

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยที่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในปี 2551 เพียงร้อยละ 2.6 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี, 2551) แต่ธุรกิจภาคการศึกษาซึ่งมีมูลค่าราว 8,000 ล้านบาท ยังคงเติบโตสวนกระแสเศรษฐกิจ และมีแนวโน้มการเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ (โพสต์ทูเดย์, กุมภาพันธ์ 2552) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจสอนภาษาอังกฤษซึ่งยังคงมีการแข่งขันสูง มีคู่แข่งรายใหม่ทยอยเข้าสู่ตลาด เนื่องจากประเทศไทยเป็นตลาดที่ไม่ใหญ่มาก ดังนั้นความต้องการในการเรียนภาษาอังกฤษจึงยังไม่อิ่มตัว ถึงแม้ในช่วงนี้จะไม่ใช่ยุคทองของโรงเรียนหรือสถาบันสอนภาษาเหมือนเมื่อ 4-5 ปีที่ผ่านมา แต่การแข่งขันด้านการเรียนภาษาก็ยังคงสูงอยู่มีโรงเรียนและสถาบันใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา (บิสิเนสไทย, 2550 : ออนไลน์)

โดยเหตุดังกล่าวจึงทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจสอนภาษาอังกฤษซึ่งจำแนกเป็นสถาบันสอนภาษาอังกฤษ และ สถาบันกวดวิชาเพื่อการสอบข้อสอบภาษาอังกฤษมาตรฐาน ข้อแตกต่างระหว่างสถาบันสอนภาษาอังกฤษ และสถาบันกวดวิชาเพื่อการสอบข้อสอบภาษาอังกฤษมาตรฐาน คือ สถาบันสอนภาษาอังกฤษ เป็นโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ทั้งการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน วัตถุประสงค์หลักคือการทำให้ผู้เรียนมีพื้นฐาน หรือมีการเพิ่มพูนความรู้ภาษาอังกฤษที่ดีขึ้น หลักสูตรที่เปิดสอนส่วนใหญ่ได้แก่หลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป การสนทนา การเขียน เป็นต้น ในขณะที่สถาบันกวดวิชาเพื่อการสอบข้อสอบภาษาอังกฤษมาตรฐาน จะดำเนินการในรูปแบบของการกวดวิชาเตรียมความพร้อมแก่ผู้เรียนเพื่อการสอบข้อสอบภาษาอังกฤษมาตรฐาน อาทิ TOEFL, TOEIC, GRE, GMAT, SAT และ IELTS เพื่อให้ได้ตามเกณฑ์ที่สถาบันกำหนด (สัมภาษณ์ สุพัตรา หงส์หิรัญ: 18 มกราคม 2552) โดยทั่วไปสถาบันสอนภาษาอังกฤษจะแบ่งกลุ่มผู้เรียนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเด็ก ซึ่งมีอายุระหว่าง 5 ถึง 15 ปี และกลุ่มผู้ใหญ่ คือผู้ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป (สัมภาษณ์ สุพัตรา หงส์หิรัญ: 12 มิถุนายน 2552)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจเป็นอันดับสองของประเทศไทยรองจากกรุงเทพมหานคร มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงสุดในภาคเหนือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2550 มีมูลค่า 120,972 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.39 ของ GDP ของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี,

