

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษานี้ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 132 ชุด โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้ 132 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วนได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ให้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการศึกษานี้ได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21 – 25 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคยใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนมาก่อน แต่เพื่อวัตถุประสงค์ นำไปใช้ในการศึกษาต่อ จึงตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ซึ่งจะใช้บริการในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลาช่วง 16.00 – 20.00 น. มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหลักสูตรอยู่ระหว่าง 4,001 – 6,000 บาท และส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลของโรงเรียนสอนภาษาจีน จากอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำมาสรุป และเรียงลำดับการให้ความสำคัญของผู้ใช้บริการได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านราคา เป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตร หรือชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่น รองลงมาคือ มีการแจ้งรายละเอียด ค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ชัดเจน ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือต่อชั่วโมงมิให้เลือกหลายระดับ
2. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เป็นอันดับ 2 อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดจำนวนนักเรียนในแต่ละชั้น รองลงมาคือ โรงเรียนสามารถจัดวัน และเวลาเรียนตามที่ผู้เรียนต้องการได้ ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ สามารถสมัครเรียนได้หลายทาง
3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (หลักสูตร) เป็นอันดับ 3 อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของเนื้อหาหลักสูตรตรงกับความคาดหวัง รองลงมาคือ โรงเรียนมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย ทันสมัย ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร
4. ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นอันดับ 4 อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของผู้สอนมีวิธีการสอนที่น่าสนใจ รองลงมาคือ ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้มีความเข้าใจ ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจ
5. ปัจจัยด้านสถานที่ เป็นอันดับ 5 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของสถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน และอยู่ในทำเลที่ปลอดภัย มีสภาพแวดล้อมโดยรอบ ๆ โรงเรียนที่ดี รองลงมาคือ มีรถโดยสารสาธารณะผ่าน ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ และการเดินทางมีความสะดวก

6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นอันดับ 6 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของอาคาร สถานที่ ตลอดจนห้องเรียนสะอาดจัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน รองลงมาคือ มีการจัดวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสม ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับ 7 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียน รองลงมาคือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีการมอบของที่ระลึก และมีส่วนลดให้

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ดังนี้ ในด้านราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมงไม่ควรแพงเกินไป ส่วนด้านเวลาเรียนควรเรียนตามเวลาที่กำหนด และให้ครบชั่วโมงเรียน

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

การทดสอบสมมติฐานข้อ 1

H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกัน จำแนกตามเพศชาย และเพศหญิง

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกัน จำแนกตามเพศชาย และเพศหญิง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test) ปรากฏดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ผู้บริ โภคเพศชายกับเพศหญิง ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ด้านเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับ ความคาดหวัง โดยผู้บริ โภคเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับต่ำกว่าผู้บริ โภคเพศหญิง ด้าน โรงเรียน มีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย ทันสมัย และด้านมีการสอนเสริมนอกตำราเรียน โดยผู้บริ โภคเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับต่ำกว่าเพศชาย

ผู้บริ โภคเพศชายกับเพศหญิง ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร มีสื่อการสอนที่ทันสมัย หลักสูตรการสอนมีทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติ

จริง มีการทดสอบความรู้ก่อนเรียน ผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา หลักสูตรได้รับการอนุมัติจาก
กระทรวงศึกษาธิการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ผู้บริโภคนเพศชายกับเพศหญิง ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ด้านมีการแจ้งรายละเอียด
ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ชัดเจน โดยผู้บริโภคนเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับต่ำกว่าเพศ
ชาย

ผู้บริโภคนเพศชายกับเพศหญิง ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ด้านอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตร
หรือชั่วโมง อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือต่อชั่วโมงมิให้เลือกลหลายระดับ และอัตราค่าเรียนต่อ
หลักสูตรหรือชั่วโมงเมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่น

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ผู้บริโภคนเพศชายกับเพศหญิง ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ด้านการเดินทางมาเรียนมีความ
สะดวก มีรถโดยสารสาธารณะผ่าน และสภาพแวดล้อมรอบโรงเรียนดี โดยผู้บริโภคนเพศหญิง ให้
ความสำคัญในระดับต่ำกว่าเพศชาย

ผู้บริโภคนเพศชายกับเพศหญิง ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ด้านสถานที่ตั้งของโรงเรียน
อยู่ในแหล่งชุมชน มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ และอยู่ในทำเลที่ปลอดภัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ผู้บริโภคนเพศชายกับเพศหญิง ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ด้านมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของ
โรงเรียน และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยผู้บริโภคนเพศหญิง ให้
ความสำคัญในระดับต่ำกว่าผู้บริโภคนเพศชาย ส่วนด้านการแนะนำให้อักรโรงเรียนจากบุคคลที่เคยใช้
บริการ มีการมอบของที่ระลึกให้ผู้มาใช้บริการ เช่น เสื้อยืด แก้วน้ำ และมีจดหมายเชิญชวนลูกค้าใช้
บริการ ในที่นี้ผู้บริโภคนเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับต่ำกว่าเพศหญิง ส่วนในเรื่องของการมี
ส่วนลดพิเศษให้ เช่น เพิ่มชั่วโมงเรียน ลดค่าลงทะเบียนเรียน ผู้บริโภคนเพศชาย และเพศหญิงได้ให้
ความสำคัญในระดับที่เท่ากัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ผู้บริโภคนเพศชายกับเพศหญิง ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ด้านการจัดจำนวนนักเรียนในแต่ละ
ชั้นเรียน และมีการออกใบรับรองการฝึกอบรมตามหลักสูตรให้ โดยผู้บริโภคนเพศชาย ให้
ความสำคัญในระดับต่ำกว่าผู้บริโภคนเพศหญิง ส่วนในด้านที่โรงเรียนสามารถจัดวันและเวลาเรียน
ตามที่ต้องการนั้น ผู้บริโภคนเพศชาย และเพศหญิงได้ให้ความสำคัญในระดับเท่ากัน

ผู้บริโภคนเพศชายกับเพศหญิง ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ด้านมีการสอนชัดเจนให้ เมื่อ
ไม่สามารถดำเนินการเรียนการสอนได้ตามตาราง มีการแจ้งผลการเรียนให้นักเรียนทราบระหว่าง

เรียน สามารถสมัครเรียนได้หลายทาง มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย และพนักงานได้รับฝึกอบรมการนำเสนอบริการที่เป็นมาตรฐานของโรงเรียน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ผู้บริหาร โภคเภสัชกับเพศหญิง ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ด้านการบริหารงานโดยผู้มีประสบการณ์ อาจารย์ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญ ผู้สอนอธิบายในรายวิชาที่สอนอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจ อาจารย์ผู้สอนมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ พนักงานให้คำแนะนำ และให้บริการอย่างสุภาพ ตรงต่อเวลาของผู้ปฏิบัติงาน โดยผู้บริหาร โภคเภสัช ให้ความสำคัญในระดับต่ำกว่าเพศชาย ส่วนในด้านผู้สอนมีวิธีสอนที่น่าสนใจ และผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้มีความเข้าใจนั้น ผู้บริหาร โภคเภสัช ได้ให้ความสำคัญในระดับต่ำกว่าเพศหญิง

ผู้บริหาร โภคเภสัชกับเพศหญิง ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ด้านผู้สอนดูแลเอาใจใส่ต่อผู้เรียน และพนักงานมีบุคลิกภาพ มีมนุษยสัมพันธ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ผู้บริหาร โภคเภสัชกับเพศหญิง ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ด้านมีการจัดวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสม มีป้ายชื่อโรงเรียนที่เห็นได้อย่างชัดเจน และโรงเรียนจัดให้มีอาหารเครื่องดื่มไว้จำหน่าย โดยผู้บริหาร โภคเภสัช ให้ความสำคัญในระดับต่ำกว่าเพศชาย

ผู้บริหาร โภคเภสัชกับเพศหญิง ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ด้านอาคาร สถานที่ ห้องเรียนสะอาด จัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ให้บริการ

การทดสอบสมมติฐานข้อ 2

H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามช่วงอายุ

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกันจำแนกตามช่วงอายุ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยสถิติการทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ปรากฏดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ผู้บริหาร โภคอายุต่ำกว่า 15 ปี อายุ 15 – 20 ปี อายุ 21 – 25 ปี อายุ 26 – 30 ปี อายุ 31 – 35 ปี และอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ด้านเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ โรงเรียนมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลายทันสมัย ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร มีสื่อการสอน

ที่ทันสมัยและเหมาะสม หลักสูตรการสอนมีทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติจริง ทดสอบความรู้ก่อนเรียน ผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา หลักสูตรได้รับการอนุมัติจากกระทรวงศึกษาธิการ และมีการสอนเสริม นอกตำราเรียน

ผู้บริโภคมียุ่ต่ำกว่า 15 ปี อายุ 15 – 20 ปี อายุ 21 – 25 ปี อายุ 26 – 30 ปี อายุ 31 – 35 ปี และอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้เท่ากับ 0.038 จึงทำการเปรียบเทียบค่าพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลปรากฏว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภค อายุ 26 - 30 ปี แตกต่างกับคะแนนเฉลี่ยของ อายุ 15 – 20 ปีและอายุ 21 – 25 ปี, อายุ 31 – 35 ปี แตกต่างกับคะแนนเฉลี่ยของอายุ อายุ 21 – 25 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ผู้บริโภคมียุ่ต่ำกว่า 15 ปี อายุ 15 – 20 ปี อายุ 21 – 25 ปี อายุ 26 – 30 ปี อายุ 31 – 35 ปี และอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือ ชั่วโมง อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือต่อชั่วโมง มีให้เลือกหลายระดับ อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรต่อ ชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่น และมีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ชัดเจน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ

ผู้บริโภคมียุ่ต่ำกว่า 15 ปี อายุ 15 – 20 ปี อายุ 21 – 25 ปี อายุ 26 – 30 ปี อายุ 31 – 35 ปี และอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านสถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ การเดินทางมาเรียนมีความสะดวก อยู่ในทำเลที่ปลอดภัย มีรถโดยสารสาธารณะผ่าน สภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงเรียนดี

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ผู้บริโภคมียุ่ต่ำกว่า 15 ปี อายุ 15 – 20 ปี อายุ 21 – 25 ปี อายุ 26 – 30 ปี อายุ 31 – 35 ปี และอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียน มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ การแนะนำให้ผู้รู้จักโรงเรียนจากบุคคลที่เคยใช้บริการ มีการมอบของที่ระลึกให้ผู้มาใช้บริการ มีจดหมายเชิญชวนลูกค้าใช้บริการ และมีส่วนลดพิเศษให้

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ผู้บริโภคมียุ่ต่ำกว่า 15 ปี อายุ 15 – 20 ปี อายุ 21 – 25 ปี อายุ 26 – 30 ปี อายุ 31 – 35 ปี และอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านการจัดจำนวนนักเรียนในแต่ละชั้นเรียน โรงเรียนสามารถจัดวันและเวลาเรียนตามที่คุณเรียนต้องการ มีการสอนชัดเจนให้ เมื่อไม่สามารถ

ดำเนินการเรียนการสอนได้ตามตาราง มีการแจ้งผลการเรียนให้นักเรียนทราบระหว่างเรียน มีการออกไปรับรองการฝึกอบรมตามหลักสูตรให้ สามารถสมัครเรียนได้หลายทาง มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย และพนักงาน ได้รับฝึกอบรมการนำเสนอบริการที่เป็นมาตรฐานของโรงเรียน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ผู้บริโภควัยต่ำกว่า 15 ปี อายุ 15 – 20 ปี อายุ 21 – 25 ปี อายุ 26 – 30 ปี อายุ 31 – 35 ปี และอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านการบริหารงาน โดยผู้มีประสบการณ์ อาจารย์ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญ ผู้สอนอธิบายในรายวิชาที่สอนอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจ ผู้สอนมีวิธีสอนที่น่าสนใจ ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้มีความเข้าใจ ผู้สอนดูแลเอาใจใส่ต่อผู้เรียน อาจารย์ผู้สอนมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ พนักงานมีบุคลิกภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ มีพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีพนักงานให้คำแนะนำ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และการตรงต่อเวลาของผู้ปฏิบัติงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ผู้บริโภควัยต่ำกว่า 15 ปี อายุ 15 – 20 ปี อายุ 21 – 25 ปี อายุ 26 – 30 ปี อายุ 31 – 35 ปี และอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านอาคาร-สถานที่ ห้องเรียนสะอาด จัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน มีการจัดวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสม มีป้ายชื่อโรงเรียนที่เห็นได้อย่างชัดเจน โรงเรียนจัดให้มีอาหารเครื่องดื่มไว้จำหน่าย และมีสิ่งอำนวยความสะดวก

การทดสอบสมมติฐานข้อ 3

H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามระดับการศึกษา

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกันจำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยสถิติการทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ปรากฏดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้บริโภคระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ระดับมัธยมศึกษา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ด้านเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ โรงเรียนมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลายทันสมัย ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร มีสื่อการสอนที่ทันสมัยและเหมาะสม

หลักสูตรการสอนมีทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติจริง ทดสอบความรู้ก่อนเรียน ผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา หลักสูตรได้รับการอนุมัติจากกระทรวงศึกษาธิการ และมีการสอนเสริมนอกตำราเรียน

ผู้บริโภคระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ระดับมัธยมศึกษา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้เท่ากับ 0.016 จึงทำการเปรียบเทียบค่าพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลปรากฏว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีแตกต่าง กับคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภคในระดับมัธยมศึกษา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้บริโภคระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ระดับมัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมง อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือต่อชั่วโมง มิให้เลือกลหลายระดับ อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรต่อชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่น และมีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ชัดเจน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้บริโภคระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ระดับมัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านสถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ การเดินทางมาเรียนมีความสะดวก อยู่ในทำเลที่ปลอดภัย มีรถโดยสารสาธารณะผ่านสภาพแวดล้อมรอบโรงเรียนดี

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้บริโภคระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ระดับมัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียน มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ การแนะนำให้ผู้รู้จักโรงเรียนจากบุคคลที่เคยใช้บริการ มีการมอบของที่ระลึกให้ผู้มาใช้บริการ และมีส่วนลดพิเศษให้

ผู้บริโภคระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ระดับมัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านมีจดหมายเชิญชวนลูกค้าใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้เท่ากับ 0.027 จึงทำการเปรียบเทียบค่าพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลปรากฏว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภค ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกับคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภคในระดับมัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอุดมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้บริโภคระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ระดับมัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านการจัดจำนวนนักเรียนในแต่ละชั้นเรียน โรงเรียนสามารถจัดวันและเวลาเรียนตามที่คุณเรียนต้องการ มีการสอนชัดเจนให้ เมื่อไม่สามารถดำเนินการเรียนการสอนได้ตามตาราง มีการแจ้งผลการเรียนให้นักเรียนทราบระหว่างเรียน มีการออกใบรับรองการฝึกอบรมตามหลักสูตรให้ สามารถสมัครเรียนได้หลายทาง มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย และพนักงานได้รับฝึกอบรมการนำเสนอบริการที่เป็นมาตรฐานของโรงเรียน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้บริโภคระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ระดับมัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านการบริหารงานโดยผู้มีประสบการณ์ อาจารย์ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญ ผู้สอนอธิบายในรายวิชาที่สอนอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจ ผู้สอนมีวิธีสอนที่น่าสนใจ ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้มีความเข้าใจ ผู้สอนดูแลเอาใจใส่ต่อผู้เรียน อาจารย์ผู้สอนมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ พนักงานมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีพนักงานให้คำแนะนำ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และการตรงต่อเวลาของผู้ปฏิบัติงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้บริโภคระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ระดับมัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านอาคาร-สถานที่ ห้องเรียนสะอาด จัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน มีการจัดวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสมมีป้ายชื่อโรงเรียนที่เห็นได้อย่างชัดเจน โรงเรียนจัดให้มีอาหารเครื่องดื่มไว้จำหน่าย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ

การทดสอบสมมติฐานข้อ 4

H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามระดับอาชีพ

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกันจำแนกตามระดับอาชีพ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยสถิติการทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ปรากฏดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ โรงเรียนมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลายทันสมัย ชื่อเสียงของโรงเรียน ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร มีสื่อการสอนที่ทันสมัยและเหมาะสม หลักสูตรการสอนมีทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติจริง ผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา และหลักสูตรได้รับการอนุมัติจากกระทรวงศึกษาธิการ

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านมีการทดสอบความรู้ก่อนเรียน และด้านการสอนเสริมนอกตำราเรียน ดังนี้

ด้านการทดสอบความรู้ก่อนเรียน มีนัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้เท่ากับ 0.002 จึงทำการเปรียบเทียบค่าพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลปรากฏว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา แตกต่างกับคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภคาชีพข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ด้านการสอนเสริมนอกตำราเรียน มีนัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้เท่ากับ 0.019 จึงทำการเปรียบเทียบค่าพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลปรากฏว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภคาชีพข้าราชการ แตกต่างกับคะแนนเฉลี่ยของอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และอาชีพส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมง อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือต่อชั่วโมง มีให้เลือกหลายระดับ อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรต่อชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่น และมีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ชัดเจน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านสถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ การเดินทางมาเรียนมีความสะดวก อยู่ในทำเลที่ปลอดภัย มีรถโดยสารสาธารณะผ่าน สภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงเรียนดี

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียน มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ การแนะนำให้รู้จักโรงเรียนจากบุคคลที่เคยใช้บริการ มีการมอบของที่ระลึกให้ผู้มาใช้บริการ มีจดหมายเชิญชวนลูกค้าใช้บริการ และมีส่วนลดพิเศษให้

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านมีจดหมายเชิญชวนลูกค้าใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้เท่ากับ 0.046 จึงทำการเปรียบเทียบค่าพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลปรากฏว่าจะแนบเฉลี่ยของผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาแตกต่าง กับคะแนนเฉลี่ยของพนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง และข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านการจัดจำนวนนักเรียนในแต่ละชั้นเรียน โรงเรียนสามารถจัดวันและเวลาเรียนตามที่คุณเรียนต้องการ มีการสอนชัดเจนให้ เมื่อไม่สามารถดำเนินการเรียนการสอนได้ตามตาราง มีการแจ้งผลการเรียนให้นักเรียนทราบระหว่างเรียน มีการออกไปรับรองการฝึกอบรมตามหลักสูตรให้ สามารถสมัครเรียนได้หลายทาง มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย และพนักงานได้รับฝึกอบรมการนำเสนอบริการที่เป็นมาตรฐานของโรงเรียน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านการบริหารงานโดยผู้มีประสบการณ์ อาจารย์ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญ ผู้สอนอธิบายในรายวิชาที่สอนอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจ ผู้สอนมีวิธีสอนที่น่าสนใจ ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้มี

ความเข้าใจ ผู้สอนดูแลเอาใจใส่ต่อผู้เรียน พนักงานมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีพนักงานให้คำแนะนำ และการตรงต่อเวลาของผู้ปฏิบัติงาน

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านผู้สอนมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ และด้านพนักงานให้บริการอย่างสุภาพ ดังนี้

