

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P's) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบัน สอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Marketing Mix Factors Influencing the Satisfaction of English Language Institute Service among the Working Age Population in Hat Yai district of Songkla area

ศิราณี ศรีวิชัย สดรุณบลท์*

บทคัดย่อ

การศึกษาวัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์(1)ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (2) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของสถาบันสอนภาษาอังกฤษตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีต่อการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงาน (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (5) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 21 - 60 ปีใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามช่วงเดือน ธันวาคม 2561 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สถิติที่ใช้ทดสอบเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติหาค่า Chi-square วิเคราะห์ความสัมพันธ์และสถิติหาค่า Multiple Regression ตามวิธี Stepwise วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ โดยกำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า (1) พฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้เหตุผลหลักในการเลือกเรียนภาษาอังกฤษคือ เพื่อใช้ในการทำงาน หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียนคือ หลักสูตรสนทนาภาษาอังกฤษทั่วไป วันที่เหมาะสมที่จะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุดคือ วันจันทร์ถึงศุกร์ ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุดคือ ช่วงเช้า บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาอังกฤษคือ ตนเอง สถาบันภาษาอังกฤษที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรกจากกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเรียนคือ AUA, inlingua and ECC ตามลำดับ (2) ระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P's)ต่อการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เป็นไปตามลำดับดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยรวมด้านบุคลากร ปัจจัยรวมด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยรวมด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยรวมด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยรวมด้านกระบวนการ ปัจจัยรวมด้านราคาและปัจจัยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด (3) ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เป็นไปตามลำดับดังต่อไปนี้ คือ พึงพอใจการเรียนการสอนของสถาบันสอนภาษาอังกฤษอยู่ในระดับมาก รองลงมาพึงพอใจการบริการของสถาบันสอนภาษาอยู่ในระดับมาก และพึงพอใจการบริหารจัดการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษอยู่ในระดับมาก (4) ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษแต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Chi-square พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (5) ผลการทดสอบสมมติฐานผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

*หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ

สาขาวิทยาบริหารเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจังหวัดสงขลา ปีการศึกษา 2561

สถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อนำทั้ง 7 ปัจจัย วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ(Multiple Linear Regression)ตามวิธี Stepwise พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ทั้งสิ้น 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถด ถอย (Beta Coefficient) จากมากไปน้อย คือ ปัจจัยทางการตลาด ด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานตามลำดับ จากผลการวิจัยในครั้งนี้จะช่วยให้สถาบันสอนภาษาอังกฤษนำไปปรับกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในการพัฒนารูจกกลยุทธ์ทางการตลาดและดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาสมัครเรียนภาษาอังกฤษกับสถาบันมากขึ้น

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, สถาบันสอนภาษาอังกฤษ

ABSTRACT

Research in this objective will study (1) the behavior of using the service of the English language teaching institute of working people in Hat Yai district, Songkhla province (2) the marketing mix (7P's) of the English language institution according to the idea of working age users in this area (3) the satisfaction of working age service users and how they feel towards the use of English language teaching services (4) the relationship between personal factors and service usage behavior of English language institutions of working people in the district (5) the marketing mix factors (7P's) that affect the satisfaction of using the English language teaching institutes of working people in the area studied. The sample group used in the study was 400 samples aged from 21 to 60, completed questionnaires at the end of December 2018. The tools used in the study were questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistics such as the percentage, average, standard deviation Statistics used to Inferential Stats, Statistics, Chi-square Analyze relationships and Statistics Multiple Regression According to stepwise method Analyze Marketing Mix Factors that influence satisfaction by determining statistically significant at the level of 0.05

The results of the study showed that (1) the behavior in using the services of English language teaching institutions in Hat Yai district, Songkhla province of the sample can be as follows: The main reason for choosing to study English is to use in work. Followed by English language courses that are of interested are general English conversation courses. The most convenient day to study English is Monday through Friday and the ideal time is in the morning. The person who affects the decision to learn English is himself. The top 3 most popular English institutions from the sample group in the study are AUA, inlingua and ECC, respectively. (2) the level of opinion of marketing mix factors (7P's) that influence the satisfaction of using the English language teaching institutes by the working people in Hat Yai, District of Songkhla Province. Based on the research results, the level of opinions was found to be at a high level. When considering each aspect, it was found that in the following order, the total factors of personnel were at the highest level, followed by the product factor. Physical factors, distribution factors, process factors and price factors. The overall factor of marketing promotion has the same mean at a high level. (3) the level of satisfaction in using the English language teaching service of working people found that it is at a high level. When considering each aspect, it is found that the following order is satisfied with the teaching and learning at the English language institutes at a high level. Satisfied with the service of the language school in the highest level and the satisfaction of the management of the English language institute has a high level of mean. (4) the results of the hypothesis testing of personal factors of users of English language institutions found that each factor is related to the behavior of using English language teaching institutions In Hat Yai District, Songkhla