2551) รายได้ต่อคนต่อปี 74,524 บาท และมีประชากรในเขตอำเภอเมืองจำนวน 148,310 คน (งานทะเบียนราษฎร ฝ่ายปกครอง สำนักปลัดเทศบาล จังหวัดเชียงใหม่, เมษายน 2551) จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นศูนย์กลางการศึกษาในเขตภาคเหนือ โดยภาคการศึกษามีมูลค่า 12,310 ล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2551) ซึ่งในช่วงระหว่างปี 2550 ถึง 2551 จังหวัดเชียงใหม่มีสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่จดทะเบียนจำนวน 13 แห่ง มีจำนวนผู้เรียนทั้งหมด ประมาณ 1,300 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงใหม่เขต 1 จังหวัดเชียงใหม่, 2551) ธุรกิจสถาบันสอนภาษาในจังหวัดเชียงใหม่มีสภาพการแข่งขันสูงมาก ระหว่างปี 2549 ถึงปัจจุบัน มีสถาบันสอนภาษาเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก คาดว่าในปี 2552 จะมีสถาบันสอนภาษาขนาดใหญ่จากส่วนกลางขยายสาขามายังหัวเมืองสำคัญในต่างจังหวัด ซึ่งรวมถึงจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยปัจจัยประการหนึ่งซึ่งทำให้สถาบันสอนภาษาอังกฤษเพิ่มจำนวนมากขึ้นเนื่องจากสภาพปัญหาเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงาน ทำให้คนต้องพัฒนาตนเองด้านภาษาต่างประเทศ คนตกงานก็จะใช้เวลาว่างในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม (สมาร์ทอิงลิช, 2551) อย่างไรก็ตามปัญหาที่ทุกสถาบันประสบคือ ลูกค้าย่ำแย่ไม่ลงทะเบียนเรียนต่อในเทอมถัดไป ทำให้บางเทอมจำนวนผู้เรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ปัญหาต่อเนื่องคือสถาบันจำเป็นต้องใช้งบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นเพื่อหานักเรียนใหม่ (สัมภาษณ์ สุพัตรา หงส์หิรัญ: 18 มกราคม 2552) ดังนั้นหากทางสถาบันสามารถประเมินจำนวนนักเรียนที่จะลงทะเบียนเรียนต่อในเทอมถัดไปได้ ก็จะทำให้การกำหนดแผนและงบประมาณทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงผลของการศึกษาจักได้นำมาปรับกลยุทธ์การตลาดของสถาบันสอนภาษา ภาษาอังกฤษในจังหวัดเชียงใหม่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการสถาบันสอนภาษาอังกฤษ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ บุคลากรผู้ให้บริการ และการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่

สถาบันสอนภาษาอังกฤษ หมายถึง โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษที่เปิดสอนภาษาอังกฤษในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ให้กับผู้เรียน ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ทั้งหมด 13 แห่ง (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงใหม่เขต 1 จังหวัดเชียงใหม่, 2551) ได้แก่ สถาบันสอนภาษา เอ ยู เอ, อี เอฟ แอล, ลอนดอนเฮ้าส์, สถาบันสอนภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บริติช เคานซิล เชียงใหม่, โรงเรียนสอนภาษาและคอมพิวเตอร์เกียรติพัฒนา (CEC), อีซีซี, แลงเกวช คอร์สนเนอร์, อีเอฟอี, บ้านภาษา เอ็น อี เอส, อีเอฟ อิงลิช เฟริส, โรงเรียนการสื่อสารภาษา เชียงใหม่ (Direct English) และ จี อิงลิช อะคาเดมี่

หลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ หมายถึง การเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อเพิ่มพูน ฝึกฝน ความรู้ความสามารถให้มากขึ้น ทั้งด้านการฟัง พูด อ่าน และ เขียน เพื่อให้ผู้เรียนมีพื้นฐานภาษาอังกฤษที่ดีขึ้น เช่น หลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป การสนทนา การเขียน เป็นต้น ซึ่งไม่รวมหลักสูตรติวเพื่อสอบ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้เรียนที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป และลงทะเบียนเรียนกับสถาบันสอนภาษาอังกฤษเป็นครั้งที่สอง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ผู้บริโภคที่ลงทะเบียนเรียนต่อกับสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่เรียนอยู่ ณ ปัจจุบันนั้น และผู้บริโภคที่ไม่ลงทะเบียนเรียนต่อกับสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่เดิมแต่ได้เปลี่ยนไปลงทะเบียนเรียนต่อกับสถาบันสอนภาษาอังกฤษอื่นในเทอมถัดไป

การเลือกเรียน หมายถึง การลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไปกับสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่ใดที่หนึ่งในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท กล่าวคือ ลงทะเบียนเรียนต่อกับสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่เรียนอยู่ ณ ปัจจุบันนั้น และ เปลี่ยนไปลงทะเบียนเรียนต่อกับสถาบันสอนภาษาอังกฤษอื่น ในเทอมถัดไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved