ และเอกสารประกอบการเรียนการสอนเหมาะสมกับหลักสูตร เช่น หนังสือเรียน ซีดี เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การแสดงราคาของแต่ละหลักสูตรได้อย่างชัดเจน เช่น ในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ เป็นต้น เพื่อให้นักเรียนสามารถนำราคาค่าเรียนไปปรึกษาพ่อ แม่ หรือ ผู้ปกครองได้ และการกำหนดราคาค่าเรียนนั้น ควรคำนึงถึง

ความคุ้มค่าและความเหมาะสมของแต่ละหลักสูตรไม่เอาเปรียบนักเรียนเกินไป และ อาจมีการให้ส่วนลดพิเศษ ในกรณีจ่ายเงินสด โดยมีการแบ่งระดับการให้สิทธิส่วนลดพิเศษกับนักเรียนแต่ละประเภท โดยมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดแก่นักเรียนเรียนที่เคยเรียนกับทางโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ มาแล้ว 1 หลักสูตร จะได้รับส่วนลด 5% แต่หากนักเรียนเรียนที่เคยเรียนกับทางโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ มาแล้ว 2 หลักสูตร จะได้รับส่วนลด 10% เป็นต้น เพื่อเป็นการดึงดูดนักเรียนรายใหม่ และรักษาฐานนักเรียนรายเก่าของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรเน้นเรื่องการสื่อสารการตลาดโดยสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ โดยการชี้ให้ทางพ่อ แม่ หรือ ผู้ปกครองเห็นถึงความคุ้มค่าในเรื่องประโยชน์ทางหน้าที่ (Functional Benefit) ของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ และประโยชน์ทางด้านอารมณ์ (Emotional Benefit) ที่ผู้ปกครองจะได้รับจากการตัดสินใจส่งบุตรหลานมาเรียนที่โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ เช่น บรรยากาศและสถานที่มีความปลอดภัย ชื่อเสียงของโรงเรียน คุณภาพของครูผู้สอน เป็นต้น นอกจากนั้น ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรคำนึงถึงเรื่องการสามารถให้นักเรียนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ หรือ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของทางพ่อ แม่ หรือ ผู้ปกครอง อีกทางหนึ่งด้วย

เนื่องจากปัจจัยด้านราคามีผลต่อนักเรียนจากโรงเรียนรัฐบาลในระดับมาก ดังนั้นหากผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ต้องการเน้นกลุ่มนักเรียนจากโรงเรียนรัฐบาล ควรให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวด และสามารถต่อรองราคาได้อีกด้วย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรให้ความสำคัญในเรื่องการที่นักเรียนสามารถติดต่อกับทางโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษได้อย่างสะดวก อาทิเช่น ควรมีเบอร์โทรศัพท์กลางของโรงเรียน หรือ Call Center ที่สามารถโอนสายไปยังเจ้าหน้าที่ของทางโรงเรียนได้ทันที เพื่อเพิ่มความสะดวกในการติดต่อกับทางโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษให้แก่นักเรียน และ ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรคำนึงถึงเรื่องช่วงเวลาการให้บริการของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษด้วย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เลือกเรียนพิเศษภาษาอังกฤษในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) และ ช่วงเวลา 12:01-16:00 น. เป็นหลัก ดังนั้น ทางผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรจัดตารางเรียนหรือ เปิดชั้นเรียน/หลักสูตร ในช่วงเวลาดังกล่าวมากเป็นพิเศษกว่าในช่วงเวลาอื่นด้วย นอกจากนั้น ทางผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรมีเว็บไซต์ของโรงเรียนอย่างเป็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทางการและให้รายละเอียดของหลักสูตร ตารางการเรียน การสอน รวมถึงราคาค่าเรียนของแต่ละหลักสูตรให้มีความชัดเจนในเว็บไซต์ของโรงเรียนอีกด้วย

อย่างไรก็ตามหากผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ต้องการเน้นกลุ่มนักเรียนจากโรงเรียนเอกชน ควรให้ความสำคัญในเรื่อง สถานที่ตั้งของสถาบันควรอยู่ในแหล่งชุมชน หรือย่านการค้า อยู่ติดถนนใหญ่ มีทางเข้าออกสะดวก และมีช่องทางให้ติดต่อกับทางสถาบันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างได้สะดวก อีกทั้งสถาบันควรมีจำนวนสาขาเพียงพอต่อการให้บริการอีกด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรให้ความสำคัญในเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น โดยจัดทำ Facebook ของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษอย่างเป็นทางการ เพื่อให้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ กับนักเรียนได้โดยตรง และทางโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ยังสามารถสื่อสารทางการตลาด เช่น ข่าวสารการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆของโรงเรียน หรือ การเปิดหลักสูตรใหม่ของโรงเรียน เป็นต้น ให้แก่นักเรียนได้โดยตรงด้วย และ ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรคำนึงถึงเรื่องการส่งเสริมการขายของทางโรงเรียน หากมีนักเรียนลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน โดยการกำหนดส่วนลดให้ชัดเจน เช่น หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกัน ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป จะได้ส่วนลด 10% เป็นต้น นอกจากนั้น ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรมีการโฆษณาโรงเรียนผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ด้วย อาทิเช่น ใบปลิว แผ่นพับ ป้ายโฆษณา เป็นต้น เพื่อเป็นการแนะนำโรงเรียนและหลักสูตร อีกทั้งยังเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

