

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนสอน  
ภาษาอังกฤษ กรณีศึกษา : ออสเตรเลียเซ็นเตอร์ เชียงใหม่

**ผู้เขียน** วรุมดี อินตะแสน

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการ ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชชานติ ประธานกรรมการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์ กรรมการ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ :  
กรณีศึกษา ออสเตรเลียเซ็นเตอร์ เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักเรียน  
ต่อบริการของออสเตรเลียเซ็นเตอร์เชียงใหม่

ทำการศึกษาจากกลุ่มประชากรทั้งหมดที่กำลังเรียนอยู่ที่ ออสเตรเลียเซ็นเตอร์ เชียงใหม่  
ระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2547 จำนวน 100 คน โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม  
และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20 – 25 ปี สำเร็จการศึกษา  
สูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ระยะทาง  
ระหว่างบ้านกับออสเตรเลียเซ็นเตอร์เชียงใหม่ 4 – 10 กิโลเมตร หลักสูตรที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
นิยมเรียนมากที่สุดคือหลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป หลักสูตรเตรียมสอบ IELTS และหลักสูตร  
ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากตัดสินใจที่จะลงทะเบียนเรียน  
ในเทอมต่อไป และจะแนะนำญาติและคนรู้จักมาเรียนที่ออสเตรเลียเซ็นเตอร์ เชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของออสเตรเลียเซ็นเตอร์ เชียงใหม่เกือบทุกด้าน โดยมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง  
การตลาดบริการของออสเตรเลียเซ็นเตอร์ เชียงใหม่ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เป็นลำดับแรก  
รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการบริการ และด้านผลิตภัณฑ์บริการ

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา  
ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่พึงพอใจ ต่อ  
ปัจจัยย่อยบางปัจจัยได้แก่

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมี  
ช่องทางที่ให้ติดต่อผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ ได้สะดวกเหมือนติดต่อที่โรงเรียน และด้านการ  
มีช่องทางที่สามารถให้นักเรียนหรือผู้ที่สนใจติดต่อกับโรงเรียนได้สะดวกโดยไม่ต้องจำกัดเวลา

ด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีวิธีชำระเงินที่สะดวกและ  
สามารถชำระได้หลายรูปแบบ เช่น ชำระผ่านธนาคาร ชำระด้วยบัตรเครดิต และด้านค่าเรียนแพง  
กว่าโรงเรียนสอนภาษาอื่นๆ

ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีของ  
สมนาคุณหรือตอบแทนผู้เรียนในรูปแบบต่างๆ เช่น กระเป๋า เสื้อยืด และด้านมีการทดลองเรียน

ด้านลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน มีการ  
ตกแต่งสถานที่ที่ทันสมัย

**Independent Study Title**      Students' Satisfaction Toward Service of English Language Schools:  
Case Study of Australia Centre Chiang Mai

**Author**                              Miss Warumdee Intahsaen

**Degree**                                Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Associate Professor Sirikiat Rutchusanti                              Chairperson

Assistant Professor Orachorn Maneesong                              Member

### ABSTRACT

This study aimed to determine customer satisfaction towards the services of Australia Center, Chiang Mai.

Data was collected from 100 customers of Australia Center during January-February 2004 using questionnaires. The data was then analyzed using frequency, percentage and means.

The results indicated that most respondents were female students with undergraduate education, 20-25 years of age, having monthly income below THB 5,000. Their residences were 4-10 kilometers away from Australia Center. For the respondents, courses in high demand were General English, IELTS Preparation, and English for Academic Purposes, respectively. Most respondents decided to continue studying in the next term, and they would recommend Australia Center, Chiang Mai, to their relatives and friends.

The study found that respondents were satisfied with overall service marketing mix of Australia Center in most aspects as follow: the service personnel, service process, and product offering.

For the service marketing mix, i.e. distribution channel, pricing, promotion, and physical evidence, the respondents were not satisfied. However, when specific aspects were considered, respondents were satisfied with most aspects except the following.

For distribution channel, respondents were not satisfied with the aspect of online communication, which was not as convenient as direct contact with the school or other options for unrestricted customer contact with the school.

For price, respondents were not satisfied with the aspects of convenience of payment; payment methods e.g. via bank counter, credit card; and that tuition fees were higher than competitors' offerings.

For promotion, respondents were not satisfied with the aspects of complimentary promotional items given to customers, e.g. bag, T-shirt, and free trials.

For physical evidence, respondents were not satisfied with the aspect of stylish interior decoration.