Province, classified by gender, age, educational level, occupation and average monthly income. By using test statistics, Chi-square found their age, educational level, occupation and average monthly income are related to the behavior of using the service with statistical significance at the level of 0.05. (5) test results of product hypothesis, distribution price promotion of personal marketing, physical characteristics and processes that influence service satisfaction in English language teaching institutions of working-age people in the area. Based on the analysis of the correlation coefficients between the variables used, it was found that all independent variables were correlated with satisfaction with statistical significance at the level of 0.05 and when applying these 7 factors, the regression analysis multiple it was found that the factors influencing the satisfaction of using the English language teaching institute of working people in Hat Yai district, Songkhla Province, were statistically significant at the level of 0.05. Sequence from the coefficient of regression (Beta Coefficient) from the least to the market factor in the process product factors, physical factors, marketing promotion factors have an influence on the satisfaction of using the English language teaching service of working people, respectively. These findings may help language institutes adjust strategies to meet consumer's needs and enhance competitive advantages in business development, marketing strategies and attracting new customers

Keywords : Marketing mix factors; English Language Institute

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาคือยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมายและเป็นที่ยอมรับกันแล้วว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลเปรียบเสมือนกุญแจสู่ประตูโอกาสอาชีพเช่น โอกาสการทำงานที่ดี โอกาสการศึกษาขั้นสูงและเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร การหาข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ ดังนั้นมีการจัดอันดับทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในทวีปเอเชียครั้งที่ 5 (5th EF English Proficiency Index (EF EPI) ประจำปี 2558 โดยสำนักงานจัดอันดับทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ EF (Education First) พบว่าความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยอยู่ในอันดับที่ 62 จาก 70 ประเทศทั่วโลกที่เข้ารับการทดสอบถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำมากและเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียพบว่าอยู่อันดับที่ 14 จาก 16 ประเทศซึ่งรัฐบาลเองได้มีการกระตุ้นให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเห็นความสำคัญของภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาบุคลากรของตนให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการประกาศโครงการ English Speaking Year 2012 หลายคนเริ่มให้ความสำคัญกับการเรียนภาษากันมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

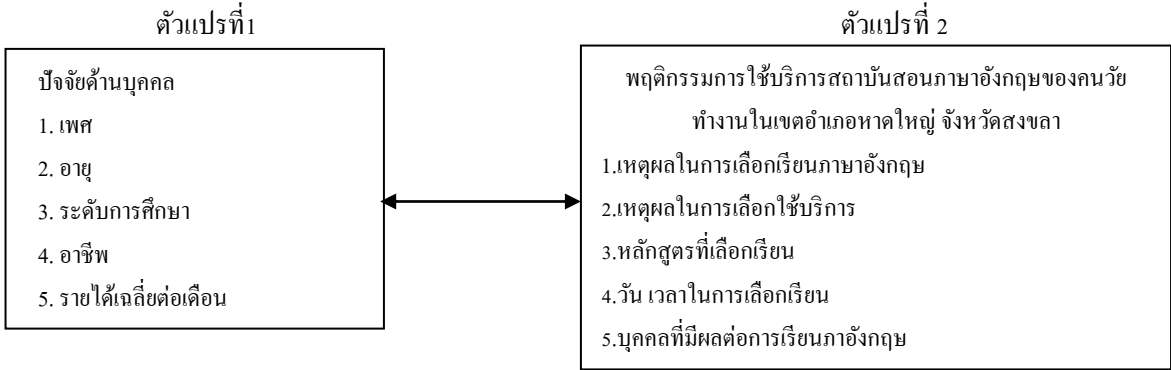
1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาด(7P's) ของสถาบันสอนภาษาอังกฤษตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการวัยทำงานในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่มีต่อการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงาน
4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
5. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สมมติฐานการวิจัย

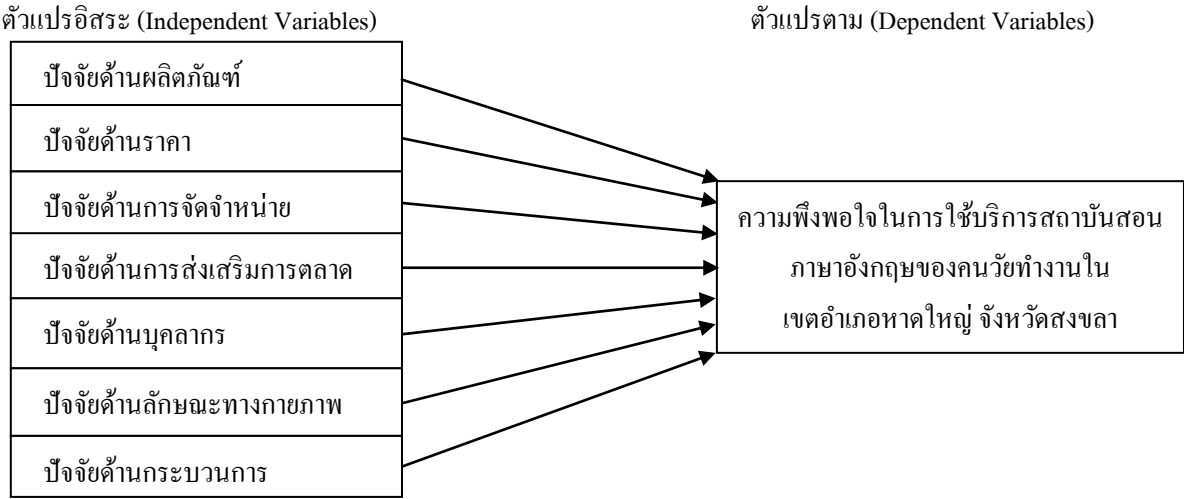
1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภควัยทำงานในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษ

2.ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดตามสมมติฐานข้อ 1



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดตามสมมติฐานข้อ 2

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

- 1.เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสถาบันสอนภาษาสามารถนำไปปรับปรุงกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจในด้านต่างๆส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาอังกฤษเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มวัยทำงาน
- 2.ทำให้ผู้ประกอบการสถาบันสอนภาษาทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P's) ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 3.เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคต

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันสอนภาษาอังกฤษ

โรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศเริ่มขึ้นในรัชกาลที่ 4 เนื่องจากรัฐบาลให้ความสำคัญเรื่องการศึกษาจากนั้นในสมัยของรัชกาลที่ 5 ประเทศตะวันตกเข้ามาทำการค้ามากขึ้นรวมถึงพวกมิชชันนารีที่เปิดโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษพร้อมกับการสอนศาสนา นายฟ.ฮัลเลอร์และชาวจีนจำนวนมากรวมกลุ่มจัดตั้งโรงเรียนสอนภาษาจีนและภาษาอังกฤษทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดสิ่งที่พัฒนาตามมาก็คือโรงเรียนกวตวิชาซึ่งโรงเรียนกวตวิชาที่ดังที่สุดในตอนนั้นก็คือวัดสุทัศน์และวัดมหรณพารามวรวิหารซึ่งปัจจุบัน

ธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาและกวดวิชาเปิดให้บริการอย่างหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้เรียนที่มีวัตถุประสงค์ในการเรียนที่แตกต่างกันออกไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคหมายถึงปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการต่างๆ ปัจจัยต่างๆของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาและพฤติกรรมต่างๆ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542, หน้า 5)

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542, น. 11) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การที่กิจการมีสินค้าและบริการไว้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่พวกเขาได้ทั้งนี้ราคาของสินค้าและบริการอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินยอมที่จะจ่าย (Willing to pay) มีช่องทางการจัดจำหน่าย ที่เหมาะสมเข้าถึงได้อย่างสะดวกอีกทั้งมีการจูงใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

นภรัตน์ เสือจงพรู (2544, น. 15) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นได้ทั้งความรู้สึกทางบวกและทางลบหรืออาจหมายถึงความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบและความพึงพอใจยังความรู้สึกภายในที่แต่ละบุคคลจะเปรียบเทียบระหว่างเหตุการณ์จริงกับความคิดเห็นต่อสถานการณ์ที่อยากให้เป็นที่น่าพอใจไว้หรือที่รู้สึกว่าคุณเองสมควรจะได้รับ โดยผลที่ได้นั้นจะเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ถือว่าเป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคล

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นลินี เสนาปา (2544) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของประชาชนใน เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรก ให้ความสำคัญในด้านความรู้ความชำนาญของผู้สอนเป็นอันดับรอง

สุกัญญา พิษขยงศ์ศิริ (2546) “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบระหว่างสถาบันสอนภาษา เอ.ยู.เอ กับ สถาบันสอนภาษาบริติชเคาน์ซิลใน เขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้ตอบแบบ สอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษ

ณัฐวดี เหลืองพิศาลพร (2551) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญของผู้ให้บริการด้านบุคลากรเป็นอันดับ 1 ให้ความสำคัญมากในเรื่องของผู้สอนมีความรู้ความชำนาญเป็นอันดับแรก

พัชรภรณ์ ภูบุญศรี (2552) ศึกษา “ปัจจัยสำคัญในการเลือกโรงเรียนกวดวิชากรณีศึกษาเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี” พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในด้านกระบวนการให้บริการคือมีการสอบวัดผลการเรียนสม่ำเสมอ นอกจากผู้ เรียนจะให้ความสำคัญกับครูผู้สอนที่มีความสามารถแล้วยังให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ด้วย แสงสว่างภายในสถานที่เรียนมีความเหมาะสม ปราศจากเสียงรบกวนจากภายนอกความสะอาดของสถานที่เรียนห้องน้ำถูกสุขลักษณะ

วัชรพงษ์ ชื่นเบิกบาน (2553) ศึกษา “ปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อหลักสูตรภาษาอังกฤษสำหรับ ผู้ใหญ่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการส่งผลการเลือกซื้อหลักสูตรภาษาอังกฤษเป็นอันดับแรกคือกระบวนการชำระเงินที่สะดวกสามารถชำระผ่านทางธนาคารได้โดยไม่ต้องชำระที่หน้าเคาน์เตอร์

ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอ กะหู่ จังหวัดภูเก็ต” ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญมากที่สุดในในการเลือกโรงเรียนสอนภาษาของผู้เรียนส่วนใหญ่คือส่วนใหญ่คือ ปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคาตามลำดับ

คัทเลีย จิโนเชียว (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษในจังหวัดปทุมธานี โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตร

กานต์รวี วัฒนปรีดา (2556) ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกวดวิชาออนไลน์ พบว่ากลุ่มนักเรียนที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยได้แก่การโฆษณาโดยเนื้อหาต้องระบุถึงประโยชน์และความสำเร็จที่ได้รับจากการเรียน

รดา วารวิริยะพงศ์ (2557) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ ได้แก่หลักสูตรการสอนมีความหลากหลาย ปัจจัยด้านสถานที่ไม่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษเนื่องจากปัจจุบันมีสถาบันสอนภาษาเกิดขึ้นมากมาย เช่นห้างสรรพสินค้าผู้เรียนสามารถเดินทางไปได้สะดวก รวมถึงความเพียงพอของที่นั่ง

กรวิวรรณ ศรีพันธุ์ (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อสภาพการเรียนการสอนของโรงเรียนดนตรียามาฮ่าใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า มีการจัดอาคารสถานที่ ที่ตั้งมีความเหมาะสมห้องเรียนสะอาด ระเบียบเรียบร้อยเพียงพอแก่นักเรียนมีการจัดกิจกรรม มีหลักสูตรการสอนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sample) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 21-60 ปีและเคยเรียนหรือกำลังเรียนอยู่ที่สถาบันสอนภาษาโดยการแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยทำงานที่อาศัยอยู่ใน เขตอำเภอหาดใหญ่โดยผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Docs จำนวน 400 ชุด มีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลช่วงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561 โดยใช้วิธีการคำนวณหาความเชื่อมั่นตามทฤษฎีของ Taro Yamane(1967)โดยระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนได้ 5%

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative) โดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire)เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษา ส่วนที่ 3 ข้อคำถามระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของการใช้บริการสถาบันสอนภาษา โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ส่วนที่ 4 ข้อคำถามระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาและส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถาบันสอนภาษา โดยส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 มีการกำหนดเกณฑ์การให้ คะแนน ต่อไปนี้ 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด และคะแนนระดับความคิดเห็นและระดับความพึงพอใจดังนี้ 4.21-5.00=พึงพอใจมากที่สุด 3.41-4.20=พึงพอใจมาก 2.61-3.40=พึงพอใจปานกลาง 1.81-2.60=พึงพอใจน้อย 1.00-1.80=พึงพอใจน้อยที่สุด

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลของแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมดแล้วได้นำข้อมูลแบบสอบถามมาลงรหัสตัวเลข (Code) แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สำเร็จรูปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแจกแจงความถี่ (Frequencies) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติค่า Chi-square การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจใช้สถิติค่า Multiple Linear Regression ตามวิธี Stepwise

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 65.3 อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีระดับการศึกษาที่ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 54.3 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 44.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5

2. พฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคณวิทย์ทำงานของกลุ่มตัวอย่างจากผลการวิจัย พบว่า เหตุผลหลักในการเลือกเรียนภาษาอังกฤษคือเพื่อใช้ในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 53.0 หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียนคือ หลักสูตรสนทนาภาษาอังกฤษทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 61.0 วันที่เหมาะสมที่สะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุดคือวันจันทร์ถึงศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 45.5 ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุดเป็นช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 51.5 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาอังกฤษคือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 72.5 สถาบันภาษาอังกฤษที่ได้รับความนิยมอันดับแรกคือสถาบัน AUA คิดเป็นร้อยละ 21.1 inlingua คิดเป็นร้อยละ 20.4 และ ECC คิดเป็นร้อยละ 18.9 ตามลำดับ

3. ระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ต่อการให้บริการของคณวิทย์ทำงานในเขตอำเภอหาดใหญ่ จากผลการวิจัย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.113 โดยเป็นไปตามลำดับต่อไปนี้คือ ปัจจัยรวมด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.157 ปัจจัยรวมด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.120 ปัจจัยรวมด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.055 ปัจจัยรวมด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.029 ปัจจัยรวมด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.99 ปัจจัยรวมด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.89 และปัจจัยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.809

4. ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคณวิทย์ทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ความพึงพอใจการเรียนการสอนของสถาบันสอนภาษาอังกฤษอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.14 ความพึงพอใจการบริการของสถาบันสอนภาษาอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.12 ความพึงพอใจการบริหารจัดการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของคณวิทย์ทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษจำแนกความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Chi-square ดังนี้

ตาราง 1

สรุปค่าความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษในเขตอำเภอหาดใหญ่

ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรม	Chi-square	(Sig)
อายุ	เหตุผลหลักในการเลือกเรียนภาษาอังกฤษ	23.838	(0.005)*
	หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียน	32.838	(0.000)*
	วันที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด	15.702	(0.015)*
ระดับการศึกษา	เหตุผลหลักในการเลือกเรียนภาษาอังกฤษ	21.145	(0.048)*
	หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียน	29.927	(0.003)*
	วันที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด	26.387	(0.001)*
อาชีพ	ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด	23.324	(0.003)*
	เหตุผลหลักในการเลือกเรียนภาษาอังกฤษ	39.966	(0.000)*
	หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียน	22.599	(0.031)*
	วันที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด	31.284	(0.000)*

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรม	Chi-square	(Sig)
รายได้	บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาอังกฤษ	43.947	(0.000)*
	หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียน	34.142	(0.000)*
	วันที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด	23.233	(0.001)*
	ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด	28.026	(0.000)*
	สถาบันสอนภาษาอังกฤษที่ท่านเลือกเรียนหรือเคยเรียน	12.242	(0.007)*

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

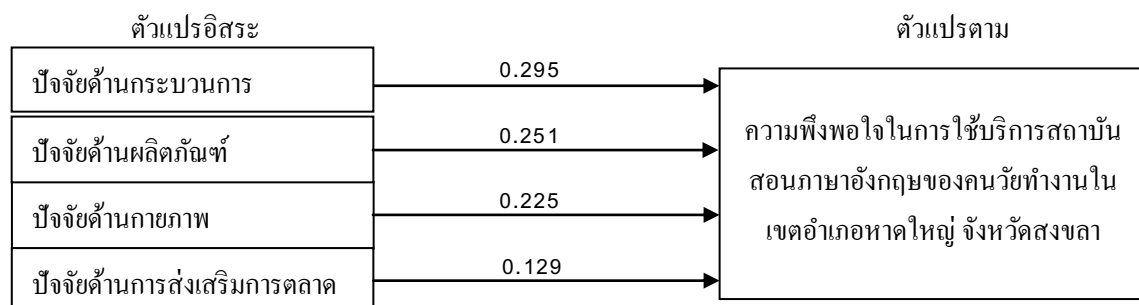
2. จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P's) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เมื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ(Multiple Linear Regression) ตามวิธีStepwise ได้ดังนี้

ตัวแปรพยากรณ์	B	SD(B)	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่	0.495	0.195		2.541	0.011
รวมปัจจัยด้านกระบวนการ	0.295	0.056	0.281	5.285	0.000*
รวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.251	0.054	0.217	4.638	0.000*
รวมปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	0.225	0.057	0.213	3.941	0.000*
รวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.129	0.036	0.152	3.558	0.000*

