

การศึกษาแนวทางการพัฒนาโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม
สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

อานนท์ อนันต์เกียรติกุล

TNI

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร
สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2555

A STUDY OF DEVELOPMENT GUIDELINES OF SCHOOL
OF LANGUAGE AND CULTURE
TECHNOLOGY PROMOTION ASSOCIATION (THAILAND-JAPAN)
RANGSIT BRANCH

Arnon Anankiatkul

TNI

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
in Executive Enterprise Management

Graduate School

Thai - Nichi Institute of Technology

Academic Year 2012

หัวข้อสารนิพนธ์

การศึกษาแนวทางการพัฒนา โรงเรียนภาษาและ
วัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
สาขารังสิต

โดย

อานนท์ อนันต์เกียรติกุล

สาขาวิชา

การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ดร. วุฒิ สุขเจริญ

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

..... กรรมการ

(อาจารย์ชาติชาญ โพธิ์พาด)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ดร. วุฒิ สุขเจริญ)

อานนท์ อนันต์เกียรติกุล : การศึกษาแนวทางการพัฒนาโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต. อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. วุฒิ สุขเจริญ, 59 หน้า.

การศึกษาแนวทางการพัฒนาโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความหวังและระดับการรับรู้จริงของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เก็บข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนาม ใช้แบบทดสอบกับกลุ่มประชากรตัวอย่างซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต จำนวน 224 คน การจัดทำข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริง โดยใช้ค่าสถิติ Paired-Samples T-Test ผลการศึกษามีดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 มีอายุระหว่าง 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.8 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รู้จักโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต จากเพื่อนบอก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 ให้เหตุผลที่เลือกเรียน เพราะเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 42

การศึกษาคครั้งนี้ พบว่า ระดับความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าระดับการรับรู้จริงโดยรวม และระดับความคาดหวังต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ที่อาจเป็นระดับความสำคัญในการดำเนินการพัฒนา เรียงลำดับระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ จากระดับความคาดหวังมากไปหาระดับความคาดหวังน้อย ดังนี้ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

บัณฑิตวิทยาลัย

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2555



ARNON ANANKIATKUL : A STUDY OF DEVELOPMENT GUIDELINES OF SCHOOL OF LANGUAGE AND CULTURE, TECHNOLOGY PROMOTION ASSOCIATION (THAILAND-JAPAN), RANGSIT BRANCH. ADVISOR : DR. WUT SOOKCHAROEN, 59 PP.

This Independent Study aimed to study a comparison between expectation and perception of participants in School of Language and Culture, Technology Promotion Association (Thailand-Japan), Rangsit branch. Two hundred and twenty-four customers were surveyed using a set of closed-end questions into two parts, general information and a comparison between expectation and perception. The comparison was computed by computer program. The collected data was analyzed by using Paired Samples T-Test.

The research results are the followings :

Most of respondents were female 178 persons, aged between 16-20 years old, educated in high school, have knowing the school by recommending by their friends 82 persons, reason of studying was to be benefit to their work 94 persons.

The research showed that level of expectations were above level of perceptions and level of expectations could be a priority of development from most to least expected level. Those were a mean of 4.65 for the people, a mean of 4.37 for the place, a mean of 4.35 for the process of service, a mean of 4.34 for the price, a mean of 4.33 for the product, a mean of 4.26 for the physical evidence, a mean of 4.08 for the promotion.

Graduate School

Student's Signature

Field of Study Executive Enterprise Management

Advisor's Signature

Academic Year 2012



กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ดร.วุฒิ สุขเจริญ อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์ และอาจารย์ชาติชาญ โพธิ์พาด ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้ศึกษา อีกทั้งกรุณาให้คำแนะนำและการตรวจแก้ไขงานการศึกษฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการศึกษาอย่างครบถ้วน และที่ได้กรุณาสละเวลาให้ข้อคิดเห็นและช่วยเหลือสนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับงานศึกษา จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ร่วมห้อง EEM 54 ทุกท่าน และเจ้าหน้าที่ประสานงานหลักสูตร คุณณภาพร วิจิตร สำหรับกำลังใจ ความช่วยเหลือ และความเอื้อเฟื้อ ตลอดช่วงเวลา 2 ปี ซึ่งเป็นช่วงเวลาแห่งการสรรค์สร้างประสบการณ์ที่ดีร่วมกัน

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณมารดา บิดาของผู้ศึกษา ผู้ซึ่งเป็นแรงใจ และคอยห่วงใยให้กำลังใจตลอดมา จนผู้ศึกษาสามารถก้าวมาถึงจุดนี้ได้

อานนท์ อนันต์เกียรติกุล



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูป.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
สภาวะความเป็นมา แนวทางเหตุผล และปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการศึกษา.....	2
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
แผนงานและระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	6
2 หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
หลักการพื้นฐาน.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	12
แนวคิดการพัฒนาธุรกิจบริการ.....	14
ข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม.....	16
ข้อมูลธุรกิจโรงเรียนสอนภาษา.....	18
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
3 วิธีดำเนินงานสารนิพนธ์.....	24
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	24

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	25
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
	ขั้นตอนในการศึกษา.....	26
	การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	27
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และข้อเสนอแนะ.....	29
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	29
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	29
	ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับระดับความคาดหวังต่อการศึกษาที่ โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย- ญี่ปุ่น) สาขารังสิต.....	32
	ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้จริงต่อการศึกษาที่โรงเรียน ภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต.....	35
	ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ด้านต่าง ๆ.....	37
	ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้.....	45
	ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป.....	47
	บรรณานุกรม.....	48
	ภาคผนวก.....	53
	ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	54
	ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์.....	59

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	6
2	จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถาม และคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	30
3	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการศึกษา ที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต.....	32
4	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการศึกษา ที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต.....	35
5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของโรงเรียนภาษาและ วัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต.....	38



สารบัญรูป

รูป

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....

5



บทที่ 1

บทนำ

สภาวะความเป็นมา แนวทางเหตุผล และปัญหา

ตามที่ประเทศไทย ได้เข้าร่วมในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อการเปิดเสรีทางการค้าที่จะมีขึ้นในปลายปี 2558 (กรมอาเซียน. 2555) มีความพยายามทั้งจากภาครัฐบาลและเอกชนที่จะปรับตัวรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ที่สำคัญคือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร การเตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้าจะช่วยให้ประเทศไทยได้ประโยชน์

โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม เป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดของ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2516 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสอนภาษาญี่ปุ่นให้แก่คนไทย และสอนภาษาไทยให้แก่คนญี่ปุ่น อันเป็นพื้นฐานในการถ่ายทอดเทคโนโลยี และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ปัจจุบันได้ขยายงานสู่การสอนภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเกาหลี รวมทั้งการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการศึกษา และส่งเสริมสร้างสรรคกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีในระดับนานาชาติ ซึ่งโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) มีสาขาที่เปิดให้บริการ จำนวน 3 สาขา คือ

1. สาขาสุขุมวิท เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ มีฐานลูกค้าในแถบกรุงเทพฯ ชั้นใน มีสายรถไฟฟ้าผ่านทั้ง BTS และ MRT
2. สาขารังสิต เป็นสำนักงานสาขา มีฐานลูกค้าอยู่บริเวณแถบชานเมืองจังหวัดกรุงเทพฯ และปทุมธานี ตั้งแต่บางเขน หลักสี่ ดอนเมือง รังสิต และนิคมอุตสาหกรรมนวนคร บางกะปิ ไสยเทค บางปะอิน ไรจนะ
3. สาขาศรีราชา เป็นสำนักงานสาขา (แฟรนไชส์) มีฐานลูกค้าอยู่บริเวณจังหวัดชลบุรี ธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาเป็นธุรกิจที่อยู่ในกระแสนิยม แนวโน้มธุรกิจเงินสะพัดถึงหมื่นล้าน (เออีซีจุดพลุ หมื่นล้านสถาบัน สอนภาษาเฮรัับอาเซียน. 29 สิงหาคม 2555 ถึง 31 สิงหาคม 2555) หากมีการเปิดประชาคมอาเซียน การเข้ามาในธุรกิจนี้สามารถทำได้ง่าย แต่การที่โรงเรียนสอนภาษาจะประสบความสำเร็จได้ต้องมียอดประกอบหลายอย่าง เช่น หลักสูตรการเรียนที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง เจ้าหน้าที่ควรมีความเชี่ยวชาญดี การติดต่อประสานงานมีความสะดวกรวดเร็ว

นอกเหนือจากนั้นโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ก็เหมือนธุรกิจอื่นๆ ที่ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันกับคู่แข่งทั้งรายเดิม และรายใหม่ๆ ที่เข้าสู่ตลาด จากสภาวะดังกล่าว ส่งผลให้โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) จำต้องมีการปรับตัวครั้งใหญ่ เพื่อรองรับกระแสการแข่งขันที่รุนแรง

และสภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การที่จะเป็นธุรกิจที่ครองใจลูกค้าได้ จำเป็นต้องสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ทั้งยังต้องพยายามรักษฐานลูกค้าเดิม และต้องขยายฐานลูกค้าใหม่

สำหรับโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขา รังสิต ปัจจุบันอยู่ในภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น โรงเรียนสอนภาษามีจำนวนมาก โดยพบว่าโรงเรียนสอนภาษาในแถบรังสิต มีจำนวนถึง 24 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการ ส่งเสริมการศึกษาเอกชน. 2556) จากสถิติการเก็บข้อมูลที่ผ่านมาพบว่า ช่วงในปี 2553-2555 จำนวนผู้ใช้บริการมีจำนวนลดลงเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งอาจเกิดจากกลยุทธ์ทางการตลาดของ คู่แข่งมีความหลากหลาย และสร้างแรงจูงใจเพื่อครองใจผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เช่น การสร้างความแตกต่างในด้านเทคนิคการสอน และการปรับแต่งสถานที่สอนให้มีเอกลักษณ์ เป็นต้น ทั้งนี้การลดลงของผู้ใช้บริการ อาจเกิดจากความคาดหวังในปัจจุบันด้านต่างๆ ไม่ได้รับการ ตอบสนอง เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขา รังสิต โดยการศึกษาถึงระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษา และวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะ ช่วยให้โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต นำ ข้อมูลที่ได้จะใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาให้มีคุณภาพ และตอบสนองต่อความ ต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริม เทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต
3. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนา โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริม เทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ที่กำลังเรียนอยู่ในปัจจุบัน จำนวนประมาณ 426 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 ไม่เกิน 15 ปี

1.2.2 16-20 ปี

1.2.3 21-25 ปี

1.2.4 26-30 ปี

1.2.5 31-35 ปี

1.2.6 มากกว่า 35 ปี

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

1.3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

1.3.3 อนุปริญญา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

1.3.4 ปริญญาตรี

1.3.5 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 ทำนรู้จักโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต จาก

1.4.1 แผ่นพับ

1.4.2 เพื่อนบอก

1.4.3 เว็บไซต์

1.4.4 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

1.4.5 อื่นๆ โปรดระบุ

1.5 เหตุผลที่คุณเลือกเรียนภาษามากที่สุด

1.5.1 เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน

1.5.2 ต้องการให้ผลการเรียนดีขึ้น

1.5.3 ผู้ปกครองให้เรียน

1.5.4 ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

1.5.5 อื่นๆ โปรดระบุ

2. ระดับความคาดหวังต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.2 ด้านราคา

2.3 ด้านสถานที่

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.5 ด้านบุคลากร

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

2.7 ด้านกระบวนการให้บริการ

3. ระดับการรับรู้จริงต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

3.2 ด้านราคา

3.3 ด้านสถานที่

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.5 ด้านบุคลากร

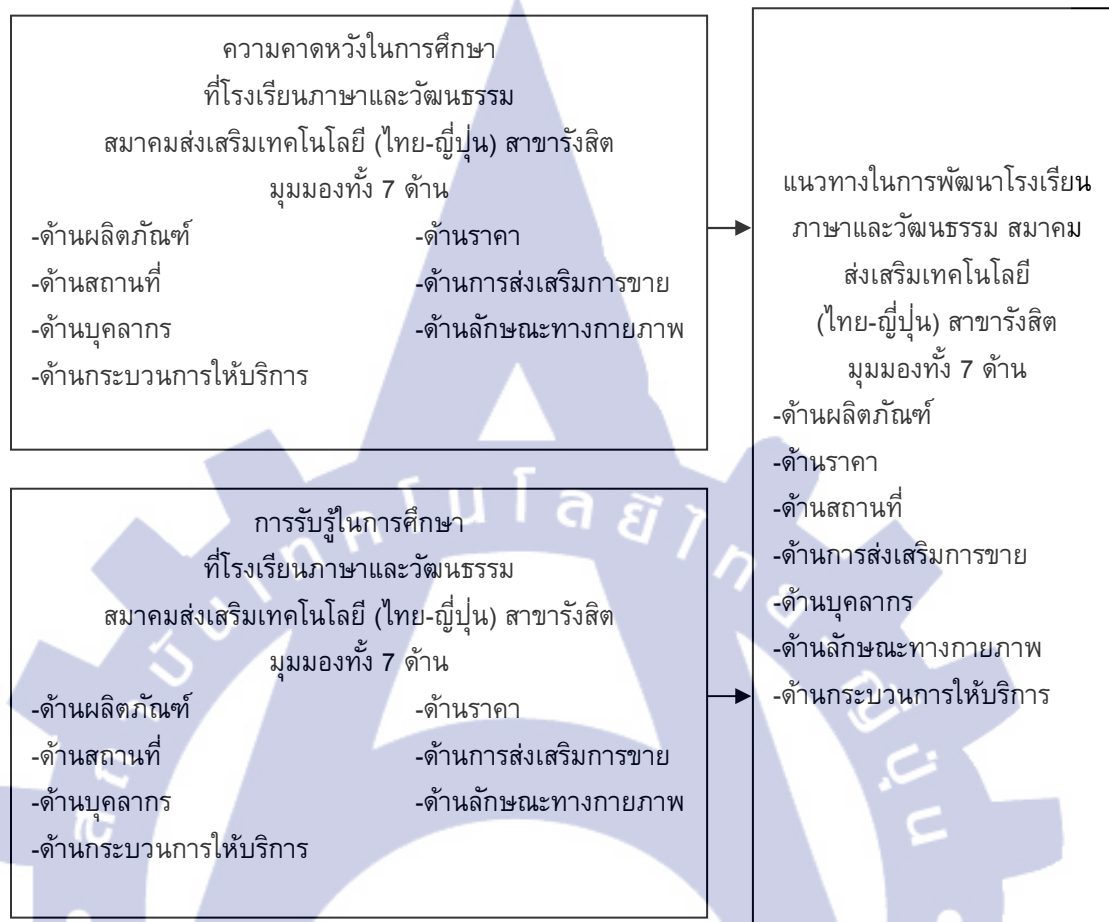
3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

3.7 ด้านกระบวนการให้บริการ

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาเรื่องนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาเป็นเวลา 5 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม 2556 ถึงเดือนพฤษภาคม 2556

กรอบแนวคิดในการศึกษา



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้บริหารสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ ใช้เป็นแนวทางการพัฒนา โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต และเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความคาดหวัง หมายถึง การแสดงออกทางความคิดถึงผลลัพธ์ในสิ่งที่ตนเองต้องการล่วงหน้า
2. การรับรู้ หมายถึง การแสดงออกทางความคิดถึงผลลัพธ์ในสิ่งที่ตนเองได้รับ

แผนงานและระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน

ลำดับ	ขั้นตอนการดำเนินงาน	2556					
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.
1	ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	✓			
2	ศึกษาสภาพปัจจุบัน และกลุ่มเป้าหมาย	✓	✓	✓			
3	สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล				✓		
4	ทดสอบและปรับปรุง					✓	
5	เก็บข้อมูล					✓	
6	แปลผล					✓	
7	จัดทำรายงานการศึกษา					✓	
8	นำเสนอผลการศึกษา					✓	
9	ปรับปรุงรายงานการศึกษา					✓	
10	จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์						✓

บทที่ 2

หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หลักการพื้นฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
3. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
4. แนวคิดการพัฒนาธุรกิจบริการ
5. ข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม
6. ข้อมูลธุรกิจโรงเรียนสอนภาษา

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555 : 12) ได้กล่าวถึง ความหมายของการบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ (2546 : 431) การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ เช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

เลิฟลีด คริสโตเฟอร์ ; และไรท์ ลอเรน (2546 : 4) นิยามของการให้บริการ (Service) มีวิธีการสองวิธีที่จะนิยามถึงเนื้อหาของคำนี้ 1) บริการ เป็นปฏิบัติการหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่าการบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ 2) บริการ เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหา คุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

กล่าวโดยสรุป การบริการ หมายถึง กระบวนการที่มีการกระทำเพื่อส่งมอบ หรือเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับการส่งมอบ และเกิดความพึงพอใจในที่สุด

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555 : 14-16) ได้กล่าวถึง ลักษณะของธุรกิจบริการไว้ ดังนี้

1. เป็นสินค้าที่ไม่อาจจับต้องได้ มีลักษณะเป็นนามธรรม
2. เป็นสินค้าที่มีคุณภาพไม่คงที่ มีความไม่แน่นอนสูง

3. เป็นสินค้าที่ไม่สามารถแยกการบริโภคบริการออกจากผู้ให้บริการได้ เนื่องจากเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน

4. เป็นสินค้าที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ เนื่องจากไม่ได้อยู่ในรูปแบบของสินค้าคงคลัง

5. ผู้บริโภคมีส่วนในการสร้างงานบริการ ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะของผู้บริโภคแต่ละคน

6. การบริการจำเป็นต้องใช้แรงงานคน

7. ลูกค้าจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจในทันที

8. ผลของการบริการเกิดขึ้นตลอดเวลา และแปรผลอย่างรวดเร็ว

9. ผลของการบริการเชื่อมโยงไปถึงคนและองค์กรทั้งในแง่ดีและแง่ไม่ดี

10. ผิดพลาดแล้วชดเชยด้วยสิ่งอื่นไม่ได้ นอกจากลดความไม่พึงพอใจลงบ้าง

11. สร้างทัศนคติที่ดีและไม่ดีต่อบุคคลและองค์กรได้อย่างมาก

12. สร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรเป็นเวลานาน ติดอยู่ในความทรงจำนาน

13. หากเกิดการบกพร่องจะเห็นได้ชัดและทันที

14. คนเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้างและทำลายงานบริการ

นฤมล สุ่นสวัสดิ์ (2549 : 25) ได้กล่าวถึง ลักษณะของการบริการว่าแตกต่างจากสินค้าที่มีตัวตน คือ สัมผัสไม่ได้ แบ่งแยกไม่ได้ มีความหลากหลายและเสียหายได้ง่าย

กล่าวโดยสรุปว่า ลักษณะของการบริการนั้นเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ มีความเกี่ยวข้องร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยอาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความต้องการของผู้รับบริการ คุณภาพหรือผลลัพธ์ของงานบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555 : 27-28) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการบริการว่ามี 3 ประการ คือ ผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ และตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งตัวสินค้าหรือบริการ แบ่งได้ 2 ส่วน คือ ฮาร์ดแวร์ สิ่งที่ต้องจับต้องได้ สามารถหาซื้อมาได้ด้วยเงิน ซึ่งไม่ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน เพราะอุปกรณ์และเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ หากใครต้องการให้ฮาร์ดแวร์ของตนเหนือกว่าคู่แข่ง ก็สามารไปซื้อหามาใช้ได้ จึงไม่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่ซอฟต์แวร์ หรือการบริการ ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยง่าย เพราะเกิดจากผู้ให้บริการได้รับการดูแล ได้รับการฝึกอบรม และได้รับอำนาจการตัดสินใจจากผู้บริหาร เพื่อที่จะบริการลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ ปัจจัยด้านซอฟต์แวร์ที่ดีจึงเกิดจากความตั้งใจจริงของผู้บริหาร และพนักงานผู้ให้บริการที่จะส่งมอบบริการที่ดีแก่ลูกค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2550 : 88-112) ได้กล่าวถึง การสร้างบริการที่เกินความคาดหมาย ซึ่งมี 4 วิธี คือ

1. การวางตำแหน่งบริการ เป็นการสร้างความเป็นตัวเองให้โดดเด่นจากคู่แข่ง สามารถวัดผลเบื้องต้นจากการสอบถามลูกค้าและลูกค้าตอบได้ชัดเจน หากลูกค้าไม่สามารถให้

คำตอบได้ แสดงว่า การวางตำแหน่งของธุรกิจยังไม่ชัดเจน วิธีในการค้นหาตำแหน่งของตนให้พบ อาจใช้วิธีการสอบถามความเห็นของลูกค้าแล้วนำมาปรับใช้กับธุรกิจ หรืออาศัยเทคนิคต่างๆ ดังนี้

- 1) วัฒนธรรมอันโดดเด่นหรือสัญลักษณ์ประจำชาติ
- 2) แปรนด์เนมหรือตราบริการที่มีพลัง
- 3) จุดเด่นของพันธมิตร
- 4) สิทธิประโยชน์ที่ชัดเจน
- 5) ความบันเทิงและความสนุกสนาน
- 6) ความสวยงาม
- 7) ความทันสมัย
- 8) การทำให้ง่าย

2. การพัฒนาการบริการใหม่ แม้ธุรกิจสามารถวางตำแหน่งบริการในใจของลูกค้าได้แล้ว แต่หากธุรกิจไม่มีการพัฒนาการบริการใหม่ๆ การเลื่อนหายย่อมเป็นไปได้ การพัฒนาบริการใหม่จึงเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญ

3. การสร้างความแตกต่าง สามารถทำได้ 3 รูปแบบ คือ

- 1) พัฒนาบริการที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น
- 2) สร้างบริการใหม่ขึ้นมา
- 3) ใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น การให้บริการเสริมแถมไปกับบริการหลัก ลักษณะของความแตกต่างที่ดี ที่ต้องพิจารณา มี 4 อย่างดังนี้

- 1) ต้องมีลักษณะแปลกใหม่ แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น
- 2) สามารถสื่อสารออกมาได้ชัดเจน ลูกค้ารับรู้ความแตกต่างได้
- 3) สามารถตอบสนองความต้องการ สร้างความพอใจแก่ลูกค้า
- 4) ลูกค้าต้องจ่ายได้

4. การสร้างตราสินค้าทำให้สามารถแยกธุรกิจหนึ่งจากอีกธุรกิจหนึ่งได้ชัดเจน โดยที่ตราบริการจะเป็นตัวแทนของธุรกิจและเป็นภาพในใจลูกค้า ตราสินค้าที่ไม่โดดเด่น ลูกค้าย่อมแสดงความเห็นได้ไม่ชัดเจนหรือแตกต่างกัน อันจะทำให้ขาดพลังในการระบุถึงตัวตนของสินค้านั้น

คุณภาพในการบริการ เป็นปัจจัยในการเลือกที่ลูกค้าจะเลือกซื้อสินค้า มีองค์ประกอบมี 5 ข้อ ดังนี้

1. สัมผัสได้ เป็นลักษณะที่เหมือนกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

2. เชื่อถือและไว้วางใจได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามสัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้อง ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้น

3. รวดเร็ว ซึ่งจะมาจากพนักงานและกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพ

4. รับประกัน เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

5. เอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน

การสร้างคุณภาพการบริการ แบ่งได้เป็น 3 ช่วง

1. ก่อนการให้บริการ เป็นช่วงการสร้างมโนภาพในใจลูกค้า สิ่งที่ต้องออกไปต้องชัดเจนและเป็นจริง หากมีความคลุมเครือหรือมีการหลอกลวงซ่อนอยู่ จะทำให้ลูกค้าผิดหวังและเลิกมาใช้บริการ

2. ขณะให้บริการ เป็นช่วงของการพิสูจน์หรือทดสอบคุณภาพในการให้บริการของธุรกิจ เป็นช่วงเวลาในการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า จนเกิดผลลัพธ์ คือ ความประทับใจหรือพอใจกับการบริการ และไม่ประทับใจ หรือไม่พอใจกับการบริการ

3. หลังให้บริการ เป็นการติดตามความพึงพอใจ รวมถึงปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการบริการ เพื่อนำมาปรับปรุงให้มีคุณภาพและจะเป็นการลดความไม่พอใจของลูกค้าลง

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ ผู้ศึกษาได้นำประเด็นเรื่องการสร้างการบริการที่เกินความคาดหวัง ในเรื่องการวางตำแหน่งบริการ การพัฒนาการบริการใหม่ การสร้างความแตกต่าง การสร้างตราสินค้า และการสร้างคุณภาพการบริการ ทั้งก่อนการให้บริการ ขณะการให้บริการ หลังการให้บริการ มาเป็นแนวทางในการศึกษาการพัฒนาและปรับปรุงโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขาวังสิด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ซิฆนุกร พรภาณูวิชญ์ (2540 : 6) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

พจนานุกรมออกฟอร์ด (Oxford University. 1984 : 298-299) ได้ให้ความหมายของความคาดหวัง เป็นความเชื่อ เป็นความรู้สึกนึกคิด ของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้า ต่อบางสิ่งบางอย่างว่า ควรจะเป็น หรือควรเกิดขึ้น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2540 : 18) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อบริการหรือธุรกิจบริการใดๆ ก็มักจะคาดหวังว่าจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหวัง

สรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือ ความรู้สึก ความคิด ความต้องการ หรือความมุ่งมั่นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อ การรับรู้ของเรา โดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

พวงรัตน์ บุญญานุรักษ์ (2541 : 6) ได้กล่าวถึง จิตวิทยาของคนในองค์กรว่าจะการกระทำสิ่งใดๆ ขึ้นอยู่กับตัวแปร ดังนี้

1. ผลตอบแทนที่ได้รับมีความเหมาะสมแค่ไหน
2. ผลตอบแทนที่ได้รับทำให้เกิดความพอใจหรือไม่พอใจ
3. จะต้องได้รับผลจากผลตอบแทนนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นแล้ว
4. โอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนตามความคาดหวัง หรือได้รับล่วงหน้ามากหรือน้อย

จะทำให้เกิดความพอใจและไม่พอใจในลักษณะตรงกันข้าม

ความคาดหวังของลูกค้ามีมากหรือน้อยก็แล้วแต่บุคคล (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. 2555 : 26-27) ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. ชื่อเสียงขององค์กร โดยผ่านการประชาสัมพันธ์ หรืออาจเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป
2. คำพูดปากต่อปาก ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีอำนาจมากที่สุด
3. ความคาดหวังย่อมสูงกับการบริการที่แพง ในลักษณะที่แปรผันกัน
4. ความคาดหวังสูงหรือต่ำ ย่อมแตกต่างกันแล้วแต่บุคคล
5. ประสบการณ์ที่ผ่านมาย่อมทำให้ความคาดหวังในการบริการเทียบเท่าหรือสูงกว่า

ครั้งก่อน

เลิฟลีด คริสโตเฟอร์ ; และ ไรท์ ลอเรน (2546 : 76-79) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังของลูกค้าว่าเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ประกอบกันเป็นสินค้าในรูปของบริการจะผันแปรแตกต่างกันไปตามรูปแบบของธุรกิจ โดยมีองค์ประกอบของความคาดหวังหลายอย่าง ได้แก่

1. บริการที่ลูกค้าปรารถนาจะได้รับ ซึ่งก็คือ ความคาดหวังในการบริการของลูกค้า
2. บริการที่พอเพียง ระดับต่ำสุดของการบริการที่ลูกค้าจะยอมรับได้ โดยปราศจากความไม่พอใจ
3. บริการที่ทำนายว่าจะได้ การคาดการณ์บริการของลูกค้าอาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง
4. ขอบเขตของบริการที่ลูกค้ายอมรับได้ เป็นช่วงของบริการที่ลูกค้าไม่ให้ความสนใจต่อการปฏิบัติการของบริการ แต่หากบริการอยู่นอกขอบเขตนี้ ลูกค้าจะมีปฏิกิริยาทั้งในทางบวกหรือลบ

ในบางครั้งความคาดหวังของลูกค้าจะมีการรับรู้ของลูกค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายได้ถึงความแตกต่างของการบริการที่ลูกค้าได้รับ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้น จะทำให้ลูกค้าเข้าใจได้ว่าผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้เป็นอย่างดีจึงจะทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังสูง หากได้รับการบริการในระดับปกติก็จะรู้สึกไม่พึงพอใจ เช่น การให้บริการสอนภาษา

ที่ลูกค้ามักคาดหวังว่าตนจะสามารถใช้บริการได้ในราคาถูก หรือสามารถสื่อสารได้ทันที ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้ตามความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและบอกต่อไปยังคนอื่น ๆ ให้มาใช้บริการ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการความคาดหวัง ผู้ศึกษาได้นำประเด็นเรื่องความคาดหวังของลูกค้า มาเป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อใช้พัฒนาและปรับปรุงโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต เพราะเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจจะมีการบอกต่อไปยังลูกค้าคนอื่น ๆ ให้มาใช้บริการต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

บุปผา พวงมาลี (2542) การรับรู้ เป็นวิธีการที่บุคคลมองโลกที่อยู่รอบ ๆ ตัวของบุคคล ฉะนั้นบุคคล 2 คน อาจมีความคิดต่อตัวกระตุ้นอย่างเดียวกันภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่ละบุคคลทั้ง 2 อาจมีวิธีการยอมรับถึงตัวกระตุ้น การเลือกสรร การประมวล และการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นดังกล่าวไม่เหมือนกัน

ชิฟแมน แอล จี ; และ คานุก แอล (Schiffman, L. G. ; and Kanuk, L. 1997) การรับรู้ หมายถึง การรับรู้เป็นการแปลความหมายของสิ่งเร้าและการตอบสนองของร่างกายของคนต่อสิ่งเร้า จะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมและทำให้บุคคลจะพฤติกรรมแตกต่างกัน แต่ละบุคคลจะเลือกรับรู้เฉพาะข้อมูลที่ตรงกับความต้องการและความพอใจ ขึ้นกับพื้นฐานของกระบวนการของแต่ละบุคคลแต่ละคนเกี่ยวกับความต้องการ ค่านิยม การคาดหวัง และปัจจัยอื่นๆ

สรุปได้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการการตีความผ่านประสาทสัมผัสใดๆ โดยตรงหรือการตีความหมายจิตใจของบุคคลที่จะทำให้เกิดการรับรู้ ได้เข้าใจ

การรับรู้ของบุคคลมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. สิ่งเร้า หรือสิ่งที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรม แบ่งออกเป็น สิ่งเร้าภายในร่างกาย เช่น ความหิว และสิ่งเร้าภายนอกในร่างกาย เช่น วัตถุสิ่งของ ประเพณีความเชื่อ
2. อวัยวะและความรู้สึกต่างๆ ถ้าหากเกิดความผิดปกติหรือบกพร่องจะไม่สามารถรับรู้สิ่งต่างๆ ได้
3. สภาพ ลักษณะขณะรับรู้ ประสบการณ์เดิมและความใส่ใจต่อสิ่งเร้า นอกเหนือจากนั้นคือความพร้อมของร่างกายบุคคลในขณะนั้น

กรอนรูส ซี (Gronroos, C. 1990) ได้กล่าวถึง เงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้ามี 6 ประการ ดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพและทักษะในการบริการ ลูกค้าจะรับรู้คุณภาพการบริการที่ดีในเมื่อผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะในการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ

2. ทักษะคติและพฤติกรรม เป็นความรู้สึกของลูกค้ำที่มีต่อพนักงานบริการ พิจารณาเกี่ยวกับความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาด้วยความเต็มใจโดยทันที

3. การเข้าถึงบริการง่ายและมีความยืดหยุ่น ลูกค้ำจะพิจารณาจากผู้ให้บริการประกอบด้วย สถานที่ ชั่วโมงการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการทำงานได้ถูกออกแบบให้ง่ายต่อการเข้าถึงบริการรวมถึงมีการเตรียมปรับการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ำ

4. ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ลูกค้ำจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่มีการตกลงในการใช้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการได้ โดยพนักงานจะทำตามสัญญาที่ตกลงไว้ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ลูกค้ำให้ความสนใจเป็นพิเศษ

5. การชดเชย เมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ำมีความรู้สึกว่ามีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวัง ผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้ำอย่างทันที

6. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ลูกค้ำมักเชื่อว่าการให้บริการของผู้ให้บริการสามารถเชื่อถือได้และเหมาะสมกับคุณค่าของเงินที่จ่ายไป

วุฒิ สุขเจริญ (2555 : 158) กล่าวถึง การรับรู้ว่าเป็นกระบวนการที่มนุษย์แต่ละคนได้เลือก จัดระเบียบ และมีการแปลความหมายของสิ่งที่กระตุ้นออกมาเป็นความหมายและเป็นภาพที่ติดอยู่ โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญ 2 อย่าง กล่าวคือ การรับรู้โดยรู้สึกตัว และการรับรู้โดยไม่รู้สึกรู้ตัว ผู้บริโภคจะรับรู้ได้ต่อเมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นต้องไม่น้อยกว่าระดับต่ำสุดของความแตกต่าง

กระบวนการของการเกิดการรับรู้ มีอยู่ 3 ขั้นตอน คือ อย่างแรก การเลือกสิ่งกระตุ้น โดยผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากความต่างแบบเทียบเคียง ความคาดหวัง และแรงจูงใจ ผลของการเลือกสิ่งกระตุ้นจะทำให้ผู้บริโภคเกิดการเลือกรับ การเลือกให้ความสนใจ การต่อต้านการรับรู้ และการปิดกั้นการรับรู้ อย่างที่สอง การจัดระเบียบสิ่งกระตุ้น เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมีสิ่งกระตุ้นเข้ามาพร้อมกันหลายชนิด ผู้บริโภคจะจัดระเบียบโดยใช้พื้นฐานของภาพและพื้น การรวมกลุ่มและการเติมเต็ม เพื่อให้สามารถจดจำสิ่งกระตุ้นได้ อย่างสุดท้าย การแปลความหมาย การรับรู้ ผู้บริโภคอาจตีความหมายบิดเบือนจากความเป็นจริง เนื่องจากสภาพทางกายภาพ การเหมารวม สิ่งกระตุ้นที่ไม่เกี่ยวข้อง ความประทับใจครั้งแรก การด่วนสรุป และผลของการขยายวง

ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ คือ ภาพของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในใจของลูกค้ำ นักการตลาดมักให้ความสำคัญของการรับรู้ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ ด้วยการสร้างตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่อยู่ในใจของผู้บริโภค ได้แก่ การสร้างให้เกิดการรับรู้ด้านสินค้าและบริการ การรับรู้ด้านราคา และการรับรู้ด้านคุณภาพ เป็นต้น

ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าที่เกิดจากการเปรียบเทียบคุณภาพกับราคา กระนั้นผู้บริโภคก็มีความตระหนักถึงความเสี่ยงในการตัดสินใจ อันได้แก่ ความเสี่ยงจากการใช้งาน ความเสี่ยงทางกายภาพ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงทางด้านสังคม ความเสี่ยงทางจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านเวลา

การลดความยุ่งยากในการตัดสินใจและการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ผู้บริโภคจะกำหนดกฎเกณฑ์การตัดสินใจ ได้แก่ กฎการค้นหา กฎการประเมิน และกฎการเลือก อย่างไรก็ตามผู้บริโภคมีแนวทางในการจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้หลายวิธี ได้แก่ การหาข้อมูล การใช้สินค้าเดิม การเลือกจากภาพลักษณ์ตราสินค้า การเชื่อในภาพลักษณ์ของร้านจำหน่ายสินค้า ชื่อรุ่นที่แพงที่สุด และการมองหาการรับประกัน

การรับรู้จริงของผู้ใช้บริการ เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังในการบริการ ถือเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจบริการ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ ผู้ศึกษาได้นำประเด็นเรื่องเงื่อนไขการรับรู้และกระบวนการรับรู้ มาเป็นแนวทางในการศึกษาการพัฒนาและปรับปรุงโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต เพื่อกำหนดแนวทางการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

แนวคิดการพัฒนาธุรกิจบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2550 : 63) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้น โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ (2546 : 430) ได้อ้างถึง แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ ฟิลลิป คอตเลอร์ ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคาของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง และช่องทางในการนำเสนอบริการ

4. ด้านส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือหนึ่งในการติดต่อสื่อสารถึงผู้ใช้บริการ เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม

5. ด้านบุคลากร ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อบริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวที่กล่าวมา เป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ การที่จะบริหารการตลาดของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ. 2546 : 434) ดังนี้

1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่งที่คุณค่าใช้พิจารณาเป็นหลัก คือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้น ธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

2. ต้นทุน ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีจ่ายสำหรับบริการนั้นต้องคุ้มค่างับบริการที่จะได้ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่า ความคาดหวังในบริการนั้นย่อมสูงด้วย ดังนั้น ในการตั้งราคาค่าบริการ ธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคาไปใช้ในการลดราคาค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

3. ความสะดวก ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้า

4. การติดต่อสื่อสาร ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะเดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้อง

จัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลย หากการสื่อสารล้มเหลว

5. การดูแลเอาใจใส่ ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงาม ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่มก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านไป ไม่ว่าจะเป็นครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การบริการตัดผม ผมที่ออกมาต้องมีความเรียบร้อย ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือการเข้ารับรักษาอาการป่วย ไม่ว่าจะในโรงพยาบาลใด อาการป่วยจะต้องหาย ในแต่ละธุรกิจบริการ แม้ขั้นตอนการให้บริการจะมีความซับซ้อนเพียงใด ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากเพียงใด ลูกค้าไม่มีส่วนมารับรู้ รู้เพียงอย่างเดียวว่ากระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง

7. ความสบาย สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เฟอร์นิเจอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ ต้องสร้างความสบายตาและสบายใจแก่ลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวนั้น ทุกตัวล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจจะขาดตัวใดตัวหนึ่งไม่ได้ ซึ่งสิ่งที่ยังสำคัญยิ่งคือส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจต้องให้สอดคล้องหรือตอบสนองต่อส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองลูกค้า โดยเฉพาะพนักงานที่ให้บริการจะทำหน้าที่ที่สำคัญในการเชื่อมโยงส่วนประสมทางการตลาดตัวอื่นๆ ให้กลมกลืนกันเป็นเนื้อเดียวในการส่งมอบบริการต่างๆ ให้ลูกค้า

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจบริการ ผู้ศึกษาได้นำประเด็นเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้ให้บริการ เพื่อตอบสนองต่อส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้ามาเป็นแนวทางในการศึกษาการพัฒนาและปรับปรุงโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม

ข้อมูลทั่วไป

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) หรือ ส.ส.ท. เป็นสมาคมในประเทศไทยที่สนับสนุนการเผยแพร่และถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ จากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศญี่ปุ่น แก่ภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทย

ส.ส.ท. ถือกำเนิดขึ้นจากความตั้งใจมุ่งมั่น ความร่วมมือร่วมใจ และความเสียสละทุ่มเทกำลังกายและกำลังใจของกลุ่มผู้ที่เคยไปศึกษาและดูงานโดยทุน ABK & AOTS ณ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมี ฯพณฯ สมหมาย สุนทรกุล เป็นประธานคณะกรรมการก่อตั้ง และสำเร็จด้วยความช่วยเหลืออย่างดี จากอาจารย์โองิจิ โฮซุมิ อดีตประธานกรรมการ สมาคมความ

ร่วมมือทางเศรษฐกิจ ญี่ปุ่น-ไทย (JTECS) โดยได้รับความช่วยเหลือทางด้านเงินทุนจาก กระทรวงการค้าระหว่างประเทศ และอุตสาหกรรม (METI) ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งไม่มีพันธะผูกพันใดๆ

ส.ส.ท. ก่อตั้งอย่างเป็นทางการในวันที่ 24 มกราคม 2516 มีวัตถุประสงค์เพื่อ นำความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาเผยแพร่และถ่ายทอดให้แก่บุคลากรไทย เพื่อสร้างความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ

ช่วงเวลาที่ผ่านมา ส.ส.ท. ได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งความชำนาญในด้านการจัดหลักสูตรการสัมมนา และฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีและการจัดการ ศูนย์ทดสอบผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม ศูนย์สอบเทียบปรับเทียบเครื่องมืออุตสาหกรรม ศูนย์สารสนเทศทางเทคโนโลยี ส่วนการศึกษาทางไกล (มหาวิทยาลัยชั้นโน) โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่น ไทย จีน อังกฤษ และเกาหลีตลอดจนความเชี่ยวชาญในการผลิตตำราและวารสารทั้งด้านเทคโนโลยีและคุณภาพ อันยังประโยชน์แก่บุคลากรทั้งในภาครัฐและเอกชนที่จะได้เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้พัฒนาทั้งทักษะ เทคนิคและกระบวนการในการบริหารการผลิตให้ดียิ่งขึ้น

โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม เป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดของ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2516 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสอนภาษาญี่ปุ่นให้แก่คนไทย และสอนภาษาไทยให้แก่คนญี่ปุ่น อันเป็นพื้นฐานในการถ่ายทอดเทคโนโลยี และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ปัจจุบันได้ขยายงานสู่การสอนภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเกาหลี รวมทั้งการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการศึกษา และส่งเสริมสร้างสรรค์กิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีในระดับนานาชาติ ซึ่งโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) มีสาขาที่เปิดให้บริการ จำนวน 3 สาขา คือ

1. สาขาสุขุมวิท เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ มีฐานลูกค้าในแถบกรุงเทพฯ ชั้นใน มีสายรถไฟฟ้าผ่านทั้งสาย BTS และ MRT
2. สาขารังสิต เป็นสำนักงานสาขา มีฐานลูกค้าอยู่บริเวณแถบชานเมืองจังหวัด กรุงเทพฯและปทุมธานี ตั้งแต่บางเขน หลักสี่ ดอนเมือง รังสิต และนิคมอุตสาหกรรมนวนคร บางกะดี ไสยเตด บางปะอิน ไรจนะ
3. สาขาศรีราชา เป็นสำนักงานสาขา (แฟรนไชส์) มีฐานลูกค้าอยู่บริเวณจังหวัดชลบุรี

หลักสูตรการเรียน

โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต มีหลักสูตรการเรียนภาษา ดังนี้

1. หลักสูตรภาษาญี่ปุ่น

- คอร์สสื่อสารทั่วไป ตั้งแต่ผู้ที่ไม่มีความรู้ จนถึงใช้งานได้ฝึกฝนทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน จำนวน 16 คอร์ส

- คอร์สเด็ก สำหรับเด็กประถมอายุ 8-12 ปี เพื่อเป็นการปูพื้นฐาน และเสริมความรู้ เพิ่มเกรดการเรียน

- คอร์สธุรกิจ ศึกษาเกี่ยวกับคำศัพท์ ประโยคที่ใช้ในการทำงาน วัฒนธรรม หรือความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกของชาวญี่ปุ่น

- คอร์สล่ามและแปล ฝึกเทคนิคการเป็นล่ามและนักแปลมืออาชีพ

- คอร์สติวสอบวัดระดับ N1-N5 ฝึกทำข้อสอบเสมือนจริง ทั้งในเรื่อง คำศัพท์ คำนี การฟัง การอ่าน

2. หลักสูตรภาษาอังกฤษ

- คอร์สสื่อสารทั่วไป สำหรับบุคคลทั่วไป จำนวน 8 คอร์ส

- คอร์สติวสอบโทอิค ฝึกทำข้อสอบเสมือนจริง เน้นเพิ่มคะแนนการสอบและเรียนรู้เทคนิคการทำข้อสอบ

- คอร์สธุรกิจ ศึกษาเกี่ยวกับคำศัพท์ รูปแบบที่ใช้ในการทำงาน ทั้งในด้านการเขียนอีเมล การนำเสนองาน การเจรจาทั่วไป

- คอร์สติวสอบเข้ามหาวิทยาลัย ฝึกทำข้อสอบจริง เน้นเพิ่มคะแนนการสอบและเรียนรู้เทคนิคการทำข้อสอบ

- คอร์สเด็ก สำหรับเด็กประถมอายุ 8-12 ปี และ 13-15 ปี เพื่อเป็นการปูพื้นฐาน และเสริมความรู้ เพิ่มเกรดการเรียน

3. หลักสูตรภาษาจีน

- คอร์สสื่อสารทั่วไป ตั้งแต่ผู้ที่ไม่มีความรู้จนถึงใช้งานได้ ฝึกฝนทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน จำนวน 8 คอร์ส

- คอร์สธุรกิจ ศึกษาเกี่ยวกับคำศัพท์ รูปแบบที่ใช้ในการสื่อสาร วัฒนธรรมต่างๆ ของชาวจีน

- คอร์สเด็ก สำหรับเด็กประถม อายุ 8-12 ปี เพื่อเป็นการปูพื้นฐาน และเสริมความรู้ เพิ่มเกรดการเรียน

4. หลักสูตรภาษาเกาหลี

- คอร์สสื่อสารทั่วไป ตั้งแต่ผู้ที่ไม่มีความรู้จนถึงใช้งานได้ ฝึกฝนทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน จำนวน 7 คอร์ส

ข้อมูลธุรกิจโรงเรียนสอนภาษา

วิธาน เจริญผล (2555) ระบุว่า แนวโน้มธุรกิจการสอนภาษาจะได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ หลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพราะตลาดแรงงานจะเกิดการแข่งขันสูงขึ้น ในขณะที่มีคนไทยมีทักษะด้านภาษาอ่อนกว่าหลายๆ ประเทศในกลุ่มอาเซียน การเพิ่มทักษะภาษาจึงทวีความสำคัญมากขึ้น หากเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน

ด้วยกัน อันดับขีดความสามารถด้านการศึกษาของไทยอยู่ที่ 6 รองจากสิงคโปร์, มาเลเซีย, บรูไน, อินโดนีเซีย, เวียดนาม และถ้าเปรียบเทียบกับในทวีปเอเชียในภาพรวมแล้ว ทักษะภาษาอังกฤษของคนไทยอยู่อันดับที่ 43 ขณะที่สิงคโปร์อันดับที่ 6 ฟิลิปปินส์อันดับที่ 16 มาเลเซียอันดับที่ 23 และอินโดนีเซียที่ 42

ขณะที่หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ ระบุว่า การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นำมาซึ่งโอกาส และการแข่งขัน สิ่งสำคัญที่หลายฝ่ายกำลังกล่าวถึง คือ การพัฒนาศักยภาพของแรงงาน ในทุกระดับของเมืองไทยที่ยังมีข้อด้อย คือ ความสามารถทางการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ส่งผลให้มีการประมาณการว่าในปี 2558 ตลาดสถาบันสอนภาษาจะมีมูลค่า 1 หมื่นล้านบาท หรือเติบโต 20-30% ต่อปี นับจากปี 2555 เป็นต้นไป (เออีซีจุดพลุ หมื่นล้านสถาบัน สอน ภาษาเหรัรับอาเซียน. 2555, 29-31 สิงหาคม)

ความจำเป็นในการเรียน

วีระพงษ์ ปัญญานนคุณ (2555) ระบุว่า สมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ถูกจัดตั้งขึ้นที่กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม ค.ศ. 1967 โดยมีประเทศสมาชิกก่อตั้งเริ่มต้นเพียง 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย บรูไนเข้าร่วมเมื่อ ค.ศ.1984 เวียดนาม ค.ศ. 1995 ลาวและพม่า ค.ศ. 1997 และกัมพูชาประเทศสุดท้ายใน ค.ศ. 1999 แม้ว่ากฎเกณฑ์ในเรื่องการใช้ภาษาในอาเซียนจะมีได้กำหนดไว้ในปฏิญญากรุงเทพฯ แต่ภาษาอังกฤษก็เป็นภาษากลางเพียงภาษาเดียวที่ใช้เป็นสื่อกลางการสื่อสารระหว่างสมาชิกในกลุ่มโดยทางพฤตินัยตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง จนถึงเมื่อเดือนพฤศจิกายนปี ค.ศ. 2007 ที่ผ่านมานี้เองที่มีเค้าว่าภาษาอังกฤษในฐานะภาษากลางของอาเซียนจะได้ถูกกำหนดไว้อย่างเป็นทางการ เมื่อมีแนวคิดเสนอให้บัญญัติกฎบัตรของอาเซียนขึ้น ในมาตราที่ 34 ของกฎบัตรอาเซียนระบุให้ใช้ภาษาทำงานของอาเซียน คือ ภาษาอังกฤษ (The Working Language of ASEAN Shall Be English) ซึ่งมีผลบังคับใช้นับแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน ค.ศ. 2008 ที่ผ่านมามีความพยายามเพียง 2 ครั้งที่เคยเรียกร้องให้นำภาษาอื่น ๆ มาใช้เป็นภาษาทางการของอาเซียนแต่ทั้งสองครั้งล้วนแล้วแต่ไม่ประสบผลสำเร็จ ครั้งแรกเกิดขึ้นเมื่อครั้งเวียดนามขอเสนอตัวเข้าร่วมเป็นสมาชิกอาเซียนได้ เรียกร้องให้ใช้ภาษาฝรั่งเศสในองค์การแห่งนี้ร่วมกับภาษาอังกฤษ ความพยายามครั้งที่สองคือการเสนอภาษามลายูเป็นภาษาทางการของอาเซียน เกิดขึ้นใน ค.ศ. 1997 ในการประชุมอาเซียนว่าด้วยวัฒนธรรมและการข้อมูลข่าวสาร เมื่อรัฐมนตรีกระทรวงข้อมูลข่าวสารของมาเลเซียเสนอให้ใช้ภาษามลายูเป็นภาษา ทางการภาษาที่สองของอาเซียน เนื่องจากภาษาอังกฤษไม่ใช่ภาษาประจำชาติหรือภาษาราชการของประเทศส่วนใหญ่ในอาเซียน การกำหนดให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางส่งผลให้รัฐบาลของประเทศต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวในระดับที่ต่างกัน สำหรับประเทศที่เคยตกเป็นอาณานิคมของประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ อย่างสิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน และฟิลิปปินส์ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่เหลือ การ

ปรับตัวในด้านการปรับปรุงทักษะความสามารถการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับประชากร ภายในชาติอาจไม่ยุ่งยากหรือในบางประเทศอาจไม่เป็นปัญหาเลย เนื่องจากกำหนดให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาราชการและใช้ในการเรียนการสอนภายใน โรงเรียนอยู่แล้ว

จากความสำคัญดังกล่าว จึงเป็นเรื่องที่นักเรียน นิสิตนักศึกษา และประชาชนทั่วไปไม่ควรจะมองข้ามอีกต่อไป สำหรับประเทศไทย รัฐบาลนั้นจำเป็นต้องขับเคลื่อนนโยบายการศึกษาที่มีประสิทธิภาพที่ไม่ใช่แค่เพียงการสื่อสารทางด้านภาษา แต่ต้องหมายถึงวัฒนธรรม ความรู้เกี่ยวกับเพื่อนบ้านในกลุ่มประเทศอาเซียน จึงเป็นสิ่งที่จะทำให้ประเทศไทยก้าวไปได้ไกลกว่าปัจจุบัน

กฎหมายและระเบียบเฉพาะธุรกิจ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2556) กล่าวถึง การจัดตั้งโรงเรียนสอนภาษา โดยการขออนุญาตจัดตั้งโรงเรียน และใบอนุญาตให้เป็นผู้บริหาร และครู หากธุรกิจให้บริการสอนภาษาต่างประเทศ มีลักษณะเป็นโรงเรียนตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 มาตรา 4 กล่าวคือ เป็นโรงเรียนเอกชน อันได้แก่ สถานศึกษาหรือสถานที่ที่บุคคลจัดการให้การศึกษาในระดับที่ต่ำกว่าชั้นปริญญาตรีแก่นักเรียนทุกผลัดรวมกันเกินเจ็ดคนขึ้นไป ต้องขออนุญาตจัดตั้งโรงเรียน และขออนุญาตการเป็นบุคลากรประจำโรงเรียน สถานที่ขออนุญาต กรุงเทพฯ ยื่นขอ ณ เลขาธิการคณะกรรมการการศึกษาเอกชน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ

สถานที่ขออนุญาต ต่างจังหวัด ยื่นขอ ณ สำนักงานศึกษาธิการอำเภอ/กิ่งอำเภอ แห่งท้องที่นั้น

ค่าใช้จ่ายสำหรับการลงทุนเริ่มต้น

มีความแตกต่างกันตามขนาดและลักษณะของกิจการ จากข้อมูลเฉลี่ยของการสำรวจการลงทุนเริ่มต้นของผู้ประกอบธุรกิจ สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ค่าตกแต่งอาคาร สถานที่ เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน คิดเป็นประมาณร้อยละ 75
2. ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียน การสอน ต่างๆ คิดเป็นประมาณร้อยละ 4 ประกอบด้วย กระดานและอุปกรณ์บันทึกเสียง เครื่องเล่นเสียง เป็นต้น
3. เงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนประมาณร้อยละ 20 ส่วนใหญ่เป็นค่าเช่าสถานที่ เงินเดือนครูผู้สอน เงินเดือนพนักงาน ค่าน้ำประปาและไฟฟ้า เป็นต้น

อัตราผลตอบแทนทางการเงิน

อัตราผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจที่ดำเนินการ และความสามารถในการบริหารธุรกิจของแต่ละผู้ประกอบการ จากการสำรวจ พบว่า ผลตอบแทนที่ได้รับจากรายได้ทั้งปี ประมาณร้อยละ 8 ส่วนผลตอบแทนที่ได้จากเงินลงทุน ทั้งหมดประมาณร้อยละ 14 ต่อปี โดยจะได้รับเงินลงทุนทั้งหมดคืนภายในระยะเวลาประมาณ 4 ปี

จากข้อมูลดังกล่าว สรุปได้ว่า ธุรกิจโรงเรียนสอนภาษายังเป็นธุรกิจที่ยังมีการเติบโต เพราะได้รับโอกาสจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ทำให้การสื่อสารโดยภาษาต่างประเทศมีความจำเป็นมากขึ้น การคงอยู่ในธุรกิจนี้จำเป็นต้องมีการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอันเนื่องจากการแข่งขันในธุรกิจของกลุ่มแข่งต่าง ๆ

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุชีรา โรจนภักดีธรรม (2548) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อการเรียนภาษาจีนในโรงเรียนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออกในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความคาดหวัง การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ และศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปรับปรุงคุณภาพการบริการ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้มาใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการในระดับสูง แต่คุณภาพในการบริการที่ได้รับอยู่ในระดับต่ำกว่าความคาดหวังใน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความเชื่อมั่น และด้านการเข้าถึงจิตใจ โดยด้านการเข้าถึงจิตใจมีลำดับความคาดหวังสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วเป็นอันดับสุดท้าย

ชื่นกมล ทิพย์ไพฑูรย์ (2553) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน กรณีศึกษา บริษัท น้ำมันพีทีพีแอล จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ เปรียบเทียบการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพการให้บริการ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทั้งก่อนและหลังใช้บริการอยู่ในระดับมาก ความคาดหวังก่อนใช้บริการและระดับการรับรู้หลังใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชนินทร สนิทมาก (2554) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง การรับรู้จริงและความพึงพอใจโดยรวมของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้จริงของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ในระดับมาก กล่าวคือ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านพนักงาน ด้านภาพลักษณ์ ด้านกระบวนการ

ภาวสุ สิริสิงเห (2555) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อ คุณภาพการให้บริการของห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ใน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ

ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ของผู้ใช้บริการในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วและความเชื่อมั่น ต่ำกว่าความคาดหวัง ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ ความเอาใจใส่สูงกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำในระดับมาก

ภัทรนิตา อักษรถึง (2555) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการผ่านเว็บไซต์ Ensogo ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการผ่านเว็บไซต์ Ensogo ในด้านองค์ประกอบของเว็บไซต์ ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา ด้านชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร ด้านการปรับแต่ง ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการเชื่อมโยง และด้านการพาณิชย์

ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้จริงหลังการให้บริการมีมากกว่าความคาดหวังก่อนการให้บริการ และลูกค้ามีความพึงพอใจมากในเรื่ององค์ประกอบของเว็บไซต์ด้านรูปแบบและด้านชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร

จุรีพร หมื่นศรี (2555) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพการบริการที่จุดบริการสาขาและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าบัตรเครดิต ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในคุณภาพการบริการที่จะได้รับกับคุณภาพการบริการที่ได้รับจริง

ผลการศึกษา พบว่า ความคาดหวังในคุณภาพบริการแตกต่างจากการรับรู้จริง โดยคุณภาพการบริการโดยรวมที่รับรู้จริงน้อยกว่าความคาดหวัง ทั้งในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจได้ และด้านการเข้าถึงจิตใจ

อุมาพร ทองสาย (2555) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมโครงการส่งเสริมการจัดการที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการ SME ธนาคารกสิกรไทย (จำกัด) มหาชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้เข้าร่วมอบรมและเพื่อเปรียบเทียบการคาดหวังและการรับรู้ของผู้เข้าอบรมโครงการดังกล่าว

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เข้าอบรมมีความคาดหวังต่อการเข้าอบรมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ด้านองค์ความรู้ ด้านวิทยาการฝึกอบรม ด้านประสบการณ์ ด้านการบริการ และด้านทัศนคติ อยู่ในระดับมาก และการรับรู้จริงอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ด้านองค์ความรู้

ด้านวิทยาการฝึกอบรม ด้านประสบการณ์ ด้านทัศนคติอยู่ในระดับมาก และด้านการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น สาขารังสิต ดังนั้น จึงนำแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ การคาดหวังและการรับรู้ ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ บุคคลากร กระบวนการให้บริการ และศึกษาลักษณะส่วนบุคคลต่างๆ อีกทั้งได้นำเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น มาเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ การศึกษาจะทำการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการต่างๆ เปรียบเทียบกับการรับรู้จริงในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ บุคคลากร กระบวนการให้บริการ เมื่อความคาดหวังของผู้มาใช้บริการมีค่ามากกว่าการรับรู้จากบริการที่ได้รับจริง ผู้บริโภคจะไม่พอใจต่อการบริการที่ได้รับ และความไม่พอใจจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อความแตกต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้สูงขึ้น หากความคาดหวังของผู้มาใช้บริการมีค่าเท่ากับการรับรู้จากบริการที่ได้รับจริง ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจต่อการบริการที่ได้รับ และหากการรับรู้จากการบริการที่ได้รับจริงมีค่ามากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภคต่อการบริการ ก็จะเป็นการบริการที่มีคุณภาพเหนือความพึงพอใจที่ผู้บริโภคคาดหวัง และผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจเพิ่มมากขึ้น เมื่อความต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้สูงขึ้น

ซึ่งข้อมูลทั้งหมดนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาปัจจัยในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป



บทที่ 3

วิธีดำเนินงานสารนิพนธ์

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ที่กำลังเรียนอยู่ในปัจจุบัน จำนวนประมาณ 426 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ที่กำลังเรียนอยู่ในปัจจุบัน ใช้สูตรคำนวณของยามาเน ที่ ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ จำนวน 206 คน (Yamane, T. 1967)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

N	=	จำนวนประชากรทั้งหมด
n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา
e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$n = \frac{426}{1 + 426(0.05)^2}$$
$$n = 206$$

ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 206 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนา โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต โดยคำถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รู้จักโรงเรียนจาก เหตุผลที่เลือกเรียน รวมจำนวน 5 ข้อ ดังนี้

เพศ	จำนวน 1 ข้อ
อายุ	จำนวน 1 ข้อ
ระดับการศึกษา	จำนวน 1 ข้อ
รู้จักโรงเรียนจาก	จำนวน 1 ข้อ
เหตุผลที่เลือกเรียนภาษา	จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลในเรื่องความคาดหวังและการรับรู้จริงของผู้เรียนที่มีต่อโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต รวมจำนวน 44 ข้อ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน 6 ข้อ
ด้านราคา	จำนวน 6 ข้อ
ด้านสถานที่	จำนวน 6 ข้อ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน 6 ข้อ
ด้านบุคลากร	จำนวน 6 ข้อ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	จำนวน 8 ข้อ
ด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน 6 ข้อ

คำถามแต่ละข้อ แบ่งระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงออกเป็น 5 ระดับ แบบอันตรภาคชั้น และกำหนดค่าการประเมินได้ ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 49 ข้อ ใช้เกณฑ์การให้คะแนน ค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น มีสูตรการคำนวณหาช่วงกว้างของชั้น (บุญชม ศรีสะอาด. 2542 : 82) คือ

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ดังนั้น จึงกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริง ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.80	คาดหวังน้อยที่สุด / รับรู้จริงน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.81-2.60	คาดหวังน้อย / รับรู้จริงน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.61-3.40	คาดหวังปานกลาง / รับรู้จริงปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.41-4.20	คาดหวังมาก / รับรู้จริงมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.21-5.00	คาดหวังมากที่สุด / รับรู้จริงมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยการสำรวจ โดยศึกษา “แนวทางการพัฒนาโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น สาขารังสิต” โดยเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลปฐมภูมิ จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 206 คน กำหนดตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก มีระยะเวลาในการเก็บข้อมูล แปรผลข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลเดือนพฤษภาคม 2556

ขั้นตอนในการศึกษา

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการศึกษาและสร้างเครื่องมือในการศึกษา ให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการศึกษา
2. ข้อมูลปฐมภูมิ ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารงานวิจัยที่มีมาก่อนหน้านี้ เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบทดสอบ ให้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการศึกษา

3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม และทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการศึกษา

4. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำแล้ว มาดำเนินการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น

6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความมีประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ ดังนี้

1. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของนวัตกรรมและแบบทดสอบกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม หมายถึง การนำผลคะแนนการพิจารณาในแบบสอบถามของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่านมารวมกันเพื่อคำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เป็นการคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

R	คือ	คะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน
$\sum R$	คือ	ผลรวมของคะแนนผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน
N	คือ	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะประเมินคะแนนแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

+1	=	ข้อสอบข้อนั้นสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ระบุไว้จริง
0	=	ไม่แน่ใจว่าข้อสอบข้อนั้นวัดจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ระบุไว้
-1	=	ข้อสอบข้อนั้นไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ระบุไว้

แบบทดสอบหรือข้อสอบที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถนำไปวัดผลได้ จะต้องมียาค่า IOC ≥ 0.5 ซึ่งผลจากการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ ได้คะแนน 0.93 (สมนึก ภัททิยธนี. 2546)

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด มาทำการทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจากประชากร จากนั้นนำข้อมูลมาคำนวณค่าสถิติ เมื่อทดสอบความน่าเชื่อถือได้ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป หากพบว่า ค่าอัลฟ่า (α) อยู่ระหว่าง 0.50-0.65 กล่าวได้ว่า มีความน่าเชื่อถือปานกลาง หากมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป กล่าวได้ว่า มีความน่าเชื่อถือที่ค่อนข้างสูง และถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.50 ถือว่าเชื่อถือได้น้อย จึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Analysis) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2550 : 284)

จากการทดสอบความน่าเชื่อถือ พบว่า ค่าอัลฟ่า (α) มีค่า 0.82 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยนำมาแจกแจงความถี่และนำเสนอเป็นร้อยละ
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ค่าสถิติ Paired-Samples T-Test ในการอธิบายการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนา โรงเรียนภาษา และวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อต่างๆ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
SD	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	หมายถึง	ค่าทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
df	หมายถึง	องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
Sig	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้จริงต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงด้านต่างๆ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รู้จักโรงเรียนจากเหตุผลที่เลือกเรียน โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ มีรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถาม และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	224	100
ชาย	46	20.5
หญิง	178	79.5
อายุ	224	100.0
ไม่เกิน 15 ปี	34	15.2
16-20 ปี	98	43.8
21-25 ปี	30	13.4
26-30 ปี	20	8.9
31-35 ปี	18	8.0
มากกว่า 35 ปี	24	10.7
ระดับการศึกษา	224	100.0
ต่ำกว่า ม.ปลาย	22	9.8
ม.ปลาย / ปวช.	100	44.6
อนุปริญญา / ปวส.	6	2.7
ปริญญาตรี	76	33.9
สูงกว่าปริญญาตรี	20	8.9
รู้จักโรงเรียนจาก	224	100.0
ผ่านพับหน้าโรงเรียน	68	30.4
เพื่อนบอก	82	36.6
เว็บไซต์	46	20.5
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	2	0.9
อื่น ๆ	26	11.6
เหตุผลที่เลือกเรียน	224	100.0
เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน	94	42.0
เป็นประโยชน์ต่อการเรียน	58	25.9
ผู้ปกครองให้เรียน	6	2.7
ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	48	21.4
อื่น ๆ	18	8.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 224 คน สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

เพศ ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 เป็นเพศชาย จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

อายุ ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุ 16-20 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา มีอายุไม่เกิน 15 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 มีอายุ 21-25 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 มีอายุมากกว่า 35 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 และมีอายุ 31-35 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย หรือ ปวช. จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

รู้จักโรงเรียนจาก ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่รู้จักโรงเรียนจากเพื่อนบอก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมา ผ่านพบหน้าโรงเรียน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 เว็บไซต์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 อื่นๆ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

เหตุผลที่เลือกเรียน ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกเรียนเพราะเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา เป็นประโยชน์ต่อการเรียน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 อื่นๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับระดับความคาดหวังต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ความคาดหวังต่อการศึกษา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคาดหวัง
ด้านผลิตภัณฑ์	4.33	.712	มากที่สุด
หลักสูตรการเรียนที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง	4.43	.730	มากที่สุด
ระยะเวลาการเรียนที่เหมาะสม	4.21	.701	มากที่สุด
เอกสารประกอบการเรียนที่มีความเหมาะสม	4.35	.705	มากที่สุด
ด้านราคา	4.34	.694	มากที่สุด
ราคาค่าใช้จ่ายการเรียนที่มีความเหมาะสม	4.31	.722	มากที่สุด
ค่าใช้จ่ายมีความชัดเจน	4.38	.646	มากที่สุด
ค่าใช้จ่ายไม่ซ้ำซ้อน	4.34	.716	มากที่สุด
ด้านสถานที่	4.37	.678	มากที่สุด
ความสะดวกในการเดินทาง	4.34	.740	มากที่สุด
ความสะอาดของสถานที่	4.38	.646	มากที่สุด
บรรยากาศเหมาะแก่การเรียนรู้	4.40	.649	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.08	.874	มาก
การจัดโปรโมชั่น เช่น การลดราคาค่าเรียน	4.15	.880	มาก
การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย	3.88	.948	มาก
ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีความถูกต้อง	4.21	.794	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.65	.563	มากที่สุด
อาจารย์ มีความรู้ความสามารถ	4.66	.592	มากที่สุด
อาจารย์ เอาใจใส่ผู้เรียน	4.72	.505	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่ มีอริยาคัยดี	4.58	.594	มากที่สุด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการศึกษาที่
โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต (ต่อ)

ความคาดหวังต่อการศึกษา	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความคาดหวัง
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.26	.747	มากที่สุด
อุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย	4.25	.715	มากที่สุด
ระดับแสงสว่างของสถานที่เหมาะสม	4.46	.655	มากที่สุด
ระดับอุณหภูมิของสถานที่เหมาะสม	4.33	.774	มากที่สุด
การตกแต่งสถานที่ต่างๆ น่าดึงดูดใจ	4.02	.847	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.35	.688	มากที่สุด
การติดต่อประสานงานโรงเรียน มีความรวดเร็ว	4.38	.673	มากที่สุด
ขั้นตอนการติดต่อ ไม่ซับซ้อน	4.38	.686	มากที่สุด
มีการติดตามผลสม่ำเสมอ	4.30	.707	มากที่สุด
ความคาดหวังโดยรวม	4.34	.606	มากที่สุด

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต พบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคาดหวังโดยรวมต่อการศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวัง เรียงลำดับจากระดับความคาดหวังมากไปหาระดับความคาดหวังน้อย คือ ในด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมาด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ ข้อหลักสูตรการเรียนที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 เอกสารประกอบการเรียนที่มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และระยะเวลาการเรียนที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกในการชำระค่าเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ระยะเวลาในการชำระค่าเรียนเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ราคาค่าใช้จ่ายการเรียนที่มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ด้านสถานที่ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ บรรยากาศเหมาะแก่การเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ความสะอาดของสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนข้อที่ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในระดับมาก คือ การจัดโปรโมชั่น เช่น การลดราคาค่าเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ อาจารย์เอาใจใส่ผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 อาจารย์ มีความรู้ความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 เจ้าหน้าที่ มีอรรถยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ ระดับแสงสว่างของสถานที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ระดับอุณหภูมิของสถานที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนข้อที่ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในระดับมาก คือ การตกแต่งสถานที่ต่างๆ น่าดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ การติดต่อประสานงานโรงเรียน มีความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ขั้นตอนการติดต่อไม่ซับซ้อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 มีการติดตามผลการติดต่อสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30



ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้จริงต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม
สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการศึกษาที่
โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ระดับการรับรู้จริงของผู้เรียน	$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้
ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	.774	มาก
หลักสูตรการเรียนที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง	4.06	.845	มาก
ระยะเวลาการเรียนที่เหมาะสม	4.21	.723	มากที่สุด
เอกสารประกอบการเรียนที่มีความเหมาะสม	4.05	.756	มาก
ด้านราคา	4.27	.740	มากที่สุด
ราคาค่าใช้จ่ายการเรียนที่มีความเหมาะสม	4.18	.806	มาก
ค่าใช้จ่ายมีความชัดเจน	4.37	.670	มากที่สุด
ค่าใช้จ่ายไม่ซ้ำซ้อน	4.27	.745	มากที่สุด
ด้านสถานที่	4.25	.741	มากที่สุด
ความสะดวกในการเดินทาง	4.21	.816	มากที่สุด
ความสะอาดของสถานที่	4.30	.654	มากที่สุด
บรรยากาศเหมาะแก่การเรียนรู้	4.26	.755	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.82	.882	มาก
การจัดโปรโมชั่น เช่น การลดราคาค่าเรียน	3.72	.920	มาก
การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย	3.70	.897	มาก
ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีความถูกต้อง	4.04	.830	มาก
ด้านบุคลากร	4.61	.575	มากที่สุด
อาจารย์ มีความรู้ความสามารถ	4.63	.520	มากที่สุด
อาจารย์ เอาใจใส่ผู้เรียน	4.71	.530	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่ มีอริยาคติดี	4.49	.676	มากที่สุด

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต (ต่อ)

ระดับการรับรู้จริงของผู้เรียน	$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.08	.784	มาก
อุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย	3.98	.781	มาก
ระดับแสงสว่างของสถานที่เหมาะสม	4.38	.673	มากที่สุด
ระดับอุณหภูมิของสถานที่เหมาะสม	4.17	.867	มาก
การตกแต่งสถานที่ต่างๆ น่าดึงดูดใจ	3.82	.817	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.25	.762	มากที่สุด
การติดต่อประสานงานโรงเรียน มีความรวดเร็ว	4.26	.718	มากที่สุด
ขั้นตอนการติดต่อ ไม่ซับซ้อน	4.37	.656	มากที่สุด
มีการติดตามผลสม่ำเสมอ	4.13	.913	มาก
การรับรู้โดยรวม	4.20	.751	มาก

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต พบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการรับรู้โดยรวมต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ เรียงลำดับจากระดับการรับรู้มากไปหาระดับการรับรู้น้อย คือ ด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมา คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณารายข้อของแต่ละด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ในระดับมากที่สุด คือ ระยะเวลาการเรียนที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนข้อที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในระดับมาก คือ หลักสูตรการเรียนที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เอกสารประกอบการเรียนที่มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ในระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกในการชำระค่าเรียน 4.37 ระยะเวลาในการชำระค่าเรียนเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนข้อที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในระดับมาก คือ ราคาค่าใช้จ่ายการเรียนที่มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ด้านสถานที่ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดของสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 บรรยากาศเหมาะแก่การเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในระดับมาก คือ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 การจัดโปรโมชั่น เช่น การลดราคาค่าเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ในระดับมากที่สุด คือ อาจารย์ เอาใจใส่ผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 อาจารย์ มีความรู้ความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 เจ้าหน้าที่ มีธรรมาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ในระดับมากที่สุด คือ ระดับแสงสว่างของสถานที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนข้อที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในระดับมาก คือ ระดับอุณหภูมิของสถานที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 อุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 การตกแต่งสถานที่ต่างๆ น่าดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ในระดับมากที่สุด คือ ขั้นตอนการติดต่อไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 การติดต่อประสานงานโรงเรียน มีความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนข้อที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในระดับมาก คือ มีการติดตามผลสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ด้านต่างๆ

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริง สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบค่า Paired-Samples T-Test เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยอธิบายความหมายได้ว่า หากสมมติฐาน Sig. (2 tailed) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ระดับความคาดหวังมีค่ามากกว่าระดับการรับรู้จริงอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	การรับรู้ และ ความคาดหวัง	$\bar{X}$	SD	Paired-Samples T-Test		
				t	df	Sig. (2 tailed)
ด้านผลิตภัณฑ์	การรับรู้	4.10	.607	-5.863	223	.000
	ความคาดหวัง	4.33	.558			
หลักสูตรการเรียนที่ สามารถนำไปใช้งานได้จริง	การรับรู้	4.06	.845	-5.593	223	.000
	ความคาดหวัง	4.43	.730			
ระยะเวลาการเรียนที่ เหมาะสม	การรับรู้	4.21	.723	-.210	223	.834
	ความคาดหวัง	4.21	.701			
เอกสารประกอบการเรียน ที่มีความทันสมัย	การรับรู้	4.05	.756	-6.153	223	.000
	ความคาดหวัง	4.35	.705			
ด้านราคา	การรับรู้	4.27	.656	-2.760	223	.006
	ความคาดหวัง	4.34	.637			
ราคาค่าใช้จ่ายการเรียนที่ มีความเหมาะสม	การรับรู้	4.18	.806	-3.802	223	.000
	ความคาดหวัง	4.31	.722			
ค่าใช้จ่ายมีความชัดเจน	การรับรู้	4.37	.670	-.516	223	.607
	ความคาดหวัง	4.38	.646			
ค่าใช้จ่ายไม่ซ้ำซ้อน	การรับรู้	4.27	.745	-2.239	223	.026
	ความคาดหวัง	4.34	.716			
ด้านสถานที่	การรับรู้	4.25	.592	-4.466	223	.000
	ความคาดหวัง	4.37	.571			
ความสะดวกในการ เดินทาง	การรับรู้	4.21	.816	-3.685	223	.000
	ความคาดหวัง	4.34	.740			
ความสะอาดของสถานที่	การรับรู้	4.30	.654	-2.820	223	.005
	ความคาดหวัง	4.38	.646			
บรรยากาศเหมาะแก่การ เรียนรู้	การรับรู้	4.26	.755	-4.142	223	.000
	ความคาดหวัง	4.40	.649			

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต (ต่อ)

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	การรับรู้ และความคาดหวัง	$\bar{X}$	SD	Paired-Samples T-Test		
				t	df	Sig. (2 tailed)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การรับรู้	3.82	.745	-5.342	223	.000
	ความคาดหวัง	4.07	.744			
การจัดโปรโมชั่น เช่น การลดราคาค่าเรียน	การรับรู้	3.72	.920	-6.416	223	.000
	ความคาดหวัง	4.15	.880			
การประชาสัมพันธ์ ผ่าน สื่อต่างๆ ที่หลากหลาย	การรับรู้	3.70	.897	-3.036	223	.003
	ความคาดหวัง	3.88	.948			
ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีความถูกต้อง	การรับรู้	4.04	.830	-3.624	223	.000
	ความคาดหวัง	4.21	.794			
ด้านบุคลากร	การรับรู้	4.60	.515	-1.859	223	.064
	ความคาดหวัง	4.65	.506			
อาจารย์มีความรู้ ความสามารถ	การรับรู้	4.63	.520	-.911	223	.363
	ความคาดหวัง	4.66	.592			
อาจารย์เอาใจใส่ผู้เรียน	การรับรู้	4.71	.530	-.632	223	.528
	ความคาดหวัง	4.72	.505			
เจ้าหน้าที่มีอริยาบดียดี	การรับรู้	4.49	.676	-3.147	223	.002
	ความคาดหวัง	4.58	.594			

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต (ต่อ)

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	การรับรู้ และ ความคาดหวัง	— X	SD	Paired-Samples T-Test		
				t	df	Sig. (2 tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	การรับรู้	4.08	.603	-5.914	223	.000
	ความคาดหวัง	4.26	.629			
อุปกรณ์การเรียนการสอน	การรับรู้	3.98	.781	-6.384	223	.000
ที่มีความทันสมัย	ความคาดหวัง	4.25	.715			
ระดับแสงสว่างของสถานที่	การรับรู้	4.38	.673	-2.577	223	.011
	ความคาดหวัง	4.46	.655			
ระดับอุณหภูมิของสถานที่	การรับรู้	4.17	.867	-3.553	223	.000
	ความคาดหวัง	4.33	.774			
การตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ	การรับรู้	3.82	.817	-4.237	223	.000
น่าดึงดูดใจ	ความคาดหวัง	4.02	.847			
ด้านกระบวนการให้บริการ	การรับรู้	4.25	.674	-3.051	223	.003
	ความคาดหวัง	4.35	.630			
การติดต่อประสานงาน	การรับรู้	4.26	.718	-3.114	223	.002
โรงเรียนมีความรวดเร็ว	ความคาดหวัง	4.38	.673			
ขั้นตอนการติดต่อไม่	การรับรู้	4.37	.656	-.534	223	.594
ซับซ้อน	ความคาดหวัง	4.38	.686			
มีการติดตามผลการติดต่อ	การรับรู้	4.13	.913	-3.411	223	.001
สม่ำเสมอ	ความคาดหวัง	4.30	.707			
ภาพรวม	การรับรู้	4.20	.466	-6.330	223	.000
	ความคาดหวัง	4.34	.477			

จากตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต โดยใช้สถิติ Paired-Samples T-Test พบว่า ค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่า

เมื่อพิจารณารายข้อของแต่ละด้าน พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ในข้อหลักสูตรการเรียนที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.43 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.06 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อหลักสูตรการเรียนที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง

ในข้อระยะเวลาการเรียนที่เหมาะสม มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.834 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.21 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.21 แสดงว่าไม่จำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อระยะเวลาการเรียนที่เหมาะสม

ในข้อเอกสารประกอบการเรียนที่มีความเหมาะสม มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.35 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.05 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อเอกสารประกอบการเรียนที่มีความเหมาะสม

2. ด้านราคา

ในข้อค่าใช้จ่ายการเรียนที่มีความเหมาะสม มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.31 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.18 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อค่าใช้จ่ายการเรียนที่มีความเหมาะสม

ในข้อค่าใช้จ่ายมีความชัดเจน มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.607 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.38 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.37 แสดงว่าไม่จำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อค่าใช้จ่ายมีความชัดเจน

ในข้อค่าใช้จ่ายไม่ซ้ำซ้อน มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.34 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.27 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อค่าใช้จ่ายไม่ซ้ำซ้อน

3. ด้านสถานที่

ในข้อความสะดวกลงในการเดินทาง มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.34 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.21 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อความสะดวกลงในการเดินทาง

ในข้อความสะอาดของสถานที่ มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.38 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.30 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อความสะอาดของสถานที่

ในข้อบรรยายภาพเหมาะแก่การเรียนรู้ มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.40 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.26 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อบรรยายภาพเหมาะแก่การเรียนรู้

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ในข้อการจัดโปรโมชั่น เช่น การลดค่าเรียน มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.15 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 3.72 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อการจัดโปรโมชั่น เช่น การลดค่าเรียน

ในข้อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.003 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 3.88 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 3.70 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย

ในข้อข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.21 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.04 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง

5. ด้านบุคลากร

ในข้ออาจารย์มีความรู้ความสามารถ มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.363 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.66 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.63 แสดงว่าไม่จำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้ออาจารย์มีความรู้ความสามารถ

ในข้ออาจารย์เอาใจใส่ผู้เรียน มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.528 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.72 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.71 แสดงว่าไม่จำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้ออาจารย์เอาใจใส่ผู้เรียน

ในข้อเจ้าหน้าที่มีอริยาศัยดี มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.002 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.58 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.49 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อเจ้าหน้าที่มีอริยาศัยดี

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ในข้ออุปกรณ์การเรียนที่มีความทันสมัย มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.25 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 3.98 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้ออุปกรณ์การเรียนที่มีความทันสมัย

ในข้อระดับแสงสว่างของสถานที่ มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.011 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.46 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.38 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อระดับแสงสว่างของสถานที่

ในข้อระดับอุณหภูมิของสถานที่ มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.33 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.17 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อระดับอุณหภูมิของสถานที่

ในข้อการตกแต่งสถานที่ต่างๆ น่าดึงดูดใจ มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวัง

มากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.02 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 3.82 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อการตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ น่าดึงดูดใจ

7. ด้านกระบวนการให้บริการ

ในข้อการติดต่อประสานงานโรงเรียนมีความรวดเร็ว มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.002 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.38 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.26 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อการติดต่อประสานงานโรงเรียนมีความรวดเร็ว

ในข้อขั้นตอนการติดต่อไม่ซ้ำซ้อน มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.594 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.38 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.37 แสดงว่าไม่จำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อขั้นตอนการติดต่อไม่ซ้ำซ้อน

ในข้อมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ มีค่า Sig. (2 tailed) มีค่าเท่ากับ 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับการรับรู้จริง โดยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในข้อนี้เท่ากับ 4.30 และระดับการรับรู้จริงในข้อนี้เท่ากับ 4.13 แสดงว่าจำเป็นต้องมีการพัฒนาในข้อมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

จากผลของการศึกษา แนวทางการพัฒนา โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ผลการศึกษา พบว่า ระดับของการรับรู้จริงต่อการศึกษาน้อยกว่าระดับความคาดหวังต่อการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ระดับการรับรู้ต่ำกว่าระดับความคาดหวัง จากข้อมูลที่ได้รับพบว่าควรพัฒนาในหัวข้อ 1) หลักสูตรการเรียนที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยการพัฒนาหลักสูตรให้เห็นทักษะการสื่อสารและมีการรับรองผลการเรียน และเพิ่มหลักสูตรเฉพาะด้านที่เหมาะสมกับการใช้งานจริง เช่น เลขานุการ การขาย 2) เอกสารประกอบการเรียนที่มีความเหมาะสมโดยการพัฒนาคุณภาพของเอกสารประกอบการเรียน ใช้หนังสือมีภาพประกอบที่มีสีสัน เพื่อให้การเรียนมีความน่าสนใจ การเข้าเล่มที่มีคุณภาพ การใช้สื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมกับการเรียนในปัจจุบัน เช่น สื่อออนไลน์ e-Book

ด้านราคา พบว่า ระดับการรับรู้ต่ำกว่าระดับความคาดหวัง จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ควรพัฒนาในหัวข้อ 1) ค่าใช้จ่ายการเรียนที่มีความเหมาะสม โดยการกำหนดค่าเรียนที่ชัดเจน เพียงราคาเดียว 2) ค่าใช้จ่ายไม่ซ้ำซ้อน โดยการปรับราคาค่าใช้จ่ายเป็นราคาเดียว ค่าเรียนรวม ค่าเอกสาร

ด้านสถานที่ พบว่า ระดับการรับรู้ต่ำกว่าระดับความคาดหวัง จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ควรพัฒนาในหัวข้อ 1) ความสะดวกในการเดินทาง โดยการจัดทำแผนที่โรงเรียนให้ชัดเจน, ทำป้ายชี้แจงเส้นทางระบุในเว็บไซต์หรือแผ่นพับ 2) ความสะอาดของสถานที่ โดยการกำหนดความถี่ในการทำความสะอาดเพิ่มขึ้น, เพิ่มจุดทิ้งขยะให้มากขึ้น, จัดทำป้ายที่ชัดเจน ห้ามรับประทานอาหารในห้องเรียน 3) บรรยากาศเหมาะแก่การเรียนรู้ โดยการจัดตกแต่งสถานที่เป็นโซนภาษาต่างๆ พร้อมทั้งจัดมุมความรู้ที่เกี่ยวข้อง, มีหนังสือให้อ่านเพิ่มพูนความรู้ ให้ผู้เรียนเลือกอ่านได้ตามความสนใจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับการรับรู้ต่ำกว่าระดับความคาดหวัง จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ควรพัฒนาในหัวข้อ 1) การจัดโปรโมชั่น เช่น การลดราคาค่าเรียน โดยการจัดทำโปรโมชั่นให้มีความถี่และหลากหลายมากขึ้น, จัดกิจกรรมพิเศษ ให้ผู้เรียนเข้าฟรี (คนนอกเก็บค่าใช้จ่าย) เช่น การจัดดอกไม้ พิธีชงชา 2) การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย โดยการพิจารณาสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ เพิ่มเติม เช่น Fanpage ของ Facebook, การบันทึกการสอนลง Youtube เป็นต้น 3) ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีความถูกต้อง โดยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนประชาสัมพันธ์, มีวิธีการส่งข่าวสารถึงลูกค้าในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

ด้านบุคลากร พบว่า ระดับการรับรู้ไม่แตกต่างจากระดับความคาดหวัง แต่จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ควรพัฒนาในหัวข้อเจ้าหน้าที่มีอริยาบดียดี โดยการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความพร้อมในการบริการ ฝึกบุคลิกภาพการแสดงออก เช่น การยิ้มแย้มแจ่มใสและฝึกการบริการด้วยใจมากขึ้น, มีการทดสอบเชิงจิตวิทยา วัดทัศนคติที่มีผลต่อการให้บริการ เช่น ความฉลาดทางอารมณ์ สำหรับการรับพนักงานใหม่

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ระดับการรับรู้ต่ำกว่าระดับความคาดหวัง จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ควรพัฒนาในหัวข้อ 1) อุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย โดยตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ต่างๆ ให้สามารถใช้งานได้เสมอ พร้อมทั้งสำรวจตลาดว่าเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการนำอุปกรณ์ใหม่ๆ มาใช้งาน 2) ระดับแสงสว่างของสถานที่ที่เหมาะสม โดยการกำหนดความถี่ในการตรวจสอบไฟเพิ่มขึ้น, เพิ่มจุดให้แสงสว่างมากขึ้น, ตรวจสอบระดับความสว่างที่เหมาะสมกับห้องเรียน 3) ระดับอุณหภูมิของสถานที่ที่เหมาะสม โดยการปรับปรุงโดยการจัดทำสวิตช์ให้สามารถปรับอุณหภูมิได้ด้วยตนเอง พร้อมทำป้ายประกาศวิธีการปรับอุณหภูมิ 4) การตกแต่งสถานที่ต่างๆ น่าดึงดูดใจ โดยการจัดตกแต่งสถานที่เป็นโซนภาษาต่างๆ พร้อมทั้งจัดมุมความรู้ที่เกี่ยวข้อง

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ระดับการรับรู้ต่ำกว่าระดับความคาดหวัง จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ควรพัฒนาในหัวข้อ 1) การติดต่อประสานงานโรงเรียน มีความรวดเร็ว โดยการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และกำหนดเวลาทำงานในแต่ละขั้นตอน, มีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน 2) มีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ โดยการกำหนดขั้นตอนการทำงานให้มีการติดตามผลทุกครั้ง

ทั้งนี้ข้อมูลจากตารางที่ 3 เรื่องระดับความคาดหวัง อาจแปลความหมายระดับความคาดหวังต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต เป็นระดับความสำคัญในการดำเนินการพัฒนา โดยเรียงลำดับความสำคัญของระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ จากระดับความคาดหวังมากไปหาระดับความคาดหวังน้อย ดังนี้ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

สำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรทำการสอบถามไปยังผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนของผู้ใช้บริการ เช่น ผู้ปกครอง หรือผู้บังคับบัญชา เนื่องจากเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ
2. ควรมีการสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสม่ำเสมอทุกปี เพื่อข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
3. ควรทำการศึกษาแนวทางการพัฒนา โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขาสุขุมวิท และสาขาศรีราชา เพื่อให้เป็นแนวทางการพัฒนาเดียวกัน



บรรณานุกรม

TNI

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2556). ธุรกิจสอนภาษาไทย/ต่างประเทศ. สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.dbd.go.th/mainsite/fileadmin/contents/development/files/html/language.html>
- กรมอาเซียน. (2555). การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนภายในปี 2558 (ค.ศ. 2015). สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.mfa.go.th/asean/contents/files/other-20121128-164605-461529.pdf>
- เกียรติพงษ์ มากประภา. (2546). ความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ในคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) : กรณีศึกษา สำนักงานบริการดีแทค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิตตินันท์ นันทไพบลย์. (2555). ศิลปะการให้บริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จूरืพร หมื่นศรี. (2555). ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพการบริการที่จุดบริการสาขาและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าบัตรเครดิต ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชนินทร์ สนิทมาก. (2554). ความคาดหวัง การรับรู้จริงและความพึงพอใจโดยรวมของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2550). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชิษณุกร พรภาณูวิชัย. (2540). ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล : กรณีศึกษา จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ สส.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชื่นกมล ทิพย์ไพฑูรย์. (2553). ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน กรณีศึกษา บริษัท น้ำมันพีทีพีแอล. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

- ธุรกิจ ร.ร. กวดวิชายังรุ่ง. (2555, 21 กรกฎาคม). หนังสือพิมพ์ข่าวสด. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2556, จาก http://www.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TURObFkyOHIOekI4TURjMU5RPT0=
- นฤมล สุนทสวัสดิ์. (2549). การบริหารอุตสาหกรรมบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2542). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุปผา พวงมาลี. (2542). การรับรู้ความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา.
- พวงรัตน์ บุญญานุรักษ์. (2541). กลยุทธ์การสร้างงาน บริการพยาบาลเชิงธุรกิจ. ชลบุรี : คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภัทรนิตา อักษรถึง. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการผ่านเว็บไซต์ **Ensogo** ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภาวสุ สิริสิงห. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภาวิดา ดำรงอดิภา. (2549). ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการร้านอาหารเคาเตอร์เซอร์วิสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2540). จิตวิทยาการบริการ (หน่วยที่ 1-7). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- ร.ร. กวดวิชาสะพัด 3 หมื่นล้าน โตพรวด 200% แห่เรียนพิเศษ 7-8 วิชา/คน อึ้ง! อิตเรียนภาษาไทย. (2554, 14 สิงหาคม). หนังสือพิมพ์มติชน. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2556, จาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1313313048&grpid=01 &catid=01
- เลิฟล๊อค, คริสโตเฟอร์ ; และ ไทร์, ลอเรน. (2546). การตลาดบริการ. แปลโดย อดุลย์ จาตุรงค์กุล ; ตลยา จาตุรงค์กุล ; และ พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

- วิธาน เจริญผล. (2555). ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ชี้ แนวโน้มธุรกิจกวตวิชายังโตไม่หยุด
ปัจจุบันทั้งระบบมูลค่ากว่า 7,000 ล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2556, จาก
<http://thaipublica.org/2012/07/eic-analyzes-trends-in-business-education/>
- วีระพงษ์ ปัญญาชนคุณ. (2555). ประชาคมอาเซียนกับแนวโน้มด้านภาษาในภูมิภาค
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2556, จาก
<http://www.deepsouthwatch.org/node/2780>
- วุฒิ สุขเจริญ. (2555). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : จี.พี ไซเบอร์พริ้นท์.
- ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์. (2554). แนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันสอน
ภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต. สารนิพนธ์ บธ.ม.
(บริหารธุรกิจ). ภูเก็ต : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชรรมสาร.
- สมนึก ภัททิยธนี. (2546). การวัดผลการศึกษา : Educational Measurement. กภาพสินธุ์ :
ประสานการพิมพ์.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2551). การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒน์.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. (2556). โรงเรียนเอกชนนอกกระบวน
ประเภทกวตวิชา. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2556, จาก [http://www.opec.go.th/
UserFiles/File/sch_name/sch_name_update030456/keela2.xls](http://www.opec.go.th/UserFiles/File/sch_name/sch_name_update030456/keela2.xls)
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2550). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 14.
กรุงเทพฯ : สามลดา.
- สุชีรา โรจนภักดีธรรม. (2548). ความคาดหวังและการรับรู้ต่อการเรียนภาษาจีนใน
โรงเรียนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออกในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์
บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุมาพร ทองสาย. (2555). การเปรียบเทียบการคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึง
พอใจของผู้เข้าอบรมโครงการส่งเสริมการจัดการที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการ
SME ธนาคารสกรไทย (จำกัด) มหาชน. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เออีซีจุดพลุ มั่นล้านสถาบัน สอนภาษาเฮ้บ้ออาเซียน. (29-31 สิงหาคม 2555). หนังสือพิมพ์
สยามธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2556, จาก [http://www.siamturakij.com/
home/news/display_news.php?news_id=413365543](http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=413365543)

Gronroos, C. (1990). **Service Management and Marketing.** (The Nature of Service
and Service Quality). Sweden : Stcokholm University.

Oxford University. (1984). **Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English**. 14th ed. Oxford : Oxford University Press.

Schiffman, L. G. ; and Kanuk, L. (1997). **Consumer Behavior**. New Jersey : Prentice Hall.

Vroom, V. H. (1990). **Manage People Not Personnel : Motivation and Performance Appraisal**. Boston : Harvard Business School Press.

Yamane, T. (1967). **Statistics : An Introductory**. 2nd ed. New York : Harper and Row.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เลขที่ _____

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริการของ
โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

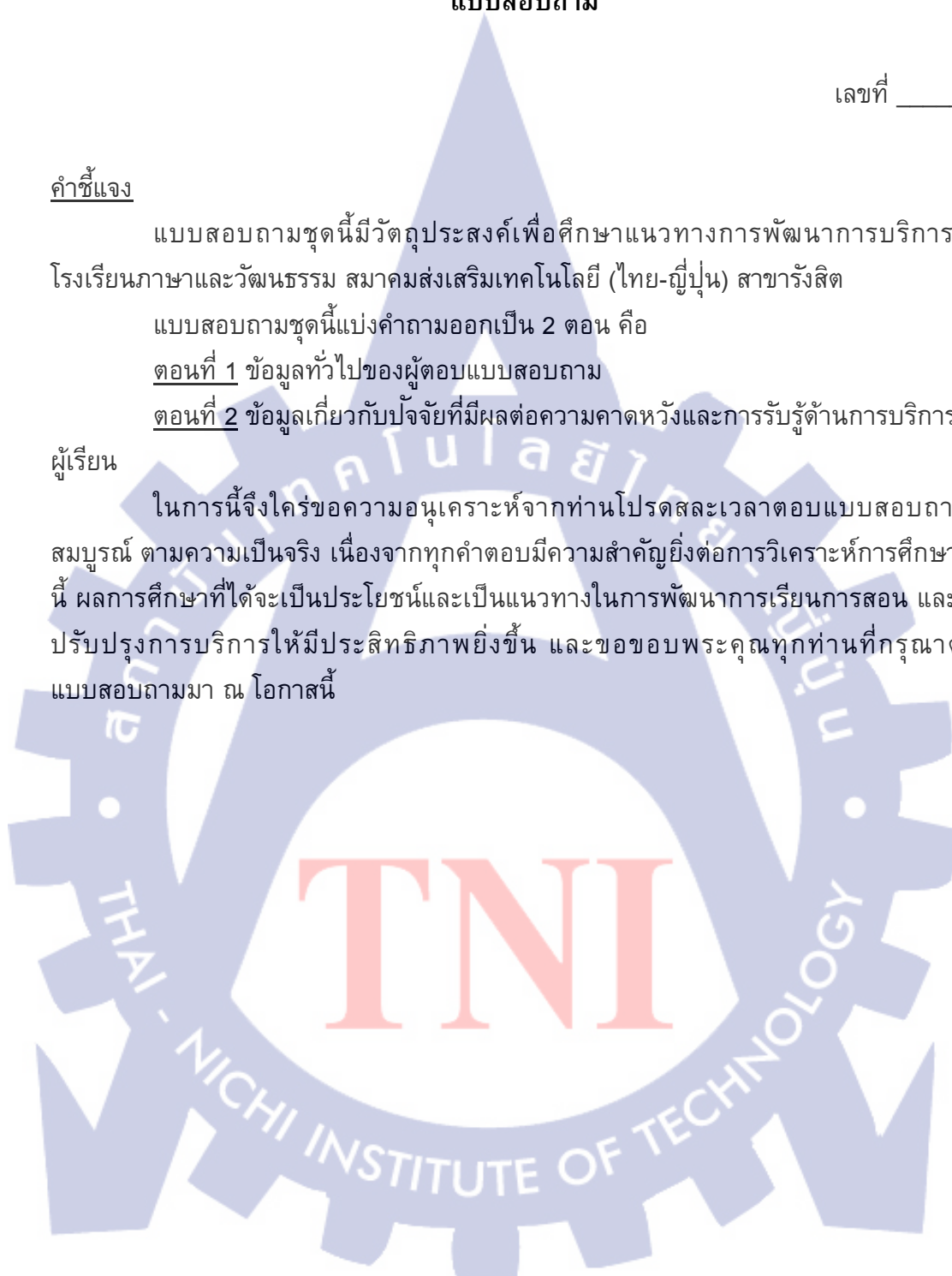
แบบสอบถามชุดนี้แบ่งคำถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ด้านการบริการของ

ผู้เรียน

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดสละเวลาตอบแบบสอบถามให้
สมบูรณ์ ตามความเป็นจริง เนื่องจากทุกคำตอบมีความสำคัญยิ่งต่อการวิเคราะห์การศึกษาครั้งนี้
ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอน และการ
ปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบ
แบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้



คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ () 1. ไม่เกิน 15 ปี () 2. 16-20 ปี () 3. 21-25 ปี
() 4. 26-30 ปี () 5. 31-35 ปี () 6. มากกว่า 35 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- () 1. ต่ำกว่า ม.ปลาย
- () 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.ปลาย) หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
- () 3. อนุปริญญา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
- () 4.ปริญญาตรี
- () 5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. ท่านรู้จักโรงเรียนฯ จาก (ข้อเดียว)

- () 1. แผ่นพับหน้าโรงเรียน () 2. เพื่อนบอก
- () 3. เว็บไซต์ () 4. หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- () 5. อื่นๆ โปรดระบุ

5. เหตุผลที่คุณเลือกเรียนภาษามากที่สุด (ข้อเดียว)

- () 1. เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน () 2. ต้องการให้ผลการเรียนดีขึ้น
- () 3. ผู้ปกครองให้เรียน () 4. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
- () 5. อื่นๆ โปรดระบุ

↴ ตอบทั้ง 2 ช่อง ↴

ปัจจัย	ความคาดหวัง ของท่าน					ขณะนี้ท่านได้รับ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ										
6.1 อุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย										
6.2 ระดับแสงสว่างของสถานที่เหมาะสม										
6.3 ระดับอุณหภูมิของสถานที่เหมาะสม										
6.4 การตกแต่งสถานที่ต่างๆ น่าดึงดูดใจ										
7. ด้านกระบวนการให้บริการ										
7.1 การติดต่อประสานงานโรงเรียนมีความรวดเร็ว										
7.2 ขั้นตอนการติดต่อไม่ซับซ้อน										
7.3 มีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ										

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