ด้านผู้สอนมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้เท่ากับ 0.019 จึงทำการเปรียบเทียบค่าพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลปรากฏว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา กับคะแนนเฉลี่ยของอาชีพข้าราชการ และคะแนนเฉลี่ยของอาชีพข้าราชการ กับคะแนนเฉลี่ยของอาชีพส่วนตัว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ด้านพนักงานให้บริการอย่างสุภาพ มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้เท่ากับ 0.032 จึงทำการเปรียบเทียบค่าพหุคูณด้วยวิธีLSD ผลปรากฏว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา กับคะแนนเฉลี่ยของอาชีพข้าราชการ และคะแนนเฉลี่ยของอาชีพข้าราชการ กับคะแนนเฉลี่ยของอาชีพส่วนตัว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภคาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ข้าราชการ ประกอบอาชีพส่วนตัว และอื่น ๆ (ไม่มีงานทำ) ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านอาคาร สถานที่ ห้องเรียน สะอาด จัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน มีการจัดวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสมมีป้ายชื่อโรงเรียนที่เห็นได้อย่างชัดเจน โรงเรียนจัดให้มีอาหารเครื่องดื่มไว้จำหน่าย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ

การทดสอบสมมติฐานข้อ 5

H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามรายได้

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกันจำแนกตามรายได้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยสถิติการทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ปรากฏดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ผู้บริโภครายได้ ยังไม่มีรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านเนื้อหาของหลักสูตรตรงกับความต้องการ โรงเรียนมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลายทันสมัย ชื่อเสียงของโรงเรียน ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร มีสื่อการสอนที่ทันสมัยและเหมาะสม หลักสูตรการสอนมีทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติจริง ผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา หลักสูตรได้รับการอนุมัติจากกระทรวงศึกษาธิการ และมีการสอนเสริมนอกตำราเรียน

ผู้บริโภครายได้ ยังไม่มีรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านมีการทดสอบความรู้ก่อนเรียน ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้เท่ากับ 0.017 จึงทำการเปรียบเทียบค่าพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลปรากฏว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภครายได้ ยังไม่มีรายได้แตกต่าง กับคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภครายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้

ผู้บริโภครายได้ ยังไม่มีรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมง อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือต่อชั่วโมง มีให้เลือกหลายระดับ อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรต่อชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่น และมีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ชัดเจน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้

ผู้บริโภครายได้ ยังไม่มีรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านสถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ การเดินทางมาเรียนมีความสะดวก อยู่ในทำเลที่ปลอดภัย มีรถโดยสารสาธารณะผ่านสภาพแวดล้อมรอบโรงเรียนดี

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ผู้บริโภครายได้ ยังไม่มีรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียน มีการโฆษณาและ

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ การแนะนำให้ผู้จักโรงเรียนจากบุคคลที่เคยใช้บริการ มีการมอบของที่ระลึกให้ผู้มาใช้บริการ มีจดหมายเชิญชวนลูกค้าใช้บริการ และมีส่วนลดพิเศษให้

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้

ผู้บริโภค ยังไม่มีรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านการจัดจำนวนนักเรียนในแต่ละชั้นเรียน โรงเรียนสามารถจัดวันและเวลาเรียนตามที่คุณเรียนต้องการ มีการสอนชัดเจน เมื่อไม่สามารถดำเนินการเรียนการสอนได้ตามตาราง มีการแจ้งผลการเรียนให้นักเรียนทราบระหว่างเรียน มีการออกไปรับรองการฝึกอบรมตามหลักสูตรให้ สามารถสมัครเรียนได้หลายทาง มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย และพนักงานได้รับฝึกอบรมการนำเสนอบริการที่เป็นมาตรฐานของโรงเรียน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้

ผู้บริโภค ยังไม่มีรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านการบริหารงานโดยผู้มีประสบการณ์ อาจารย์ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญ ผู้สอนอธิบายในรายวิชาที่สอนอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจ ผู้สอนมีวิธีสอนที่น่าสนใจ ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้มีความเข้าใจ ผู้สอนดูแลเอาใจใส่ต่อผู้เรียน ผู้สอนมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ พนักงานมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีพนักงานให้คำแนะนำ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และการตรงต่อเวลาของผู้ปฏิบัติงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้

ผู้บริโภค ยังไม่มีรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันด้านอาคาร สถานที่ ห้องเรียนสะอาด จัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน มีการจัดวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสมมีป้ายชื่อโรงเรียนที่เห็นได้อย่างชัดเจน โรงเรียนจัดให้มีอาหารเครื่องดื่มไว้จำหน่าย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 องค์ประกอบ (7P's) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ

ให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา รองลงมาด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ ตามลำดับ ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดในการศึกษาดังนี้

