

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คื ผู้ปกครองของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาทั้งที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อย่างละ 100 คน จำนวนทั้งหมด 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 51 - 60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีทั้งที่เคยและไม่เคยใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีนจำนวนเท่ากัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ระดับความคาดหวังส่วนประสมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อบ้างจ้ยส่วนประสมการตลาดของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากทุกด้านเรียงลำดับคือ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.73 ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย 3.71 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.60 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.58 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ ความสม่ำเสมอด้านคุณภาพการเรียนการสอน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมา ได้แก่ ความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนกับเนื้อหาที่เรียน และมีหลักสูตรให้เลือกเรียนหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.67 คุณภาพการเสริมความรู้และทักษะทางภาษาจีนให้กับนักเรียน ค่าเฉลี่ย 3.67 คุณภาพการเสริมความรู้และทักษะทางภาษาจีนให้กับนักเรียน มีค่าเฉลี่ย 3.65 วันและเวลาในการเรียนมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้เรียน มีค่าเฉลี่ย 3.55 มีเอกสารและแบบฝึกหัดมอบให้นักเรียนไปทบทวน มีค่าเฉลี่ย 3.54 และปัจจัยย่อยที่ให้ความคาดหวังในระดับปานกลาง คือชื่อเสียงของโรงเรียนสอนภาษามีชื่อเสียงดี มีค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อบัณฑิตด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ย 3.58 โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังอันดับแรกได้แก่ ค่าเล่าเรียนเป็นลักษณะเหมาจ่ายไม่เก็บค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมา ได้แก่ ราคาค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.60 ระดับค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับสถาบันอื่นๆ ที่ให้บริการคล้ายคลึงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.57 และระยะเวลาในการชำระค่าเล่าเรียน มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อบัณฑิตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ย 3.73 โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังอันดับแรกได้แก่ สถานที่กว้างขวางสะอาดและมีแสงสว่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมา ได้แก่ มีช่องทางติดต่อที่สะดวก เช่น โทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ความพร้อมและทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์การเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ย 3.78 ความกว้างขวางและสะดวกสบายของห้องเรียน มีค่าเฉลี่ย 3.71 มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ปกครอง มีค่าเฉลี่ย 3.66 และสถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในย่านชุมชนสะดวกสำหรับติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อบัณฑิตโดยรวมในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46 โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดค่าเรียนถ้าเรียนหลายหลักสูตร มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมา ในระดับปานกลาง ได้แก่ ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม มีค่าเฉลี่ย 3.59 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย 3.49 มีการวางแผนการแนะนำการเรียนการสอนในสถานที่ต่างๆมีค่าเฉลี่ย 3.46 มีพนักงานแจกแผ่นพับแนะนำประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.31 และการออกบูธตามงานต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.28 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ย 3.84 โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังอันดับแรก ได้แก่ ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ได้แก่ ผู้สอนมีความกระตือรือร้นในการสอน มีค่าเฉลี่ย 3.85 ผู้สอนมีจำนวนเพียงพอต่อการบริการการเรียนการสอนและผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.81 ผู้สอนเข้าใจถึงความต้องการผู้เรียนได้ดี มีค่าเฉลี่ย 3.80 และผู้สอนมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ย 3.71 โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังอันดับแรก ได้แก่ จุดให้บริการผู้ปกครองและนักเรียนอยู่ในจุดที่ให้บริการได้ทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมา ได้แก่ บรรยากาศที่อบอุ่นในการต้อนรับนักเรียนและผู้ปกครองมีค่าเฉลี่ย 3.76 สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปเหมาะสมต่อบรรยากาศการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ย 3.72 สถานที่โอเอียงทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.63 และความเป็นเอกลักษณ์ของการตกแต่งภายในอาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ย 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังอันดับแรก ได้แก่ การรักษาเวลาและการตรงต่อเวลาในการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา ได้แก่ มีการปรับปรุงเทคนิคการสอนให้เหมาะสมกับนักเรียน มีค่าเฉลี่ย 3.86 มีการชี้แจงขั้นตอนการเรียนการสอนอย่างชัดเจนและมีการแจ้งตารางการเรียนการสอนแก่นักเรียน มีค่าเฉลี่ย 3.81 วิธีการชำระค่าเล่าเรียนที่สะดวกหลายช่องทาง เช่น ที่สำนักงาน ชำระผ่านธนาคาร ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 3.77 และขั้นตอนการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ระดับความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ลักษณะส่วนบุคคล

จากการศึกษาเปรียบเทียบ ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีน จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.71) ในทุกปัจจัยย่อย โดยให้ความคาดหวังระดับมาก กับด้านกระบวนการและคาดหวังระดับมากในเรื่อง การรักษาเวลาและการตรงต่อเวลาในการเรียนการสอนและมีการปรับปรุงเทคนิคการสอนให้เหมาะสมกับนักเรียนเป็นอันดับ

แรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.66) โดยมีความคาดหวังระดับมาก กับด้านบุคลากร และคาดหวังระดับมากในเรื่อง ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดี เป็นอันดับแรก

ส่วนการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีน จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 50 ปี มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.16) ในทุกปัจจัยย่อย โดยมีความคาดหวังระดับมาก กับด้านบุคลากร และคาดหวังระดับมากในเรื่อง ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดี เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (3.54) โดยให้ความคาดหวังระดับมากกับด้านกระบวนการ และคาดหวังระดับมากในเรื่อง การรักษาเวลาและการตรงต่อเวลาในการเรียนการสอน เป็นอันดับแรก

ส่วนการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.22) โดยมีความคาดหวังระดับมาก กับด้านบุคลากร และคาดหวังระดับมากในเรื่อง ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดี เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคาดหวังระดับมาก กับด้านกระบวนการ และคาดหวังระดับมากในเรื่อง การรักษาเวลาและการตรงต่อเวลาในการเรียนการสอนเป็นอันดับแรก

การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีน จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกสาขาอาชีพ มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังระดับมาก กับด้านบุคลากรและด้านกระบวนการและคาดหวังระดับมากในเรื่อง ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดีและการรักษาเวลาและการตรงต่อเวลาในการเรียนการสอนและมีการปรับปรุงเทคนิคการสอนให้เหมาะสมกับนักเรียนเป็นอันดับแรก

การศึกษาเปรียบเทียบ ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่รายได้

เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.99) ในทุกปัจจัยย่อย โดยมีความคาดหวังระดับมาก กับด้านกระบวนการ และคาดหวังระดับมากในเรื่อง มีการแจ้งตารางการเรียนการสอนแก่นักเรียนเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001– 30,000 บาท มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.15) ในทุกปัจจัยย่อย โดยมีความคาดหวังระดับมาก กับด้านบุคลากร และคาดหวังระดับมากในเรื่อง ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดีเป็นอันดับแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง (3.47) โดยมีความคาดหวังระดับมาก กับด้านบุคลากร และคาดหวังระดับมากในเรื่อง ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดีเป็นอันดับแรก

การศึกษาเปรียบเทียบ ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีน จำแนกตามประสบการณ์การใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.59) โดยมีความคาดหวังระดับมาก กับด้านกระบวนการและคาดหวังระดับมากในเรื่อง มีการปรับปรุงเทคนิคการสอนให้เหมาะสมกับนักเรียนเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.76) ในทุกปัจจัยย่อย โดยมีความคาดหวังระดับมาก กับด้านบุคลากร และคาดหวังระดับมากในเรื่อง ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดีเป็นอันดับแรก

ส่วนที่ 4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เรียงตามลำดับดังนี้ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสม เช่น ห้องน้ำ น้ำดื่ม สถานที่พักผ่อนหย่อนใจแก่ผู้ปกครอง มีมุมหนังสือ ทิวทัศน์ เป็นต้น รองลงมา ได้แก่ ควรมีส่วนลดพิเศษกรณีเป็นลูกค้าเดิมหรือเรียนหลายหลักสูตร และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกปลอดภัยมีหลังคา ควรมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่หลากหลายเช่นภาษาจีนเพื่อธุรกิจ ฯลฯ และค่าเล่าเรียนสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ซึ่งสามารถอธิบายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้คือ ระดับมาก ด้านบุคลากร รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และระดับปานกลางได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอัฐกร แผ่นทอง (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชานักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ “มาก” เกือบทุกปัจจัย ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด และสอดคล้องกับการศึกษาของชนิดา สมวานิช (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับสำคัญปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชานักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของจันทนา สุวรรณดुक (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลาน

เข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชนมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีระดับความต้องการอยู่ในเกณฑ์มาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก โดยคาดหวังในเรื่องความสม่ำเสมอด้านคุณภาพการเรียนการสอนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนเป็นอันดับแรก

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก ในทุกปัจจัยย่อย โดยคาดหวังในเรื่องค่าเล่าเรียนเป็นลักษณะเหมาจ่ายไม่เก็บค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน เป็นอันดับแรกและไม่สอดคล้องกับการศึกษาของของชนิดา สมวานิช (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านราคาในปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ด้านราคาค่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับคุณภาพการสอนเป็นอันดับแรก

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก ในทุกปัจจัยย่อย โดยคาดหวังในเรื่อง สถานที่ที่กว้างขวางสะอาดและมีแสงสว่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่าในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาสะดวกในการเดินทางไปเรียนเป็นอันดับแรก

ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลางโดยคาดหวังในเรื่องการส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดค่าเรียนถ้าเรียนหลายหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ในจังหวัดน่าน พบว่าในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการแจกตำราเรียนหรืออุปกรณ์การเรียนโดยไม่คิดมูลค่า เป็นอันดับแรกและไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอัฐกร แผ่นทอง (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลการศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยมีความคาดหวังในเรื่องผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชนิดา สมวานิช (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านบุคคลในปัจจัยย่อยด้านครูผู้สอนมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจได้ดีมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น ในระดับที่สำคัญมาก และสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) ของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546) ในส่วนของความสามารถ (Competence) ซึ่งบุคลากรที่ให้บริการต้องมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยมีความคาดหวังในเรื่อง จุดให้บริการผู้ปกครองและนักเรียนอยู่ในจุดที่ให้บริการได้ทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่พบว่า ในปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ เป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชนิดา สมวานิช (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในปัจจัยย่อยด้านมีเอกสารประกอบการเรียนที่เหมาะสมกับหลักสูตร มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น ในระดับที่สำคัญมาก เป็นอันดับแรก

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยมีความคาดหวังในเรื่อง การรักษาเวลาและการตรงต่อเวลาในการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชนิดา สมวานิช (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอน

ภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ในปัจจัยย่อยด้านมีขั้นตอนการสมัครเรียนที่สะดวกและรวดเร็ว มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น ในระดับที่สำคัญมาก เป็นอันดับแรก

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครมีข้อค้นพบจากการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. พบว่าลูกค้ายึดความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาส่วนประสมการตลาดที่ลูกค้ายึดความคาดหวังสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ด้านบุคลากร รองลงมา ได้แก่ ด้านกระบวนการ
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมากในปัจจัยย่อย เรื่อง ความสม่ำเสมอด้านคุณภาพการเรียนการสอนเป็นอันดับแรก
3. ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก ในปัจจัยย่อย เรื่อง ค่าเล่าเรียนเป็นลักษณะเหมาะสมไม่เก็บค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติมเป็นอันดับแรก
4. ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก ในปัจจัยย่อย เรื่อง สถานที่กว้างขวางสะอาดและมีแสงสว่างเพียงพอเป็นอันดับแรก
5. ปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก ในปัจจัยย่อย เรื่อง การส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดค่าเรียนถ้าเรียนหลายหลักสูตรเป็นอันดับแรก
6. ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก ในปัจจัยย่อย เรื่อง ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดีเป็นอันดับแรก
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก ในปัจจัยย่อย เรื่อง จุดให้บริการผู้ปกครองและนักเรียนอยู่ในจุดที่ให้บริการได้ทั่วถึงเป็นอันดับแรก
8. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก ในปัจจัยย่อย เรื่อง การรักษาเวลาและการตรงต่อเวลาในการเรียนการสอนเป็นอันดับแรก

9. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด
ต่อปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านการบริการ

10. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะดังนี้

- 10.1 ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมเช่นห้องน้ำ น้ำดื่ม สถานที่พักผ่อน
หย่อนใจแก่ผู้ปกครอง มีมุมหนังสือและทีวี
- 10.2 ควรมีส่วนลดพิเศษกรณีเป็นลูกค้าเดิมหรือเรียนหลายหลักสูตร
- 10.3 มีสถานที่จอดรถที่สะดวกปลอดภัยมีหลังคา
- 10.4 ควรมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่หลากหลายเช่นภาษาจีนเพื่อธุรกิจ ฯลฯ
- 10.5 ค่าเล่าเรียนสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความคาดหวังของผู้ปกครองต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของ
โรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่สามารถนำมา
เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามาก
ขึ้น ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังระดับมากในเรื่อง
ความสม่ำเสมอด้านคุณภาพการเรียนการสอน ความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนกับเนื้อหาที่เรียน
และมีหลักสูตรให้เลือกเรียนหลากหลาย ดังนั้นผู้ประกอบการสถานบริการสอนภาษาจีนควรมี
กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดำเนินการดังนี้

1. ควรเน้นคุณภาพของหลักสูตรการเรียนการสอนให้ได้คุณภาพมาตรฐานโดยอาจต้องมี
ใบรับรองจากสถาบันชั้นนำต่างประเทศที่น่าเชื่อถือ

2. นอกจากในเรื่องคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตรแล้วควรปรับปรุงให้มีความหลากหลาย
ของหลักสูตรในการเรียนการสอนภาษาจีนมากขึ้น เช่น การเรียนสำหรับคนทั่วไปที่ไม่เคยรู้
ภาษาจีนมาก่อน สำหรับผู้มีพื้นฐานมาบ้างแล้ว หรืออาจมีหลักสูตรที่สำหรับสอนภาษาจีนเกี่ยวกับ
ภาคธุรกิจ เป็นต้น

3. ส่วนในเรื่องความเหมาะสมของระยะเวลาเรียนกับเนื้อหาที่เรียน ควรจัดให้มีความ
เหมาะสมกันอาจดูจากมาตรฐานเทียบเคียงกับที่อื่นๆ ได้

ด้านราคา จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังระดับมากอยู่ในระดับ
มาก ในทุกปัจจัยย่อย และมีความคาดหวังมากในเรื่อง ค่าเล่าเรียนเป็นลักษณะเหมาจ่ายไม่เก็บ

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติม ราคาค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสม และระดับค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับสถาบันอื่นๆ ที่ให้บริการคล้ายคลึงกัน ดังนั้นผู้ประกอบการสถานบริการสอนภาษาจีน ควรมิกกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดำเนินการดังนี้

1. ควรวางแผนการตลาดโดยการกำหนดราคาที่เหมาะสม ซึ่งอาจเทียบเคียงกับสถานบริการสอนที่อื่นๆ
2. ในการกำหนดราคานั้นอาจมีหลายราคาตามแต่ละหลักสูตรที่สำคัญต้องกำหนดราคาให้ครบถ้วนในครั้งเดียวไปเลย ในการกำหนดราคานั้นต้องเหมาะสมไม่แพงจนเกินไปและต้องแจ้งบอกให้ทราบในรายละเอียดว่าเป็นค่าอะไรบ้างแสดงให้ชัดเจน

ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังระดับมากในเรื่อง สถานที่กว้างขวางสะอาดและมีแสงสว่างเพียงพอ มีช่องทางติดต่อที่สะดวก เช่น โทรศัพท์ ความพร้อมและทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์การเรียนการสอน ดังนั้นผู้ประกอบการสถานบริการสอนภาษาจีน ควรมิกกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดำเนินการดังนี้

1. ควรดูแลเรื่องของอาคารสถานที่หรือสำนักงานสำหรับการเรียนการสอนให้มีความสะดวกสบาย กว้างขวางเหมาะสม มีแสงสว่างที่เพียงพอ พร้อมดูแลความเรียบร้อยต่างๆ เช่น ความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยและปลอดภัย
2. ควรมีช่องทางการติดต่อที่สะดวกรวดเร็ว เช่น เบอร์โทรศัพท์ติดต่อที่สะดวกมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการทางโทรศัพท์ และอาจเพิ่มช่องทางติดต่อสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ หรือทางอีเมลล์ต่างๆ เป็นต้น

3. ควรมีเครื่องมืออุปกรณ์การเรียนการสอน ที่เหมาะสมทันสมัยและพร้อมที่จะให้บริการ

ด้านส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีความคาดหวังมากในเรื่อง การส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดค่าเรียนถ้าเรียนหลายหลักสูตร ในระดับปานกลาง ได้แก่ ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างทั่วถึง ดังนั้นผู้ประกอบการสถานบริการสอนภาษาจีนควรมิกกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดำเนินการ ดังนี้

1. ควรมีแผนการตลาดในการส่งเสริมการตลาดด้วยการลดราคาสำหรับลูกค้าเดิมหรือลูกค้าที่มีการเรียนหลายหลักสูตรรวมทั้งอาจมีการแถมพิเศษในบางกรณี เป็นต้น
2. ควรการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ หนังสือหน้าเหลือง การออกบู๊ตสินค้าต่างๆ เป็นต้น

ด้านบุคลากร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังระดับมากในเรื่อง ผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ สามารถอธิบายให้ความรู้แก่นักเรียนเข้าใจได้เป็นอย่างดี ผู้สอนมี

ความกระตือรือร้นในการสอน ผู้สอนมีจำนวนเพียงพอต่อการบริการการเรียนการสอนและผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นผู้ประกอบการสถานบริการสอนภาษาจีน ควรมีกกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดำเนินการดังนี้

1. ควรรับบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถมีใบรับรองหรือวุฒิบัตรที่น่าเชื่อถือในการมาทำหน้าที่สอนและอาจต้องมีการประเมินคุณภาพของผู้สอนเป็นระยะๆ
2. สำหรับบุคลากรผู้สอนนั้นก็ต้องมีความรับผิดชอบ ควรดูแลเอาใจใส่ในการเรียนการสอนมีความกระตือรือร้นในการสอนด้วย
3. ในเรื่องจำนวนผู้สอนนั้น ต้องจัดจำนวนผู้สอนให้เหมาะสมกับจำนวนผู้เรียนอย่างเพียงพอโดยคำนึงถึงการดูแลนักเรียนได้อย่างทั่วถึง

ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังระดับมากในเรื่อง จุดให้บริการผู้ปกครองและนักเรียนอยู่ในจุดที่ให้บริการได้ทั่วถึง บรรยากาศที่อบอุ่นในการต้อนรับนักเรียนและผู้ปกครอง สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปเหมาะสมต่อบรรยากาศการเรียนการสอน ดังนั้นสถานบริการสอนภาษาจีนควรมีกกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดำเนินการ ดังนี้

1. ควรมีการดูแลเรื่องสถานที่ที่จะให้บริการผู้ปกครองและนักเรียนให้มีความเหมาะสมดูแลได้ทั่วถึง
2. ควรปรับปรุงปรับปรุงโครงสร้างและภูมิทัศน์ด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ให้เหมาะสมสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยเฉพาะภายในอาคารต้องมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สร้างบรรยากาศที่อบอุ่น และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ในจุดต้อนรับลูกค้าทุกจุด ได้แก่ หน้าเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ ที่นั่งคอย ห้องประชุม

ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังระดับมากในเรื่อง การรักษาเวลาและการตรงต่อเวลาในการเรียนการสอน มีการปรับปรุงเทคนิคการสอนให้เหมาะสมกับนักเรียน มีการชี้แจงขั้นตอนการเรียนการสอนอย่างชัดเจนและมีการแจ้งตารางการเรียนการสอนแก่นักเรียน ดังนั้นผู้ประกอบการสถานบริการสอนภาษาจีน ควรมีกกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดำเนินการ ดังนี้

1. ควรมีการกำหนดขั้นตอนในการเรียนการสอนที่ชัดเจน เช่น ระยะเวลาในการเรียนการสอน มีแผนผังการกำหนดระยะเวลากับกิจกรรมการสอนที่ชัดเจนและดำเนินการตามแผนผัง (ตารางการเรียนการสอน) นั้น โดยต้องมีการแจ้งตารางการเรียนการสอนแก่นักเรียนได้รับรู้อย่างทั่วถึง
2. ผู้สอนควรใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มศักยภาพและควรมีเทคนิควิธีการสอนที่หลากหลายเหมาะสมเพื่อให้การเรียนการสอนสนุกสนานเป็นกันเองไม่น่าเบื่อ