

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความต้องการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทำการตอบแบบสอบถาม จำนวน 383 ราย แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 153 ราย นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 230 ราย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากสถานศึกษาบริเวณถนนช้างคลานและถนนมหิดลที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน โครงการ @Curve ที่มีการเรียนการสอนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย โรงเรียนพระหฤทัยเชียงใหม่ โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนวิชัยวิทยา โรงเรียนวาริชเชียงใหม่ และโรงเรียนกาวิละวิทยาลัย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 40 โดยศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ร้อยละ 10.2 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ร้อยละ 17 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ร้อยละ 12.8 และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 60 โดยศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 29.5 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ร้อยละ 17.8 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 12.7 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.8 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 34.2 กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย ร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ โรงเรียนพระหฤทัยเชียงใหม่ ร้อยละ 20.5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย ร้อยละ 18.9 โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย ร้อยละ 12.3 โรงเรียนวาริชเชียงใหม่ ร้อยละ 11.7 และโรงเรียนวิชัยวิทยา ร้อยละ 3.3 ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่เรียนในแผนการศึกษาสายวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 44.9 รองลงมา คือ แผนการศึกษาสายศิลป์ภาษา ร้อยละ 12.5 ได้แก่ ศิลป์ภาษาจีน ศิลป์ภาษาฝรั่งเศส และศิลป์ภาษาเยอรมัน และแผนการศึกษาสายศิลป์คำนวณ ร้อยละ 2.6 และในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นซึ่งยังไม่มีทางเลือกแผนการศึกษา ร้อยละ 40 มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01 –

3.50 มากที่สุด ร้อยละ 33.4 รองลงมา คือ ระหว่าง 2.51 – 3.00 ร้อยละ 29 มีบิดาประกอบอาชีพเป็น
 นักธุรกิจ/กิจการส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 28.7
 มารดาประกอบอาชีพเป็นนักธุรกิจ/กิจการส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 35 รองลงมา คือ แม่บ้าน ร้อย
 ละ 21.7 ส่วนใหญ่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 29
 รองลงมา คือ มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 23.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษา

2.1 พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 71 แสดงร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบ
 แบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันสอนภาษา	พฤติกรรมการใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ร้อยละ)
1. วันที่เหมาะสมสำหรับการเรียนภาษาอังกฤษ	วันเสาร์ – อาทิตย์ (67.1)
2. ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเรียนภาษาอังกฤษ	วันเสาร์ – อาทิตย์ ช่วงเช้า เวลา 08.00 – 11.00 น. (33.2)
3. จำนวนชั่วโมงเรียนต่อครั้ง	2 ชั่วโมง (47.8)
4. ช่วงเวลาที่เรียน	ช่วงเปิดเทอม (70.3)
5. ค่าใช้จ่ายในการเรียนโดยเฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 2,000 บาท (48.3)
6. วัตถุประสงค์ในการเรียนภาษาอังกฤษ	เพื่อการติดต่อสื่อสาร (71.5)
7. เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	ผู้ปกครอง/ญาติ แนะนำ (52.7)
8. หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเข้ารับการอบรม	หลักสูตร การสนทนาภาษาอังกฤษ (66.8)
9. ภาษาต่างประเทศอื่นที่ต้องการเรียน	ภาษาจีน (52.2)
10. ความต้องการใช้บริการสถาบันภาษาฯ สาขาถนน ช้างคลาน	ไม่แน่ใจ (76.8)

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วันที่เหมาะสมสำหรับการเรียนภาษาอังกฤษ วันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเช้า เวลา 08.00-11.00 น. เวลาเรียนจำนวน 2 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนใหญ่เรียนในช่วงเปิดเทอม โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนเพิ่มเติมภาษาอังกฤษโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 2,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการเรียน คือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร มีเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาจากการแนะนำของผู้ปกครอง และญาติ มีความสนใจในการเข้ารับการอบรมหลักสูตรการสอนภาษาอังกฤษ มีความต้องการเรียนภาษาจีนเพิ่มเติม และต้องการใช้บริการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาคณนศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติ ระดับไม่แน่ใจ ร้อยละ 76.8

2.2 พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 72 แสดงร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันสอนภาษา	ระดับการศึกษา	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย
	ปัจจัยย่อยพฤติกรรม (ร้อยละ)	ปัจจัยย่อยพฤติกรรม (ร้อยละ)
1. วันที่เหมาะสมสำหรับการเรียน ภาษาอังกฤษ	วันเสาร์ – อาทิตย์ (68.6)	วันเสาร์ – อาทิตย์ (66.1)
2. ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการ เรียนภาษาอังกฤษ	วันเสาร์ – อาทิตย์ ช่วงเช้า เวลา 08.00 – 11.00 น. (31.4)	วันเสาร์ – อาทิตย์ ช่วงเช้า เวลา 08.00 – 11.00 น. (34.3)
3. จำนวนชั่วโมงเรียนต่อครั้ง	2 ชั่วโมง (47.1)	2 ชั่วโมง (48.3)
4. ช่วงเวลาที่เรียน	ช่วงเปิดเทอม (68.0)	ช่วงเปิดเทอม (71.7)
5. ค่าใช้จ่ายในการเรียน โดยเฉลี่ยต่อ เดือน	ต่ำกว่า 2,000 บาท (50.3)	ต่ำกว่า 2,000 บาท (47.0)
6. วัตถุประสงค์ในการเรียน ภาษาอังกฤษ	เพื่อการติดต่อสื่อสาร (68.0)	เพื่อการติดต่อสื่อสาร (73.9)
7. เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	ผู้ปกครอง/ญาติ แนะนำ (58.2)	ผู้ปกครอง/ญาติ แนะนำ (49.1)

ตารางที่ 72 (ต่อ) แสดงร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันสอนภาษา	ระดับการศึกษา	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย
	ปัจจัยย่อยพฤติกรรม (ร้อยละ)	ปัจจัยย่อยพฤติกรรม (ร้อยละ)
8. หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเข้ารับการอบรม	หลักสูตร การสนทนาภาษาอังกฤษ (63.4)	หลักสูตร การสนทนาภาษาอังกฤษ (69.1)
9. ภาษาต่างประเทศอื่นที่ต้องการเรียน	ภาษาจีน (46.4)	ภาษาจีน (56.1)
10. ความต้องการใช้บริการสถาบันภาษาฯ สาขาถนนช้างคลาน	ไม่แน่ใจ (75.8)	ไม่แน่ใจ (77.4)

จากตารางที่ 72 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ เลือกเรียนวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเช้า เวลา 08.00-11.00 น. เวลาเรียนจำนวน 2 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนใหญ่เรียนในช่วงเปิดเทอม โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนเพิ่มเติมภาษาอังกฤษ โดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 2,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการเรียน คือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร มีเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาจากการแนะนำของผู้ปกครอง และญาติ มีความสนใจในการเข้ารับการอบรมหลักสูตรการสนทนาภาษาอังกฤษ และภาษาจีนเพิ่มเติม มีความต้องการใช้บริการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาถนนช้างคลานในระดับไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 3 ความต้องการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบัน ภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน

ความต้องการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน โดยใช้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการให้บริการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับความต้องการของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ผู้ตอบแบบสอบถาม (n=383)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
1. ด้านบุคลากร	4.40 (มากที่สุด)	1
2. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.37 (มากที่สุด)	2
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.28 (มากที่สุด)	3
4. ด้านผลิตภัณฑ์	4.23 (มากที่สุด)	4
5. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.22 (มากที่สุด)	5
6. ด้านราคา	4.13 (มาก)	6
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.11 (มาก)	7

จากตารางที่ 73 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลานที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการในระดับมากที่สุด คือ

บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลานที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการในระดับมาก คือ ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 74 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1.เอกสารและหนังสือแต่ละหลักสูตรเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.34) 2.หลักสูตรมีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.27) 3.เนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.26)
2. ด้านราคา	1.ค่าเรียนรวมค่าหนังสือไม่ต้องจ่ายเพิ่มเติมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 4.27) 2.ค่าเรียนเหมาะกับจำนวนชั่วโมงเรียนของหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 4.16) 3.ช่องทางการชำระค่าเรียนมีหลายรูปแบบ เช่น ชำระผ่านธนาคาร ชำระโดยใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.05)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.มีห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.38) 2.ช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.31) 3.สามารถติดต่อกับสถาบันภาษาได้หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 4.29)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.ข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการให้ส่วนลดที่ได้รับแจ้งมีรายละเอียดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.25) 2.มีการให้ส่วนลด ค่าเรียนเมื่อลงทะเบียนต่อเนื่อง(ค่าเฉลี่ย 4.19) 3.มีการให้ส่วนลดในการชักชวนบุคคลอื่นมาเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.08)
5. ด้านบุคลากร	1.ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (ค่าเฉลี่ย 4.47) 2.ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.46) 3.ผู้สอนมีความรู้เหมาะสมกับหลักสูตรที่สอน ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียนอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.44)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	1.ห้องเรียนมีความสะอาดสบายในการนั่งเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.46) 2.มีพื้นที่นั่งพักผ่อนระหว่างการรอเรียนเพียงพอ และบรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน สะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) 3.สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร สะอาดเรียบร้อย ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ตารางที่ 74 (ต่อ) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	1.มีขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36) 2.มีศูนย์กลางให้ข้อมูล และสามารถตอบรายละเอียดได้ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.32) 3.ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร ตารางการเรียน การแจ้งผลการเรียน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ตารางที่ 75 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความต้องการการใช้บริการของ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน ในระดับมากที่สุด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน	บุคลากร	4.47 (มากที่สุด)
2	ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน	บุคลากร	4.46 (มากที่สุด)
2	ห้องเรียนมีความสะดวกสบายในการนั่งเรียน	ลักษณะทางกายภาพ	4.46 (มากที่สุด)
3	ผู้สอนมีความรู้เหมาะสมกับหลักสูตรที่สอน	บุคลากร	4.44 (มากที่สุด)
3	ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียนอย่างเท่าเทียมกัน	บุคลากร	4.44 (มากที่สุด)
3	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	บุคลากร	4.44 (มากที่สุด)
3	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	บุคลากร	4.44 (มากที่สุด)
4	ผู้สอนมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	บุคลากร	4.43 (มากที่สุด)

ตารางที่ 75 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความต้องการการใช้บริการของ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาคณนช่างกลาน ในระดับมากที่สุด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4	มีพื้นที่นั่งพักผ่อนระหว่างการรอเรียนเพียงพอ	ลักษณะทางกายภาพ	4.43 (มากที่สุด)
4	บรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน สะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ	ลักษณะทางกายภาพ	4.43 (มากที่สุด)
5	พนักงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มารับบริการ	บุคลากร	4.40 (มากที่สุด)
6	สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร สะอาดเรียบร้อย ทันสมัย	ลักษณะทางกายภาพ	4.39 (มากที่สุด)
7	มีห้องน้ำสะอาด	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.38 (มากที่สุด)
8	พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ	บุคลากร	4.37 (มากที่สุด)
9	พนักงานมีความรู้ความสามารถและให้คำแนะนำอย่างครบถ้วน	บุคลากร	4.36 (มากที่สุด)
9	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	บุคลากร	4.36 (มากที่สุด)
9	ห้องเรียนมีขนาดเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน	ลักษณะทางกายภาพ	4.36 (มากที่สุด)
9	ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร ตารางการเรียน การแจ้งผลการเรียน เป็นต้น	กระบวนการให้บริการ	4.36 (มากที่สุด)
10	เอกสารและหนังสือแต่ละหลักสูตรเข้าใจง่าย	ผลิตภัณฑ์	4.34 (มากที่สุด)
10	ห้องเรียนไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก	ลักษณะทางกายภาพ	4.34 (มากที่สุด)
11	ผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา	บุคลากร	4.33 (มากที่สุด)

ตารางที่ 75 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความต้องการการใช้บริการของ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาคณนช่างกลาน ในระดับมากที่สุด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
12	มีศูนย์กลางให้ข้อมูล และสามารถตอบรายละเอียดได้ครบถ้วน	กระบวนการให้บริการ	4.32 (มากที่สุด)
13	ช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.31 (มากที่สุด)
13	พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	บุคลากร	4.31 (มากที่สุด)
14	พนักงานให้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว	บุคลากร	4.30 (มากที่สุด)
14	มีพื้นที่ในการรับ-ส่งเวลามาเรียน	ลักษณะทางกายภาพ	4.30 (มากที่สุด)
14	ขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวกรวดเร็ว	กระบวนการให้บริการ	4.30 (มากที่สุด)
15	สามารถติดต่อกับสถาบันภาษาได้หลายช่องทาง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.29 (มากที่สุด)
16	หลักสูตรมีให้เลือกหลากหลาย	ผลิตภัณฑ์	4.27 (มากที่สุด)
16	ค่าเรียนรวมค่าหนังสือไม่ต้องจ่ายเพิ่มเติมภายหลัง	ราคา	4.27 (มากที่สุด)
17	มีเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ	ผลิตภัณฑ์	4.26 (มากที่สุด)
18	ข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการให้ส่วนลดที่ได้รับแจ้งมีรายละเอียดชัดเจน	การส่งเสริมการตลาด	4.25 (มากที่สุด)
19	มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	ลักษณะทางกายภาพ	4.24 (มากที่สุด)
20	สามารถเดินทางมาเรียนได้สะดวก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.23 (มากที่สุด)

ตารางที่ 75 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความต้องการการใช้บริการของ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาคณนช่างกลาน ในระดับมากที่สุด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
21	มีการทดสอบวัดระดับที่ใช้เวลาไม่มากจนเกินไป	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.22 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 75 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับความต้องการต่อการใช้บริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาคณนช่างกลานของผู้ตอบแบบสอบถามเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5 ปัจจัยแรก คือ ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร ห้องเรียนมีความสะอาดสบายในการนั่งเรียน เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้สอนมีความรู้เหมาะสมกับหลักสูตรที่สอน ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียนอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ พนักงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มารับบริการเป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร มีพื้นที่นั่งพักผ่อนระหว่างการรอเรียน เพียงพอ และบรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน สะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร สะอาดเรียบร้อย ทันสมัย เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับความต้องการของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาถนนช้างคลานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาถนนช้างคลาน	ระดับการศึกษา			
	มัธยมศึกษาตอนต้น (n=153)		มัธยมศึกษาตอนปลาย (n=230)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.20 (ปานกลาง)	5	3.25 (ปานกลาง)	4
2. ด้านราคา	3.11 (ปานกลาง)	6	3.14 (ปานกลาง)	6
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.25 (ปานกลาง)	4	3.20 (ปานกลาง)	5
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.10 (ปานกลาง)	7	3.11 (ปานกลาง)	7
5. ด้านบุคลากร	3.34 (ปานกลาง)	1	3.44 (มาก)	1
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.33 (ปานกลาง)	2	3.41 (มาก)	2
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.32 (ปานกลาง)	3	3.30 (ปานกลาง)	3

จากตารางที่ 76 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาถนนช้างคลานที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นต้องการในระดับปานกลาง คือ ทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาถนนช้างคลานที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต้องการในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ความต้องการในระดับปานกลาง คือ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา การส่งเสริมการตลาด และกระบวนการให้บริการ

ตารางที่ 77 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามระดับการศึกษา

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการศึกษา	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1.เอกสารและหนังสือแต่ละหลักสูตรเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.29) 2.หลักสูตรมีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.28) 3.เนื้อหาของหลักสูตรสอดคล้องกับเนื้อหาที่เรียนในโรงเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.19)	1.เอกสารและหนังสือแต่ละหลักสูตรเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.37) 2.มีเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.32) 3.หลักสูตรมีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.27)
2. ด้านราคา	1.ค่าเรียนรวมค่าหนังสือไม่ต้องจ่ายเพิ่มเติมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.25) 2.ค่าเรียนเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียนของหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 3.14) 3.ช่องทางการชำระค่าเรียนมีหลายรูปแบบ เช่น ชำระผ่านธนาคาร ชำระโดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.03)	1.ค่าเรียนรวมค่าหนังสือไม่ต้องจ่ายเพิ่มเติมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.29) 2.ค่าเรียนเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียนของหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 3.18) 3.ช่องทางการชำระค่าเรียนมีหลายรูปแบบ เช่น ชำระผ่านธนาคาร ชำระโดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.07)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.มีห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.38) 2.ช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.31) 3.สามารถติดต่อกับสถาบันภาษาได้หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 3.29)	1.มีห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.37) 2.ช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.31) 3.สามารถติดต่อกับสถาบันภาษาได้หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการศึกษา	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	<p>1. ข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการให้ส่วนลดที่ได้รับแจ้งมีรายละเอียดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.24)</p> <p>2. มีการให้ส่วนลด ค่าเรียนเมื่อลงทะเบียนต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.17)</p> <p>3. มีการให้ส่วนลดในการชักชวนบุคคลอื่นมาเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.08)</p>	<p>1. ข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการให้ส่วนลดที่ได้รับแจ้งมีรายละเอียดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.26)</p> <p>2. มีการให้ส่วนลด ค่าเรียนเมื่อลงทะเบียนต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.20)</p> <p>3. มีการให้ส่วนลดในการชักชวนบุคคลอื่นมาเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.07)</p>
5. ด้านบุคลากร	<p>1. ผู้สอนมีความรู้เหมาะสมกับหลักสูตรที่สอน (ค่าเฉลี่ย 3.45)</p> <p>2. ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (ค่าเฉลี่ย 3.44)</p> <p>3. ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจนและ ผู้สอนมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.41)</p>	<p>1. ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน และพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50)</p> <p>2. ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียนอย่างเท่าเทียมกัน และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.49)</p> <p>3. พนักงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.45)</p>
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	<p>1. ห้องเรียนมีความสะอาดสบายในการนั่งเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.46)</p> <p>2. มีพื้นที่นั่งพักผ่อนระหว่างการรอเรียนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.41)</p> <p>3. ห้องเรียนไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.38)</p>	<p>1. ห้องเรียนมีความสะอาดสบายในการนั่งเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.52)</p> <p>2. มีพื้นที่นั่งพักผ่อนระหว่างการรอเรียนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.45)</p> <p>3. บรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน สะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.44)</p>

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการศึกษา	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	<p>1. มีศูนย์กลางให้ข้อมูล และสามารถตอบรายละเอียดได้ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.73)</p> <p>2. ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร ตารางการเรียน การแจ้งผลการเรียน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.33)</p> <p>3. ขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.25)</p>	<p>1. ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร ตารางการเรียน การแจ้งผลการเรียน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.38)</p> <p>2. มีศูนย์กลางให้ข้อมูล และสามารถตอบรายละเอียดได้ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.37)</p> <p>3. ขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.34)</p>

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับความต้องการของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน	เกรดเฉลี่ยสะสม			
	ไม่เกิน 2.50	2.51 – 3.00	3.01 – 3.50	3.51 – 4.00
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มากที่สุด)	4.23 (มากที่สุด)	4.28 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)
2. ด้านราคา	4.06 (มาก)	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)	4.15 (มาก)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.15 (มาก)	4.23 (มากที่สุด)	4.24 (มากที่สุด)	4.23 (มากที่สุด)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)
5. ด้านบุคลากร	4.30 (มากที่สุด)	4.41 (มากที่สุด)	4.45 (มากที่สุด)	4.38 (มากที่สุด)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.24 (มากที่สุด)	4.40 (มากที่สุด)	4.39 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.18 (มาก)	4.28 (มากที่สุด)	4.32 (มากที่สุด)	4.28 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 78 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลานที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่เกิน 2.50 ต้องการในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมาก คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลานที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 2.51 – 3.00 ต้องการในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับมาก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้าง คลานที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.01 – 3.50 ต้องการในระดับมากที่สุด คือ ด้าน บุคลากร ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ระดับมาก คือ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้าง คลานที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51 – 4.00 ต้องการในระดับมากที่สุด คือ ด้าน บุคลากร ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 79 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เกรดเฉลี่ยสะสม			
	ไม่เกิน 2.50	2.51 – 3.00	3.01 – 3.50	3.51 – 4.00
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1. เอกสารและหนังสือแต่ละหลักสูตรเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.31) 2. มีเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) 3. หลักสูตรมีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.22)	1. เอกสารและหนังสือแต่ละหลักสูตรเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.35) 2. หลักสูตรมีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.30) 3. มีเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.25)	1. เอกสารและหนังสือแต่ละหลักสูตรเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33) 2. หลักสูตรมีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.38) 3. มีเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.29)	1. เอกสารและหนังสือแต่ละหลักสูตรเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.28) 2. มีเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) 3. หลักสูตรมีให้เลือกหลากหลาย และระยะเวลาเรียนแต่ละหลักสูตรไม่นานเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.19 เท่ากัน)
2. ด้านราคา	1. ค่าเรียนรวมค่าหนังสือไม่ต้องจ่ายเพิ่มเติมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 4.17) 2. ค่าเรียนเหมาะกับจำนวนชั่วโมงเรียนของหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 4.07) 3. มีหลักสูตรหลากหลายราคา (ค่าเฉลี่ย 4.02)	1. ค่าเรียนรวมค่าหนังสือไม่ต้องจ่ายเพิ่มเติมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 4.28) 2. ค่าเรียนเหมาะกับจำนวนชั่วโมงเรียนของหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 4.07) 3. มีหลักสูตรหลากหลายราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06)	1. ค่าเรียนรวมค่าหนังสือไม่ต้องจ่ายเพิ่มเติมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 4.34) 2. ค่าเรียนเหมาะกับจำนวนชั่วโมงเรียนของหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 4.28) 3. ช่องทางการชำระค่าเรียนมีหลายรูปแบบ เช่น ชำระผ่านธนาคาร ชำระโดยใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.02)	1. ค่าเรียนรวมค่าหนังสือไม่ต้องจ่ายเพิ่มเติมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 4.24) 2. ค่าเรียนเหมาะกับจำนวนชั่วโมงเรียนของหลักสูตร ช่องทางการชำระค่าเรียนมีหลายรูปแบบ เช่น ชำระผ่านธนาคาร ชำระโดยใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.17 เท่ากัน) 3. มีหลักสูตรหลากหลายราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ส่วนประสม การตลาดบริการ	เกรดเฉลี่ยสะสม			
	ไม่เกิน 2.50	2.51 – 3.00	3.01 – 3.50	3.51 – 4.00
3. ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	1.มีห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.30) 2.สามารถเดินทางมาเรียนได้ สะดวก และช่วงเวลาเปิด-ปิดทำ การมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.20 เท่ากัน) 3.สถานที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน และ บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.19)	1.มีห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.35) 2.ช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการมีความ เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.34) 3.สามารถติดต่อกับสถาบันภาษาได้ หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 4.30)	1.มีห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.48) 2.สามารถติดต่อกับสถาบันภาษาได้ หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 4.39) 3.ช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการมีความ เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.32)	1.ช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการมีความ เหมาะสม มีห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.31 เท่ากัน) 2.สามารถติดต่อกับสถาบันภาษาได้ หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 4.27) 3.สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ร้านค้า/ ร้านอาหาร/ศูนย์อาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.24)
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	1.มีการให้ส่วนลด ค่าเรียนเมื่อ ลงทะเบียนต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.26) 2.มีการให้ส่วนลดในการชักชวน บุคคลอื่นมาเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.17) 3.ข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตร และการให้ส่วนลดที่ได้รับแจ้งมี รายละเอียดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.15)	1.ข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตร และการให้ส่วนลดที่ได้รับแจ้งมี รายละเอียดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.29) 2.มีการให้ส่วนลดค่าเรียนเมื่อ ลงทะเบียนต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.25) 3.มีการให้ส่วนลดในการชักชวน บุคคลอื่นมาเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.15)	1.ข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตร และการให้ส่วนลดที่ได้รับแจ้งมี รายละเอียดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.24) 2.มีการให้ส่วนลดค่าเรียนเมื่อ ลงทะเบียนต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.21) 3.มีการให้ส่วนลดในการชักชวน บุคคลอื่นมาเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.04)	1.ข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตร และการให้ส่วนลดที่ได้รับแจ้งมี รายละเอียดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.27) 2.มีการให้ส่วนลด ค่าเรียนเมื่อ ลงทะเบียนต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.02) 3.มีการให้ส่วนลดในการชักชวน บุคคลอื่นมาเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ส่วนประสม การตลาดบริการ	เกรดเฉลี่ยสะสม			
	ไม่เกิน 2.50	2.51 – 3.00	3.01 – 3.50	3.51 – 4.00
5. ด้านบุคลากร	<p>1. ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.44)</p> <p>2. ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (ค่าเฉลี่ย 4.43)</p> <p>3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.37)</p>	<p>1. ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.50)</p> <p>2. ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.46 เท่ากัน)</p> <p>3. ผู้สอนมีความรู้เหมาะสมกับหลักสูตรที่สอน ผู้สอนมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ พนักงานมีบุคลิกภาพดีน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.44 เท่ากัน)</p>	<p>1. พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59)</p> <p>2. ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ผู้สอนมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.52 เท่ากัน) 3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.51)</p>	<p>1. ผู้สอนมีความรู้เหมาะสมกับหลักสูตรที่สอน ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.48 เท่ากัน)</p> <p>2. ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (ค่าเฉลี่ย 4.46)</p> <p>3. พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44)</p>
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	<p>1. มีพื้นที่นั่งพักผ่อนระหว่างการรอเรียนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.35)</p> <p>2. ห้องเรียนมีขนาดเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน และห้องเรียนมีความสะดวกสบายในการนั่งเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.28 เท่ากัน)</p> <p>3. สภาพแวดล้อมภายนอกอาคารสะอาดเรียบร้อย ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.26)</p>	<p>1. มีพื้นที่นั่งพักผ่อนระหว่างการรอเรียนเพียงพอ ห้องเรียนมีความสะดวกสบายในการนั่งเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน) 2. สภาพแวดล้อมภายนอกอาคารสะอาดเรียบร้อย ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.43)</p> <p>3. บรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน สะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.42)</p>	<p>1. ห้องเรียนมีขนาดเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน ห้องเรียนมีความสะดวกสบายในการนั่งเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.46 เท่ากัน) 2. มีพื้นที่นั่งพักผ่อนระหว่างการรอเรียนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.44)</p> <p>3. บรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน สะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.43)</p>	<p>1. ห้องเรียนมีความสะดวกสบายในการนั่งเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.52)</p> <p>2. บรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน สะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.43)</p> <p>3. สภาพแวดล้อมภายนอกอาคารสะอาดเรียบร้อย ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.42)</p>

ส่วนประสม การตลาดบริการ	เกรดเฉลี่ยสะสม			
	ไม่เกิน 2.50	2.51 – 3.00	3.01 – 3.50	3.51 – 4.00
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	<p>1.ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร ตารางการเรียน การแจ้งผลการเรียน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.35)</p> <p>2.มีศูนย์กลางให้ข้อมูลและสามารถตอบรายละเอียดได้ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.20)</p> <p>3.ขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15)</p>	<p>1.ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร ตารางการเรียน การแจ้งผลการเรียน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.35)</p> <p>2.มีศูนย์กลางให้ข้อมูลและสามารถตอบรายละเอียดได้ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.32)</p> <p>3.ขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.28)</p>	<p>1.มีศูนย์กลางให้ข้อมูล และสามารถตอบรายละเอียดได้ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.43)</p> <p>2.ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร ตารางการเรียน การแจ้งผลการเรียน เป็นต้น ขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38)</p> <p>3.มีการทดสอบวัดระดับก่อนเข้าชั้นเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.21)</p>	<p>1.ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร ตารางการเรียน การแจ้งผลการเรียน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.36)</p> <p>2.ขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.31)</p> <p>3.มีการทดสอบวัดระดับที่ใช้เวลาไม่มากจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.29)</p>

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาความต้องการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาถนนช้างคลาน สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษา (6Ws และ 1H) และตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ได้ดังนี้

พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษา (6Ws และ 1H)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าวันที่เหมาะสมสำหรับการเรียนภาษาอังกฤษ คือ วันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเรียนกวดวิชาในวันเสาร์ – อาทิตย์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเรียนภาษาอังกฤษ คือ ช่วงเช้า เวลา 08.00-11.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเวลาเรียนกวดวิชา ช่วงเช้า เวลา 08.00-11.00 น.

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในการเข้ารับการอบรมหลักสูตรการสนทนาภาษาอังกฤษมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ไอยรา ปรีดาสันต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจเข้ารับการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการสนทนาเบื้องต้น แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชศกร ดวงคำ (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสนใจเรียนหลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป 4 ทักษะ ฟัง พูด อ่าน เขียน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียนในระดับอุดมศึกษา จึงมีความสนใจเรียนหลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป 4 ทักษะ ฟัง พูด อ่าน เขียน เพื่อนำไปใช้ในการเรียนในมหาวิทยาลัย ซึ่งต่างจากนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาที่ให้ความสนใจหลักสูตรการสนทนา เพื่อใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร ที่ต้องการเน้นความสนุกสนาน ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และมีกิจกรรมเสริมนอกเวลาเรียน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่พบว่าวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชา คือ การทำเกรดให้ดีขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องจากระบบการศึกษาในปัจจุบันเกรดเฉลี่ยมีผลต่อการคัดเลือกเข้าศึกษาต่อ จึงทำให้ทัศนคติของนักเรียนเปลี่ยนไป อีกทั้งลักษณะของรูปแบบกิจการของโรงเรียนกวดวิชาที่เปิดสอนหลายวิชาไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะแต่ภาษาอังกฤษเหมือนเช่นสถาบันสอนภาษาฯ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงมีวัตถุประสงค์หลักในการเรียนที่ต่างกัน คือ หากกลุ่มลูกค้ามีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาใช้ในการทำเกรดให้ดีขึ้นและคาดหวังในการสอบผ่านการคัดเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา กลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการสถาบันสอนภาษาเรียนเสริม/เพิ่มเติมภาษาอังกฤษส่วนใหญ่ที่บ้านคุณครู ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ฐศกร ดวงคำ (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนภาษาอังกฤษที่สถาบันสอนภาษา เอ ยู เอ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากเพื่อนแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ไอยรา ปริดาสันต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากเพื่อนแนะนำ

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ

1. ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการต่อการบริการของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาถนนช้างคลาน ในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไอยรา ปริดาสันต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ฐศกร ดวงคำ

(2553) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากช่วงระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษานั้นมีผลต่อความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยได้ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด และอาจเนื่องมาจากเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยความต้องการแต่ละระดับมีการกำหนดเกณฑ์ที่ต่างกัน กล่าวคือ ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้นเป็น 0.80 จึงมีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความต้องการมากที่สุด ในส่วนของการศึกษาของการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้นเป็น 5 จึงมีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

2. ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการต่อการบริการของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาถนนช้างคลาน ในด้านราคาในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ ไอยรา ปรีดาสันต์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก

แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชศกร ดวงคำ (2553) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากช่วงระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษานั้นมีผลต่อความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยได้ให้ความสำคัญในด้านราคาในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาและบุคคลทั่วไปจึงให้ความสำคัญได้ด้านราคาน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง รายได้ส่วนใหญ่มาจากผู้ปกครอง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการต่อการบริการของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไอยรา ปรีดาสันต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับมาก ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชศกร ดวงคำ (2553) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากช่วงระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษาขึ้นมีผลต่อความต้องการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยได้ให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในปัจจุบันต้องการความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้นจากเดิมในอดีต และช่องทางการจัดจำหน่ายเข้ามามีบทบาทในการเข้าถึงบริการได้มากยิ่งขึ้น เช่น การเปิดสาขาใกล้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเดินทางมาใช้บริการได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีความต้องการต่อการบริการของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน ในด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ ชศกร ดวงคำ (2553) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนา

ทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับมาก

แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไอยรา ปรีดาสันต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นนักศึกษาและบุคคลทั่วไปที่ได้ทำการศึกษาเป็นกลุ่มที่สามารถหารายได้ได้ด้วยตนเอง มีความจำเป็นในการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อสามารถนำความรู้ประยุกต์ใช้ได้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น ในการศึกษาระดับอุดมศึกษา การทำงาน ซึ่งสามารถเข้ารับบริการได้โดยไม่ต้องรอการส่งเสริมทางการตลาด จึงให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก อาจเนื่องมาจากนักเรียนในระดับมัธยมศึกษายังไม่มีรายได้ รายได้ส่วนใหญ่มาจากผู้ปกครอง จึงมีการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการเข้ารับบริการ

5. ด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการต่อการบริการของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาถนนช้างคลาน โดยให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากรระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ไอยรา ปรีดาสันต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังในปัจจัยด้านด้านบุคลากรระดับมากที่สุด

แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ธศกร ดวงคำ (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านบุคลากรระดับมาก และให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากช่วงระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษาและระบบการศึกษานั้นมีผลต่อความต้องการด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยได้ให้ความสำคัญในด้าน

บุคลากรในระดับมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในปัจจุบันต้องการการได้รับบริการที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากใช้บริการมากขึ้นจากเดิมในอดีต ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก นักเรียนในระดับมัธยมศึกษายังคงต้องการรูปแบบการเรียนการสอนในลักษณะของการให้คำแนะนำ ซึ่งแนะแนวทางจากครูผู้สอน โดยตรง และต้องการการดูแลเอาใจใส่จากครูผู้สอน ในส่วนของกลุ่มบุคคลทั่วไป เนื่องจากมีวิถีภาวะค่อนข้างมาก จึงสามารถเช็คข้อมูล และสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการต่อการบริการของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน ในด้านกระบวนการให้บริการในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ฐศกร ดวงคำ (2553) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน ระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไอยรา ปริดาสันต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากช่วงระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษานั้นมีผลต่อความต้องการด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยได้ให้ความสำคัญในด้านกระบวนการให้บริการในระดับมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในปัจจุบันต้องการการได้รับบริการที่ดี มีคุณภาพ รวดเร็ว ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองมากขึ้นจากเดิมในอดีต ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากรูปแบบของธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ถูกค่าได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการมากขึ้น จึงมีโอกาสนในการเลือกและตัดสินใจได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น มีความต้องการระบบที่รวดเร็วทันสมัย

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนระดับมัศึกษามีความต้องการต่อการบริการของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน ในปัจจัยด้านลักษณะทาง

กายภาพรองลงมาจากปัจจัยด้านบุคลากร ในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงพล (2552) ที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ฐศกร ดวงคำ (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไอยรา ปรีดาสันต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากช่วงระยะเวลาที่ได้ทำศึกษานั้นมีผลต่อความต้องการด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยได้ให้ความสำคัญในด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในปัจจุบันต้องการการได้รับความสะดวกสบายและสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองจากการใช้บริการมากขึ้นจากเดิมในอดีต ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากรูปแบบของธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ลูกค้าได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพมากขึ้น จึงมีโอกาสนในการเลือกและตัดสินใจได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น และอาจเนื่องมาจากเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยความต้องการแต่ละระดับมีการกำหนดเกณฑ์ที่ต่างกัน กล่าวคือ ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้นเป็น 8 จึงมีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความต้องการมากที่สุด ในส่วนของการศึกษาของการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้กำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้นเป็น 5 จึงมีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเรียนวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเช้า เวลา 08.00-11.00 น. รองลงมา คือ วันเสาร์ – อาทิตย์ ช่วงบ่าย เวลา 13.00 – 16.00 น. วันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเย็น ระหว่างเวลา 17.00 น. – 19.00 น. โดยจำนวนชั่วโมงในการเรียนต่อครั้งที่เหมาะสม คือ 2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่เลือกเรียนในช่วงเปิดเทอม ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเรียนภาษาอังกฤษต่อคอร์ส (คอร์สละ 30 ชั่วโมง) ราคา 2,000 - 2,500 บาท มากที่สุด มีวัตถุประสงค์ในการเรียน คือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร มีเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาจากการแนะนำของผู้ปกครอง

และญาติ ตัดสินใจเลือกเรียนด้วยตัวเอง มีความสนใจในการเข้ารับการอบรมหลักสูตรการสนทนาภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศอื่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการเรียนเพิ่มเติมจากภาษาอังกฤษ คือ ภาษาจีน

2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการเรียนภาษาอังกฤษส่วนใหญ่เพื่อการติดต่อสื่อสาร รองลงมา คือ เพื่อพัฒนาผลการเรียนให้ดีขึ้น และเพื่อเตรียมตัวสำหรับการศึกษาต่อตามลำดับ

3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในปัจจุบันใช้บริการสถาบันสอนภาษาเรียนเสริม/เพิ่มเติมภาษาอังกฤษ ที่โรงเรียนมากที่สุด รองลงมา คือ บ้านคุณครู บริติช เคานซิล เชียงใหม่ สถาบันสอนภาษา เอ ยู เอ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ อีซีซี ตามลำดับ

5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

6. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความต้องการสูงสุด 3 อันดับแรก เป็นปัจจัยในด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน รองลงมา คือ ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน และห้องเรียนมีความสะดวกสบายในการนั่งเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และผู้สอนมีความรู้เหมาะสมกับหลักสูตรที่สอน ผู้สอนมีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียนอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความต้องการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาคณนช่างกลาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการและไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันภาษาฯ ดังนั้น สถาบันภาษาฯควรมุ่งเน้นการสื่อสารทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักสถาบันภาษาฯก่อน โดยให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันภาษาฯ สาขาคณนช่างกลาน โครงการ@Curve ให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยใช้กลยุทธ์และเครื่องมือสื่อสารการตลาด เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดโดยตรง การใช้สัญลักษณ์ การใช้สื่อ

เคลื่อนที่ การตลาดเชิงกิจกรรม เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในบริเวณดังกล่าว และควรมีการวางแผนและกำหนดตารางเรียนตามเวลาที่ลูกค้าได้เลือกไว้ โดยเน้นการจัดตารางเรียนในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 08.00-16.00 น. และในวันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลา 17.00-19.00 น. เพราะเป็นช่วงวันเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการสูงสุดเป็น 2 ลำดับแรก และควรจัดตารางเรียน แบ่งเป็น 2 ชั่วโมงต่อหลักสูตร เน้นการจัดอบรมหลักสูตรสนทนาภาษาอังกฤษ และหลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป 4 ทักษะ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสนใจมากที่สุด ทั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมโดยพิจารณาตามระดับความต้องการของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน ดังนี้

1. ด้านบุคลากร

ครูผู้สอน

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับแรก สถาบันควรเน้นในเรื่องการพิจารณาคัดเลือกครูผู้สอนที่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน มีความเอาใจใส่ต่อผู้เรียนอย่างเท่าเทียมกัน มีความรู้เหมาะสมกับหลักสูตรที่สอน มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ และควรที่จะทำระบบการวัดและประเมินผลอยู่เสมอ เพื่อเป็นการตรวจสอบคุณภาพและความสามารถในการสอนของครูผู้สอน โดยนำการประเมินผลเสนอผู้บริหารเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจต่อสัญญาจ้างงานครูผู้สอน และควรมีการจัดประชุมครูผู้สอนประจำเดือนเพื่อติดตามและสอบถามปัญหาที่เกิดจากการสอน นอกจากนี้ สถาบันภาษาควรจัดทำแบบฟอร์มประเมินความพึงพอใจการเรียนการสอนของครูผู้สอน เพื่อให้ นักเรียนผู้ใช้บริการประเมินครูผู้สอนหลังจากการเรียนในแต่ละหลักสูตรสิ้นสุด เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวแจ้งให้ฝ่ายวิชาการก่อนดำเนินการแจ้งครูผู้สอนทราบและนำไปปรับปรุงการเรียนการสอน โดยให้ฝ่ายวิชาการทำการตรวจสอบและติดตามผลการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องต่อไป

พนักงาน

สถาบันควรคัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มารับบริการ มีความเต็มใจในการให้บริการ มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ มีใจรักงานบริการมาร่วมงาน โดยจัดอบรมเรื่องการให้บริการที่เกี่ยวข้องแก่พนักงาน เช่น พนักงานทุกส่วนต้องเรียนรู้ที่จะให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจนแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ให้บริการต้องให้บริการด้วยกริยาที่สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการอย่างเท่าเทียม ทั้งนี้หากลูกค้ามีปัญหาหรือข้อเสนอแนะควรให้คำแนะนำแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ และเอาใจใส่ต่อปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า

สถาบันภาษาฯควรจัดทำแบบฟอร์มประเมินความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของผู้ใช้บริการต่อพนักงานสถาบันภาษาฯที่ให้บริการ เพื่อปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และสามารถหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการกำหนดมาตรฐานในการทำงาน และควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานให้ได้ตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ มีการประเมินผลการทำงานเป็นประจำเพื่อมีผลต่อการปรับขึ้นเงินเดือนของพนักงาน และควรมีการประชุมพนักงานเป็นประจำเพื่อติดตามงานและปัญหาที่พบเกี่ยวกับการทำงานบริการลูกค้า เพื่อให้พนักงานช่วยกันระดมความคิดในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการให้เกิดความประทับใจและพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า คຸ້ມຄ່າเงิน ย่อมทำให้เกิดความพอใจและความจงรักภักดีในการใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า

2. ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญต่อบรรยากาศด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นอันดับสอง ซึ่งผู้ให้บริการมีความต้องการห้องเรียนที่มีความสะดวกสบายในการนั่งเรียน มีพื้นที่นั่งพักผ่อนระหว่างการรอเรียนเพียงพอ บรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน ห้องเรียนสะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ และไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก จึงควรเน้นให้เจ้าหน้าที่ดูแลและตรวจเช็คความเรียบร้อยของห้องเรียน และบริเวณพื้นที่โดยรอบอย่างสม่ำเสมอ เมื่อพบอุปกรณ์ไฟฟ้า เก้าอี้หรืออุปกรณ์เพื่อการเรียนการสอนชำรุดให้รีบซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ดีสะอาด และพร้อมสำหรับการใช้งานตลอดเวลา จัดสถานที่นั่งพักผ่อนให้เพียงพอสำหรับผู้ปกครองที่มารอรับนักเรียน เช่น ห้องนั่งเล่น ห้องดูทีวีดูหนัง เป็นต้น และสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อการปรับปรุงพัฒนาบริเวณภายในห้องเรียน สำนักงานให้มีลักษณะทางกายภาพที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ สถาบันภาษาฯควรจัดทำระบบแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและการแจ้งซ่อมอุปกรณ์ สำหรับผู้ให้บริการ ทั้งครูผู้สอนและนักเรียนสามารถแจ้งให้สถาบันภาษาฯได้โดยตรงผ่านช่องทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยให้รหัสผ่านสำหรับการเข้าระบบผ่านหน้าเว็บไซต์ของสถาบันภาษาฯ เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการ สามารถแจ้งปัญหาจากการใช้งานอุปกรณ์ในห้องเรียนได้ทันที และควรมอบหมายผู้รับผิดชอบให้ดูแลในเรื่องดังกล่าว หากมีข้อเสนอแนะให้รีบดำเนินการแก้ไขปรับปรุงทันที

3. ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ควรเน้นขั้นตอนในการให้บริการที่มีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร การแจ้งตารางการเรียน การแจ้งผลการเรียน เป็นต้น ควรมีสุนัขกลางให้ข้อมูล และสามารถตอบรายละเอียดได้ครบถ้วน และขั้นตอนการสมัครเรียนมีความสะดวกรวดเร็ว สามารถดำเนินการสมัครและใช้บริการได้ทั้ง 2 แห่ง คือ สำนักงานสถาบันภาษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ

สำนักงานสถาบันภาษา สาขาคณนช้างคลาน จึงควรมีการควบคุมระบบฐานข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการค้นหาและจัดเก็บข้อมูลทั่วทั้งองค์กร พนักงานจะได้สามารถตรวจสอบข้อมูลและแจ้งให้ลูกค้าทราบรายละเอียดที่ต้องการได้ทันที รวดเร็วถูกต้อง สร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการรับบริการ

4. ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจุบันใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษในบ้านคุณครูมากที่สุด รองลงมา คือ โรงเรียน เนื่องจากนักเรียนได้ให้ความสำคัญในเรื่องเกรดเฉลี่ยซึ่งจะมีผลต่อการคัดเลือกเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และสามารถเรียนที่โรงเรียนหลังเลิกเรียนได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง สถาบันภาษาจึงควรสร้างแบรนด์สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้เป็นที่รู้จักว่าเป็นสถาบันสอนภาษาที่ดำเนินงานภายใต้สถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศที่มีชื่อเสียงและใหญ่ที่สุดในภาคเหนือสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มการวางหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีเนื้อหาของหลักสูตรสอดคล้องกับเนื้อหาที่เรียนในโรงเรียนและตามหลักสูตรที่กระทรวงศึกษาธิการได้กำหนด และควรออกแบบหลักสูตรสำหรับการเตรียมตัวศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับอุดมศึกษา โดยจัดหลักสูตรให้กับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อเตรียมพื้นฐานด้านภาษาอังกฤษให้แน่นมีความเข้าใจที่ถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้นในการเตรียมความพร้อมในการสอบแข่งขันเพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และสอบแข่งขันเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และควรเก็บบันทึกข้อมูลผลการเรียน การสอบแข่งขันของนักเรียนที่เป็นลูกค้าของสถาบันภาษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์สถาบันภาษาต่อไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในการเข้ารับการอบรมหลักสูตรการสอนทนาภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมา คือ หลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป 4 ทักษะ คือ ฟัง พูด อ่าน เขียน สถาบันภาษาควรออกแบบหลักสูตรภาษาอังกฤษที่เน้นการสื่อสารสนทนาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน โดยเน้นการเรียนการสอนที่สนุกสนาน น่าสนใจ มีกิจกรรมในห้องเรียน และควรคัดเลือกครูผู้สอนที่ได้รับความนิยมจากนักเรียนมีผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการในระดับดีมากเป็นครูผู้สอนในหลักสูตรดังกล่าว เพื่อสร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นยอดขาย การบอกเล่าปากต่อปากของนักเรียนที่มาเรียนกับสถาบันภาษาไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสถาบันภาษาต่อไป

ควรทำการสอบถามและสำรวจความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อออกผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และทำเอกสารประกอบการเรียนและหนังสือของแต่ละหลักสูตรที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย มีเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการของ

กลุ่มเป้าหมายและมีให้เลือกหลากหลาย ทั้งนี้ ควรทำการศึกษาวิจัยสำรวจกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ หลักสูตรของสถาบันภาษาอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอน และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ของกลุ่มแข่งขัน

5. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ได้ให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกของห้องน้ำเป็นลำดับแรก จึงควรขอความร่วมมือกับทางโครงการให้แม่บ้านประจำโครงการหมั่นดูแลและตรวจเช็คความสะดวก ความเรียบร้อยเป็นประจำ ในการกำหนดช่วงเวลาเปิด-ปิดสำนักงานควรกำหนดเวลาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการดำเนินกิจการ โดยควรเปิดให้บริการวันจันทร์-วันอาทิตย์ โดยวันจันทร์-วันศุกร์ ควรเปิดให้บริการในช่วงเวลา 10.00-19.00 น. เน้นการให้บริการในช่วงเวลา 17.00-19.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด และในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ควรเปิดให้บริการในช่วงเวลา 08.00-17.00 น. โดยเน้นการบริการในช่วงเวลา 08.00-12.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด จึงควรออกแบบหลักสูตรและจัดหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า และควรพิจารณาเพิ่มช่องทางในการติดต่อกับสถาบันภาษาให้สามารถติดต่อได้หลากหลายช่องทางและมีความสะดวกรวดเร็ว เช่น โทรศัพท์ อีเมล เฟสบุ๊ก เป็นต้น และผู้บริหารควรมอบหมายงานให้เจ้าหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในการให้ข้อมูลและตอบคำถามลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว เพื่อสามารถตอบสนองให้ลูกค้าสามารถทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หลักสูตรที่เปิดสอนได้ทันที

6. ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนภาษาอังกฤษโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 2,000 บาท และมีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการเรียนภาษาอังกฤษต่อคอร์ส (คอร์สละ 30 ชั่วโมง) ควรเป็นราคา 2,000 - 2,500 บาท มากที่สุด สถาบันภาษาฯ ควรกำหนดรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนรวมค่าน้ำหนังสือไม่ต้องจ่ายเพิ่มเติมภายหลัง โดยมีค่าเรียนภาษาอังกฤษคอร์สละ 30 ชั่วโมง รวมค่าน้ำหนังสือ ในช่วงราคา 2,000 - 2,500 บาท ทั้งนี้ อาจทำการกำหนดราคาหลักสูตรที่มีราคาไม่สูง เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างแรงจูงใจให้นักเรียนผู้ปกครองสนใจมาสมัครเรียน และลูกค้าเดิมได้มีโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยกำหนดราคาหลักสูตรที่มีจำนวนชั่วโมงน้อยกว่า 30 ชั่วโมง ในราคาต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือนเพิ่มเติม เพื่อให้กลุ่มลูกค้ามีความรู้สึกว่าการเรียนภาษาอังกฤษนั้นมีราคาไม่แพง คຸ້ມຄຳກັບຈຳນວນເງິນທີ່ຕ້ອງຈ່າຍ_และควรเพิ่มช่องทางการชำระค่าเรียนให้สามารถชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ ธนาคารและชำระเงิน โดยใช้บัตรเครดิตได้ เพื่อความสะดวกสำหรับผู้ติดต่อใช้บริการ

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าควรเน้นการแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการให้ส่วนลดที่มีรายละเอียดชัดเจน โดยเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เว็บไซต์ และการแจกใบปลิวประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ควรมีการให้ส่วนลดค่าเรียนเมื่อลงทะเบียนต่อเนื่องเพื่อรักษฐานลูกค้าเดิม และมีการให้ส่วนลดในการชักชวนบุคคลอื่นมาเรียน เช่น อาจทำการให้ของสมนาคุณต่างๆสำหรับนักเรียนที่แนะนำลูกค้าเข้ามาสมัครเรียนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และทำการสมัครลงทะเบียนเรียนหลักสูตรของสถาบันภาษาจะได้รับส่วนลดค่าเรียนเพื่อเป็นการชักชวนและจูงใจให้กับนักเรียนในการแนะนำลูกค้าเป้าหมายมาเรียนกับทางสถาบันภาษาฯ รวมถึงการทำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เพื่อส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ โปรโมชั่น ส่งเสริมกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นยอดขายเป็นระยะ โดยพิจารณาตามความเหมาะสมของโอกาส และสถานการณ์ตลาดและสภาวะเศรษฐกิจในขณะนั้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

ควรมีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน ที่มีบริการอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ทราบข้อมูลในแต่ละด้านที่ครบถ้วนซึ่งเกิดจากการใช้บริการจริง ทั้งในด้านความพอใจ ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะ เป็นต้น