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในด้านอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่นแล้ว รองลงมาคือ มีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ชัดเจน และต่ำสุดคือ อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือต่อชั่วโมงมิให้เลือกหลายระดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักการตลาด การตั้งราคาหลักสูตรของ สุดารัตน์ ศิริเมือง และน้ำฝน กัลญา (2546 : 55) ได้กล่าวว่า การกำหนดราคาเป็นสิ่งที่ตลาดค่อนข้างให้ความสำคัญ จำเป็นที่จะต้องสำรวจความต้องการหรือประเมินสภาพการแข่งขันให้ดีเสียก่อน การตั้งราคาในที่นี้เป็นการตั้งราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกำหนดราคาตามที่เราคิดว่าลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของเราเต็มใจจ่าย ซึ่งจะต้องมีการพิจารณาการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย ปฏิภานของผู้บริโภค คู่แข่งขัน และปัจจัยในทุก ๆ ด้าน โดยวิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่ม ส่วนลด เงื่อนไขการขาย เงื่อนไขการชำระเงิน จะต้องพิจารณากำหนดให้ถูกต้อง จึงจะทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจเลือกสินค้า เกิดการเปรียบเทียบและประเมินทางเลือก และตัดสินใจซื้อบริการในที่สุด ตามแนวคิดการตัดสินใจตามกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคของ มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา (2554 : 154 – 160) นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับการศึกษาของ พวงเพชร อินตายวง (2554) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาดังกล่าว พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านราคา ในระดับมาก คือ อัตราค่าเรียนที่เหมาะสม รองลงมาคือ มีส่วนลดในการเรียนหลายวิชา นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับการศึกษาของ บินซาคี และอีควูลูโก (A.Binsardi and F.Ekwulugo) (2546) ที่ได้ศึกษาถึงการรับรู้ของนักศึกษาต่างชาติเกี่ยวกับการศึกษาของประเทศอังกฤษ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ค่าใช้จ่ายในการศึกษานั้น เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในด้านการจัดจำนวนนักเรียนในแต่ละชั้น และโรงเรียนสามารถจัดวันและเวลาเรียนตามที่คุณเรียนต้องการได้ รองลงมา คือ มีการสอนชัดเจนให้ เมื่อไม่สามารถดำเนินการเรียนการสอนได้ตามตาราง และส่วนที่ให้ความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ สามารถสมัครเรียนได้หลายช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทาง

การตลาดบริการของ ทรงกลด แสงผล (2552 : 4 - 7) ได้กล่าวว่า วิธีการดำเนินงานขององค์กรที่เป็นกระบวนการและขั้นตอน ถ้าการออกแบบทำได้ดี การส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพ แต่หากออกแบบขั้นตอนการบริการไม่ดีพอ ก็อาจจะทำให้ลูกค้ารู้สึกรำคาญหรือไม่พอใจ และกลายเป็นความล้มเหลวในที่สุด ดังนั้นเพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าควรมีการออกแบบระบบที่มีความหลากหลาย คือ ต้องพิจารณาถึงควมมีอิสระ ความยืดหยุ่น และความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับของการทำงานได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความไว้วางใจของลูกค้าตามแนวคิดคุณภาพการให้บริการของ ชีริกิตติ นวรัตน์ ณ อยุรยา (2549 : 183 - 185) นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ที่ได้ศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในระดับมาก คือ มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน รองลงมาคือทางโรงเรียนสามารถที่จะสอนครบหลักสูตร ได้ตามกำหนดเวลา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในด้านเนื้อหา หลักสูตร ตรงกับความคาดหวัง และมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย รองลงมาคือ ชื่อเสียงของโรงเรียน และค่าสุด ได้แก่ ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ทรงกลด แสงผล (2552 : 4 - 7) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์จะต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ โรงเรียนสอนภาษา คือ หลักสูตรการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอน ครูผู้สอนและภาพพจน์ของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ ที่จะต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (2552) ได้ศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดน่าน พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่องความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนเป็นอันดับแรก ทั้งนี้ยังได้สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นรินทร์ (2554) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดสมุทรสาคร ในการเลือกสถาบันกวดวิชา พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตรและเอกสาร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เนื้อหาเจาะลึกรายวิชา เนื้อหาที่จะเรียนล่วงหน้าตรงกับแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในด้านผู้สอนมีวิธีการสอนที่น่าสนใจ รองลงมา ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้มีความเข้าใจ และต่ำสุด ได้แก่ ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ทรวงกลด แสงผล (2552 : 4 - 7) ได้กล่าวว่า บุคคลหรือพนักงาน เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการในแต่ละธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นตลอดจนการให้บริการสิ้นสุดลง พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและตอบสนองต่อลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง รวมถึงสร้างเทคนิคการจดจำ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ และสามารถสร้างค่านิยมให้กับโรงเรียนอีกด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาหลาย ๆ เรื่อง เช่น อรพิน ปินตา (2550) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยด้านบุคลากร ตามด้วยด้านผลิตภัณฑ์ และณัฐวุฒิ เหลืองพิศาลพร (2551) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาดังกล่าว พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับความสำคัญมาก ผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ เป็นอันดับแรก นอกจากนี้แล้ว พวงเพชร อินตายวง (2554) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความสำคัญที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญเรื่องของ อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของที่ตั้ง โรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน และอยู่ในทำเลที่ปลอดภัย มีสภาพแวดล้อมรอบโรงเรียนดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักการตลาดของ ศรีวิทย์ พรหมมา (2550) ได้กล่าวถึงหลักการเลือกทำเล ในปัจจุบันได้มองโอกาสธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาที่เติบโตพร้อมกับทำเลใหม่ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะ Community Mall ที่เกิดขึ้นจำนวนมาก ซึ่งในขณะเดียวกัน ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554 : 3) ก็ได้กล่าวถึงการเลือกทำเลที่ตั้งควรจะต้องอยู่ในย่านชุมชนที่บริเวณใกล้เคียงมีสถานศึกษา หน่วยงานราชการ สำนักงานต่าง ๆ มีการจราจรที่สะดวกสบาย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับอาคาร สถานที่ ตลอดจนห้องเรียนสะอาด จัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการจัดวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสม และปัจจัยที่ให้ความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียนของ สุพรรณิการ์ มาศยคง (2554 : 14 - 16) ได้กล่าวว่า การจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียนเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพล ก่อให้เกิดพฤติกรรมและคุณลักษณะของผู้เรียนเป็นอย่างดี โรงเรียนที่มีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี จะส่งผลให้ผู้เรียนมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีตามไปด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านเรื่องของการมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียนเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ ส่วนเรื่องที่ทำให้ความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีการมอบของที่ระลึก และมีส่วนลดพิเศษให้ ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวคิดหลักการตลาดของ สุภารัตน์ สิริเมือง และน้ำฝน กัลญา (2546 : 72 - 75) กล่าวว่า โดยปกติ เมื่อมีการออกสินค้าใหม่ ควรมีการทำกิจกรรมการตลาดเพื่อสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าน่าจะมาใช้บริการกับเราได้ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นที่รู้จักในตลาด การทำกิจกรรมทางการตลาดผ่านเครื่องมือต่าง ๆ ที่ผสมผสานกันตามรูปแบบการตลาดสมัยใหม่เป็นสิ่งที่ควรต้องทำ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดการแสวงหาตลาดของ จิตระวี ทองเถา (2555) กล่าวถึงการส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจ โดยหันมาแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น ถือเป็น การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และสื่อให้เห็นถึงการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ธุรกิจเกิดบทบาทสำคัญในสังคม ถือเป็นการเสริมสร้างความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาวได้

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. โรงเรียนสอนภาษาจีนควรตระหนักในเรื่องการตั้งราคาหลักสูตร โดยมีราคาหลักสูตรที่เหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียน ซึ่งไม่แพงจนเกินไป เพราะราคาหลักสูตรเป็นปัจจัยอันดับหนึ่งส่งผลให้ผู้เรียนตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน
2. โรงเรียนสอนภาษาจีน ควรมีการให้บริการที่ดี โดยเน้นในเรื่องของการจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียน ให้อยู่ในจำนวนที่เหมาะสม ไม่มากจนเกินไป เพราะผู้สอนอาจดูแลได้ไม่ทั่วถึงทั้งหมด ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถรับรู้สิ่งที่เรียนได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้โรงเรียนยังจะต้องคำนึงถึงเรื่องวันเวลาเรียน ซึ่งต้องสามารถจัดวันและเวลาเรียนตามที่คุณเรียนต้องการได้ให้มากที่สุด

3. โรงเรียนสอนภาษาจีนควรให้ความสำคัญและรักษาคุณภาพมาตรฐานในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องเนื้อหาหลักสูตรตรงกับความต้องการ และวิธีการสอนที่น่าสนใจ

4. เนื่องจากผู้เรียนภาษาจีนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้เรียนในระดับปริญญาตรี ผู้ประกอบการควรมีการจัดการเรียนการสอนและหลักสูตรการสอน ตลอดจนมองถึงความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ

5. โรงเรียนควรเลือกสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับช่วงเวลาในการทำตลาดของโรงเรียน อย่างเช่น มีการจัดทำเว็บไซต์ของโรงเรียนในช่วงเริ่มธุรกิจใหม่ ซึ่งจะเป็นการสร้างฐานข้อมูลของโรงเรียน เพื่อที่จะทำการเผยแพร่รายละเอียดข้อมูลต่างๆ แก่ผู้ที่สนใจ ทั้งนี้ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกระจายข่าวสาร ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น มีการทำใบปลิวแจกตามสถานศึกษาต่างๆ เพื่อเป็นการโฆษณาเมื่อโรงเรียนได้ทำการเปิดหลักสูตรใหม่ เป็นต้น

6. โรงเรียนควรให้ความสำคัญในเรื่องของสิ่งแวดล้อม โดยรอบของสถานที่ตั้งโรงเรียน รวมถึงภายในโรงเรียน จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำให้สะอาดอยู่เสมอ จัดเก็บสิ่งของให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ให้ภาพรวมออกมาดูดี ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้เรียน และบุคคลที่เข้ามาติดต่อภายในโรงเรียนอีกด้วย

7. โรงเรียนสอนภาษาจีนควรวางแผนทางการตลาดให้มีความสอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

7.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โรงเรียนควรให้ความสำคัญกับการ กำหนดเนื้อหาหลักสูตรให้ตรงตามความคาดหวังของผู้เรียน และควรมีหลักสูตรที่หลากหลาย ทันสมัย ทั้งนี้ควรมีการให้ทำแบบทดสอบก่อนเรียน เพื่อให้ทราบทักษะของผู้เรียนแต่ละคนที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผู้สอนจะได้ถ่ายทอดได้อย่างถูกต้อง ตรงตามหลักสูตร ซึ่งทำให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ได้จริง อีกทั้งยังสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพจากการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนต่อไป

7.2 ด้านราคา อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่นแล้วควรอยู่ในเกณฑ์เหมาะสม ไม่ต่ำจนเกินไป หรือไม่สูงจนเกินไป ควรมีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ชัดเจน ดังนั้น โรงเรียนสอนภาษาจีนควรให้รายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาที่ชัดเจน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเข้าเรียน และอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมง ควรจะมีหลากหลายและมีความยุติธรรมเหมาะสม ซึ่งจะเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่ม

7.3 ด้านสถานที่ ควรพิจารณาความเหมาะสมในด้านสถานที่ตั้งของโรงเรียน ควรอยู่ในแหล่งชุมชน และมีทำเลที่ปลอดภัย มีสภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงเรียนดี ซึ่งจะทำให้เกิดมั่นใจในเรื่องของสถานที่ โดยสถานที่ตั้งของโรงเรียนจะเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้โรงเรียนควรพิจารณาเรื่องของการเดินทางมาเรียนที่มีความสะดวก และมีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพออีกด้วยเช่นกัน

7.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันของโรงเรียนอยู่เสมอ สำหรับการนำเสนอข่าวสารของโรงเรียน และอีกทั้งเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์จุดเด่นของโรงเรียน ให้เป็นที่รู้จักกันในวงกว้างอีกด้วย มีการสร้างความประทับใจให้กับผู้เรียนเดิม เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ ในลักษณะปากต่อปาก นอกจากนี้แล้วเมื่อทางโรงเรียนออกหลักสูตรใหม่ ควรทำการประชาสัมพันธ์ด้วยการแจกใบปลิว หรือติดป้ายโฆษณาในสถานที่ชุมชนต่าง ๆ ด้วย เพื่อแสวงหากลุ่มลูกค้ารายใหม่

7.5 ด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนควรพิจารณากระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับการเรียนการสอน จุดประสงค์เพื่อรักษาผู้เรียนเดิมไว้ และเพิ่มผู้เรียนรายใหม่ โดยสร้างการบริการที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจ เน้นให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของการรับรู้ที่จะเกิดขึ้นกับตัวผู้เรียน ทั้งนี้สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือ การจัดจำนวนผู้เรียนให้เหมาะสมต่อห้องเรียน เพื่อการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพของตัวผู้เรียนเอง และสามารถจัดวัน เวลาเรียนตามที่ผู้เรียนต้องการได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เรียน มีการขจัดเวลาเรียนให้ เมื่อไม่สามารถดำเนินการสอนได้ตามตาราง

7.6 ด้านบุคลากร นอกจากการพิจารณาคัดเลือกอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถ และเชี่ยวชาญแล้ว โรงเรียนจะต้องให้ความสำคัญในด้านวิธีการสอนที่น่าสนใจ ในการสอนตามหลักสูตรนั้นผู้สอนต้องอธิบายให้ตรงตามเนื้อหาวิชา เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความเข้าใจอย่างถูกต้องในเนื้อหาวิชานั้น ๆ ทั้งนี้ยังควรให้ความสำคัญที่บุคลิกภาพและความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้สอนด้วย เพราะผู้สอนคือตัวแทนหรือภาพลักษณ์ที่สำคัญของโรงเรียน ฉะนั้นการคัดเลือกบุคลากรมาร่วมงาน ผู้ประกอบการโรงเรียนควรให้ความสำคัญในด้านคุณวุฒิ ประสบการณ์การสอน ความสามารถในการสอนที่ง่ายต่อการเข้าใจ แล้วด้านบุคลิกภาพ ควรวางกฎระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อสร้างความพร้อมในการให้บริการต่อไป

7.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนควรเน้นในด้านความสะอาด การจัดตกแต่งพื้นที่ภายในให้เหมาะสม และมีการวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสม ทำให้น่าเรียน ลูกค้าเกิดความประทับใจ อีกทั้งสถานที่ที่จะแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ผู้บริหาร โภคสามารถมองเห็นได้ ซึ่งเป็นอีกปัจจัย

สำคัญที่เกิดการกระตุ้นความต้องการเรียน และยังสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนอีกด้วย

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรจะศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาจีน
2. ควรจะศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาจีน
3. ข้อมูล พฤติกรรมในการใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ซึ่งอยู่ในส่วนที่ 2 ของการศึกษา สามารถนำไปใช้ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องในครั้งต่อไปได้