อย่างไรก็ตามหากผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ต้องการเน้นกลุ่มนักเรียนจากโรงเรียนเอกชน ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter เป็นหลัก แต่หากต้องการเน้นกลุ่มนักเรียนจากโรงเรียนรัฐบาล ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไป เพิ่มเติมอีกด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรให้ความสำคัญในเรื่องการคัดเลือกครูผู้สอนที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักเรียน มีความรู้ความสามารถในด้านภาษาอย่างแท้จริง และมีประสบการณ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในการสอน จะส่งผลทำให้นักเรียนสามารถเข้าใจเนื้อหาของหลักสูตรได้ง่ายยิ่งขึ้น และครูผู้สอนควรมีคุณสมบัติที่พร้อมจะเป็นผู้ให้ความรู้กับนักเรียนอย่างแท้จริง ควรมีเอกสาร หรืออุปกรณ์ช่วยสอนเพื่อให้นักเรียนเข้าใจบทเรียนได้ง่ายยิ่งขึ้นด้วย นอกจากนั้น ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษควรสรรหาอาจารย์ที่สามารถสร้าง ชื่อเสียง และเสมือนเป็นตัวแทนหรือผู้ส่งเสริมการตลาดให้กับโรงเรียนได้ และอาจจะมีการวางแผนให้อาจารย์มาเป็นหนึ่งในหุ้นส่วนทางธุรกิจกับทางโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษต่อไปในอนาคตด้วย อย่างไรก็ตาม บุคลากรที่ทางโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษควรให้ความสำคัญอีกกลุ่ม ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการ ซึ่งเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษจะต้องมีใจรักในการให้บริการ (Service Mind) ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีความรู้เกี่ยวกับหลักสูตรและสามารถตอบข้อซักถามของนักเรียน หรือ ผู้ปกครองได้เป็นอย่างดี อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านความรู้ และความสามารถความชำนาญของครูผู้สอนยังเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการเลือกเรียนโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ดังนั้นผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรใส่ใจในคุณภาพของครูผู้สอน เพิ่มมากขึ้น ไม่ใช่สนใจเพียงการสรรหา ครูผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษา อาทิเช่น อาจารย์ชาวอังกฤษ หรือ อเมริกัน เพียงอย่างเดียว แต่ต้องประเมินคุณภาพการสอนด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ในระดับมาก ดังนั้น เมื่อมีนักเรียนตัดสินใจเข้ามาเรียนแล้ว (เสมือนเป็นปัจจัยนำเข้า หรือ Input) ขั้นต่อมาคือกระบวนการให้บริการ (Process) ถือว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้ทั้งนักเรียนและโรงเรียน ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรทำการพัฒนาคุณภาพและรักษามาตรฐานของกระบวนการให้บริการไว้ เพื่อให้นักเรียนที่สำเร็จตามหลักสูตร (Output) มีความรู้ในภาษาอังกฤษตามมาตรฐานที่โรงเรียนได้กำหนดไว้ โดยขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนถือเป็นส่วนสำคัญที่ทางผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรให้ความสำคัญ และควรมีการจัดการลงทะเบียนที่ไม่ยุ่งยากนัก เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักเรียนได้อย่างรวดเร็ว ถือเป็นการสร้างความประทับใจต่อนักเรียนที่มาสมัครเรียนกับโรงเรียนเป็นครั้งแรก นอกจากนั้น ในกรณีมีนักเรียนที่ยังไม่เข้าใจเนื้อหาที่เรียน ควรมีการสอนเสริมเพิ่มเติม หรือ ให้นักเรียนไปเรียนเพิ่มได้ในคลาสอื่น โดยไม่มีการคิดค่าใช้จ่ายเพิ่ม อีกทั้ง ควรมีระบบการชดเชยเวลาเรียนที่เป็นธรรม หากนักเรียนหรือผู้สอนไม่ว่าง ด้วย และเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทางโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรมีตู้รับความคิดเห็นไว้ในบริเวณโรงเรียน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สอนภาษาอังกฤษด้วยเพื่อนำความคิดเห็นเหล่านั้นมาปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นไป อีกทั้งทางสถาบันควรเปิดห้องเรียนให้มองเห็นได้อย่างโปร่งใส เช่น ทำเป็นห้องกระจก เป็นต้น อีกด้วย

อย่างไรก็ตามหากผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ต้องการเน้นกลุ่มนักเรียนจากโรงเรียนเอกชน ควรให้ความสำคัญในเรื่องการส่งอีเมล์ หรือ โทรศัพท์ เตือนนักเรียน เมื่อถึงกำหนดเวลาเรียนหรือเปิดหลักสูตร เพื่อให้สถาบันสามารถติดต่อกับทางนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรให้ความสำคัญในเรื่องการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของห้องเรียนที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้นักเรียนสามารถมีสมาธิในการเรียนได้ดียิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรพิจารณาจัดสภาพบรรยากาศให้เหมาะสมต่อการเรียนโดยปรับปรุง ห้องเรียนให้มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก มีเครื่องปรับอากาศที่อำนวยความสะดวกให้กับนักเรียนอย่างเพียงพอ และควรเน้นความสะอาดทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน ควรจัดเพิ่มเก้าอี้ ม้านั่งให้ลูกค้าได้นั่งพักผ่อน ขณะรอเรียน เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งความจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นไว้บริการด้วย เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม หรือ ร้านสแน็คบาร์ (Snack Bar) เป็นต้น รวมถึงโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ควรรักษาความสะอาดของห้องน้ำและควรมีไว้ให้เพียงพอกับการใช้บริการของนักเรียน อีกด้วย

อย่างไรก็ตามหากผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ต้องการเน้นกลุ่มนักเรียนจากโรงเรียนเอกชน ควรให้ความสำคัญในเรื่อง โต๊ะ และเก้าอี้เรียน มีความเหมาะสมต่อการนั่งเรียน (สะดวกสบาย) ห้องเรียนมีขนาดเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ และสถานที่ของสถาบันโดยรวมทั้งในและนอกห้องเรียนสะอาด รวมถึงสถาบันมีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อการให้บริการกับนักเรียน อีกด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved