

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปี 2554 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกในระดับทวิภาคีระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ 1,759,048 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการนำเข้าและส่งออกของประเทศไทยทั้งหมดที่ 13,870,191 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่ามูลค่าการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนนั้นมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 12.68 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2554) นอกจากสัดส่วนมูลค่าการค้าที่อยู่ในระดับสูงแล้ว ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนยังเป็นตลาดส่งออกสินค้าที่ใหญ่ที่สุดและเป็นแหล่งนำเข้าสินค้าซึ่งใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศไทยอีกด้วย ประกอบกับมูลค่าการค้าในระดับทวิภาคีที่มีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตจากการได้รับประโยชน์จากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย-จีน และการพัฒนาโครงข่ายในการคมนาคมให้มีความเชื่อมโยงและร่นระยะเวลาในการขนส่งให้สั้นลง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดการค้าที่จะทวีความสำคัญขึ้นอีกในอนาคตสำหรับประเทศไทย

จากความสำคัญและแนวโน้มดังกล่าวเป็นสาเหตุให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ภาษาจีนมากขึ้น โดยเฉพาะภาษาจีนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า ทั้งนี้เพื่อให้สามารถรองรับการเติบโตของมูลค่าการค้ากับคู่ค้าชาวจีนที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจของไทยต่างมีความต้องการบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านภาษาจีนเพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจแก่คู่ค้าชาวจีน

นอกจากการเห็นความสำคัญถึงบุคลากรที่มีความสามารถในการใช้ภาษาจีนในภาคธุรกิจแล้ว ในภาคการศึกษาผู้ปกครองในปัจจุบันที่มีค่านิยมในการเสริมสร้างความรู้ให้กับบุตรหลานเพิ่มเติมจากการศึกษาในระบบของโรงเรียนโดยเฉพาะในด้านภาษา ภาษาจีนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ปกครองซึ่งเล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าวข้างต้น นอกจากนั้นการที่ประเทศไทยยังมีเด็กไทยเชื้อสายจีนเป็นจำนวนมาก แต่ยังพูดภาษาจีนไม่ได้เนื่องจากประเทศไทยใช้ภาษาไทยเป็นภาษาราชการ เด็กไทยเชื้อสายจีนกลุ่มดังกล่าวจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มที่มีความสนใจที่จะเรียนรู้ภาษาจีนเพื่อที่จะสามารถนำมาใช้สืบทอดกิจการการค้าของครอบครัวต่อไป

แม้ว่าในปัจจุบันสถาบันการศึกษาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในระดับโรงเรียน วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ต่างตระหนักถึงความสำคัญและความต้องการที่เพิ่มขึ้นของบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาจีนในการติดต่อสื่อสารได้ จึงได้จัดให้มีการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน อย่างไรก็ตามการจัดการเรียนการสอนในระบบยังคงไม่มีเพียงพอต่อความต้องการและไม่ตรงกับความต้องการที่จะให้การเรียนรู้ภาษาจีนเป็นทักษะเสริมเพิ่มเติมจากการเรียนในวิชาชีพหลัก โรงเรียนสอนภาษาจีนจึงเป็นที่ต้องการมากขึ้น

เขตลาดกระบัง เป็นเขตการปกครองที่มีพื้นที่มากที่สุดเป็นอันดับที่ 2 ของกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยเขตนิคมอุตสาหกรรมทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของพื้นที่ มีการก่อตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร.2550:12-14) มีการว่าจ้างงานในหลายอัตรา และต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการติดต่อค้าขายจำนวนมาก (รายงานประจำปี เขตลาดกระบัง. 2551:8) ประกอบกับในพื้นที่เขตลาดกระบังมีโรงเรียนเป็นจำนวนมาก ได้แก่ โรงเรียนเทพศิรินทร์ร่มเกล้า โรงเรียนพรตพิทยพยัต โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภช เป็นต้น และในเขตพื้นที่ลาดกระบังและบริเวณโดยรอบ ได้แก่ เขตอ่อนนุช เขตมีนบุรี เขตสุวินทวงศ์ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาจีน (WANG KAWALIN: JAPANESE AND CHINESE SUVARNABHUMI SHOOL) ระบุว่านักเรียนที่ให้ความสนใจเรียนภาษาจีนเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นในปัจจุบันนักเรียนส่วนหนึ่งที่อาศัยในเขตดังกล่าวยังต้องเดินทางไปเรียนในโรงเรียนสอนภาษาจีนนอกเขตส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายและเสียเวลาในการเดินทาง จากเหตุผลดังกล่าวเขตลาดกระบังจึงเป็นเขตที่มีศักยภาพสำหรับการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาจีนเป็นอย่างมาก

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากผู้ปกครองเป็นผู้ที่จะคัดเลือกโรงเรียนสอนภาษาจีนให้แก่บุตรหลานได้เล่าเรียน เพื่อให้ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบังสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาการให้บริการจัดการเรียนการสอนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

นิยามศัพท์

ความคาดหวัง หมายถึง ความคิดเห็นหรือสิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้น หรือเป็นความต้องการที่จะดำเนินการไปให้ถึงเป้าหมาย ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คาดหวังนั้นอาจจะเป็นไปได้ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ในที่นี้หมายถึง ความคิดเห็นหรือสิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ของผู้ปกครองของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ทั้งที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการที่มีต่อโรงเรียนสอนภาษาจีน

ผู้ปกครอง หมายถึง ผู้ปกครองของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ทั้งที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน

โรงเรียนสอนภาษาจีน หมายถึง โรงเรียนที่เปิดให้บริการการสอนภาษาจีน ในที่นี้หมายถึง โรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การจัดกิจกรรมหลักที่สำคัญทางการตลาด 7 อย่าง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเรียกย่อ ๆ ว่า 7 Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการให้บริการ (Process)