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

R = 0.694 R Square = 0.481 $R^2_{adj} = 0.476$ F = 91.580 Sig. = 0.000*

จากตาราง พบว่า $R^2_{adj} = 0.476$ แสดงว่ารวมปัจจัยด้านกระบวนการ รวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รวมปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ และรวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อธิบายความผันแปรของความพึงพอใจได้ร้อยละ 47.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถสรุปตัวแบบ Model ที่ได้จากการวิจัยพร้อมสัมประสิทธิ์ถดถอยพยากรณ์ดังนี้



อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมากมีรายละเอียดเป็นรายด้านดังต่อไปนี้

1.1 จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งส่งผลต่ออิทธิพลความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา คือหลักสูตรมีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้เรียนมีเอกสาร

ประกอบการสอนที่มีความทันสมัย น่าสนใจและเอกสารประกอบการสอนได้รับมาตรฐานถูกต้องสม บูรณ์มีจำนวนผู้เรียนต่อห้องมีความเหมาะสม มีระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษ โดยผลการศึกษาที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา พิชัยขันธ์วงศ์ดี (2546, หน้า 14) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากโดยเฉพาะหลักสูตรการสอน

1.2. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางด้านราคาอยู่ในระดับมาก ซึ่งส่งผลต่ออิทธิพลความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นว่าเรื่องราคาค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพและชื่อเสียงสถาบัน สถาบันมีค่าเรียนที่มีความเหมาะสมกับจำนวนระยะเวลาในการเรียนและมีการกำหนดค่าเรียนที่ชัดเจน ไม่เปลี่ยนแปลงภายหลังรวมถึงมีค่าเรียนถูกกว่าสถาบันอื่นและสามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้เป็นงวดๆ ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษโดยผลการศึกษาที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ คัทลียา จิโนจิยะ (2556, หน้า 17) โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกับอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตร

1.3. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ซึ่งส่งผลต่ออิทธิพลความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นว่าสถานที่ตั้งของสถาบันสามารถเดินทางได้สะดวกเป็น สิ่งสำคัญสถานที่เรียนมีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น Wi-Fi มุมพักผ่อนให้ผู้ใช้บริการและผู้ติดตาม สถานที่เรียนมีพื้นที่กว้างขวางน่าเรียนเกิดความประทับใจสถานที่เรียนมีที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้าสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงานย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษโดยผลการศึกษาที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (2554, หน้า 16) อย่างไรก็ตามงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รดา วราวิริยะพงศ์ (2557, หน้า 18) ซึ่ง พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสถานที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจหรือการเลือกศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษเนื่องจากปัจจุบันมีสถาบันสอนภาษาเกิดขึ้นมากมายอีกทั้งมีสาขากระจายครอบคลุมตามพื้นที่ต่างๆเช่นห้างสรรพสินค้าเป็นต้น

1.4. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดอยู่ในระดับมากซึ่งส่งผลต่ออิทธิพลความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาแสดงให้เห็นว่าในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆที่หลากหลายเช่นวิทยุ แผ่นป้าย ใบปลิวหรือโซเชียลมีเดีย ควรมีเนื้อหาของสื่อโฆษณาต่างๆมีความน่าสนใจจดจำได้ง่ายเนื้อหาของสื่อโฆษณาต่างๆ มีรายละเอียดสมบูรณ์เช่นหลักสูตรที่เปิดสอนเป็นต้น มีการออกงานอีเว้นท์และจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้จดจำได้การตลาดที่น่าสนใจ เช่นการลดราคาค่าเรียนหรือการให้ส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนดส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษโดยผลการศึกษาที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์รวี วัฒนปริดา (2556, หน้า 17) พบว่า ปัจจัยด้านการโฆษณามีความสำคัญระดับมาก

1.5. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งส่งผลต่ออิทธิพลความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นว่าผู้สอนมีความตรงต่อเวลาผู้สอนเป็นเจ้าของภาษาหรือชาวต่างชาติ มีระดับมากที่สุด ผู้สอนมีความรู้ น่าเชื่อถือมีประสบการณ์การสอนรวมถึงเจ้าหน้าที่ของสถาบันให้บริการด้วยความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เจ้าหน้าที่ของสถาบันให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องครบถ้วนและรวดเร็วส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษโดยผลการศึกษาที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของปรีญา แสงสุวรรณ (2550, หน้า 15) พบว่า ปัจจัยด้านครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษาอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามงานวิจัยดังกล่าว ขัดแย้งกับงานวิจัยของรดา วราวิริยะพงศ์ (2557, หน้า 18) ที่พบว่าปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการศึกษาในสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษ

1.6. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งส่งผลต่ออิทธิพลความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นว่าสถาบันมีความสะอาดเป็นระเบียบ บรรยากาศเงียบสงบเหมาะกับการเรียน ห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอต่อการเรียน ขนาดของห้องเรียนมีความเหมาะสม สกกับจำนวนผู้เรียนไม่แออัดเกินไปห้องน้ำถูกสุขลักษณะสะอาดและมีจำนวนเพียงพอห้องเรียนมีอุณหภูมิที่เหมาะสมไม่ร้อนหรือเย็นเกินไปส่งผลต่อความพึง

พอใจในการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษ สอดคล้องกับงานวิจัยของกรวิวรรณ ศรีพันธุ์ (2559, หน้า 19) พบว่าความสะอาดของสถานที่สำคัญมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยดังกล่าวความขัดแย้งกับงานวิจัยของ จิรัชญา สุขโกคาและศิริจันทร์ พุกญาอารักษ์ (2555, หน้า 16) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีผลต่อการเลือกเรียนสถาบันสอนภาษาเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของสถาบันเป็นหลัก

1.7 จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากซึ่งส่งผลต่ออิทธิพลความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นว่าการที่สามารถชำระค่าเรียนได้หลายช่องทางเช่นบัตรเครดิต เงินสดรวมถึงการมีขั้นตอนการสมัครเรียนสะดวกรวดเร็วไม่ยุ่งยาก มีการวัดความรู้พื้นฐานก่อนเรียนเพื่อจัดระดับผู้เรียนให้เหมาะสมสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชราภรณ์ ภูบุญศรี(2552, หน้า 16) พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการสำคัญระดับมาก ผลงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรัชญา สุขโกคาและศิริจันทร์ พุกญาอารักษ์ (2555, หน้า 16) ที่ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการไม่มีผลต่อการใช้บริการเรียนภาษาอังกฤษกับสถาบัน

2. จากผลการวิจัยระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรื่องท่านพึงพอใจการเรียนการสอนของสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่มีชาวต่างชาติเจ้าของภาษาเป็นผู้สอนเพราะสิ่งสำคัญคือสำเนียงและความตรงต่อเวลาของผู้สอนรวมถึงพึงพอใจการบริการของสถาบันสอนภาษาด้านบุคลากร พนักงานสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ดีให้ข้อมูลชัดเจนบริการรวดเร็วและพึงพอใจการบริหารจัดการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษในการจัดหลักสูตรที่เหมาะสมหลากหลายตามวัตถุประสงค์ของผู้เรียนการเอาใจใส่เรื่องสถานที่บรรยากาศการเรียนการสอนการชำระค่าเรียนได้หลากหลายช่องทางอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการมีการวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอซึ่งความสอดคล้องกับงานวิจัยของกรวิวรรณ ศรีพันธุ์(2559,หน้า19)ทฤษฎีของนาร์ตัน เสือทอง (2554, หน้า 19)กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นได้ทั้งทางบวกและลบขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

3. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้สถิติทดสอบแบบ Chi-square พบว่า อายุ มีผลต่อเหตุผลหลักในการเลือกเรียนภาษาอังกฤษ หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียน วันที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด ระดับการศึกษา มีผลต่อ เหตุผลในการเลือกเรียนภาษาอังกฤษ หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียน วันที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด อาชีพ มีผลต่อ เหตุผลหลักในการเลือกเรียนภาษาอังกฤษ หลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียน วันที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาอังกฤษ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษที่สนใจเรียน วันที่เหมาะสมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด ช่วงเวลาที่เหมาะสม สมที่ท่านสะดวกเรียนภาษาอังกฤษมากที่สุด สถาบันสอนภาษาอังกฤษที่ท่านเลือกเรียนหรือเคยเรียน โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ(อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2542, หน้า 7)กล่าวว่าพฤติกรรมการใช้บริการคือปฏิกิริยาส่วนบุคคลที่ตัดสินใจ

4. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาของผู้ใช้บริการใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 4 ปัจจัยโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งมีความ สอดคล้องกับทฤษฎีของเสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 11)ส่วนประสมทางการตลาดคือสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้า

ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษา อังกฤษของ คนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในเรื่องของกฎระเบียบการลาหยุดเรียนที่ชัดเจนดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการควรมีเอกสารการลาหยุดเรียนที่ระบุเงื่อนไขสิทธิการลาหยุดเรียนของผู้เรียนรวมถึงเหตุ ผลในการลาที่สามารถลาหยุด ได้และไม่สามารถลาหยุดได้ให้ชัดเจนรวมถึงระยะเวลาในการลาของแต่ละเงื่อนไข นอกจากนี้ ในเรื่องของความรู้พื้นฐานก่อน เรียนเพื่อจัดระดับผู้เรียนให้เหมาะสมนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าการวัดความรู้พื้นฐานก่อนเข้าเรียนนอกจากจะทำให้ทราบพื้นฐาน ของผู้เรียนแล้วยังสามารถจัดหลักสูตรให้กับผู้เรียน ได้อย่างเหมาะสมตรงวัตถุประสงค์ของผู้เรียนซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ผู้ประกอบการควรแบ่งกลุ่มผู้เรียนตามอายุของผู้เรียนและลักษณะงานของผู้เรียนด้วยเพราะทักษะภาษาอังกฤษในการใช้งานและ วัตถุประสงค์การไม่เหมือนกัน

2. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังก ฤษของคน วัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในเรื่องของระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจใน การใช้บริการดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการว่าระยะเวลาเรียนในแต่ละหลักสูตรนั้นมีความแตกต่างกัน ไปจึงควรชี้แจง แก่ผู้เรียนให้เข้าใจและทราบในเรื่องของระดับการเรียนและระยะเวลาในการเรียนแต่ละระดับและแต่ละหลักสูตรอย่างชัดเจนว่ามี ระยะเวลาเรียนนานแค่ไหนและในการเรียนแต่ละครั้งจำนวนชั่วโมงเรียนไม่ควรน้อยเกินไปหรือนานเกินไปซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับ จำนวนของผู้เรียนในแต่ละหลักสูตรซึ่งผู้วิจัยแนะนำผู้ประกอบการเพิ่มเติมว่าควรมีการพักเบรกให้ผู้เรียนและครูผู้สอนเพื่อ ประสิทธิภาพของการเรียนการสอน

3. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอน ภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาในเรื่องของอุณหภูมิภายในห้องเรียนมีความเหมาะสมไม่ร้อนหรือ เย็นเกินไป ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าผู้ประกอบการควรมีตัวควบคุมอุณหภูมิในแต่ละห้องเรียนเพื่อสามารถควบคุมอุณหภูมิให้ เหมาะสมกับจำนวนผู้เรียนในแต่ละห้องเรียนเนื่องจากในเวลาเรียนแต่ละช่วงเวลามีจำนวนผู้เรียนแต่ละห้องเรียน ไม่เท่ากันทำให้ อุณหภูมิในแต่ละห้องเรียนต้องการใช้อุณหภูมิความเย็นที่ต่างกันและในส่วนของห้องน้ำถูกสุขลักษณะสะอาดและมีจำนวนเพียงพอ นั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าผู้ประกอบการควรมีการแบ่งแยกห้องน้ำชาย หญิงออกจากกันอย่างชัดเจนรวมถึงมีแม่บ้านประจำเพื่อทำ ความสะอาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อสุขลักษณะที่ดีของผู้เรียนและบุคลากรในสถาบัน

4. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอน ภาษาอังกฤษของคนวัยทำงานใน เขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในเรื่องของการตลาดที่น่าสนใจเช่นการลดราคาค่าเรียนหรือการ ให้ส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนดผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าผู้ประกอบการควรมีเอกสารคำชี้แจงและเงื่อนไขการใช้ส่วนลดที่ชัดเจนไม่ คลุมเครือโดยมีวันหมดอายุของส่วนลดและส่วนลดนั้นสามารถใช้ลดค่าเรียนภาษาอังกฤษคอร์สเด็กหรือคอร์สผู้ใหญ่ สามารถใช้ได้ ทุกสาขาหรือเฉพาะสาขา ส่วนเรื่องของออกงานอีเว้นท์และจัดกิจกรรมต่างๆผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการเพิ่มเติมว่าควรมีการออกงานอีเว้นท์อย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์สถาบันสอนภาษาของผู้ประกอบการทำให้ลูกค้ารู้จักสถาบัน ได้อย่าง แพร่หลายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายขอบเขตของงานวิจัยให้มากขึ้นเช่นขยายออกไปยังกลุ่มตัวอย่างที่อยู่วัยเรียนหรือกำลังศึกษาอยู่เนื่องจาก เป็นกลุ่มที่มีการเรียนภาษาอังกฤษจากสถาบันภายนอกเป็นจำนวนมากเพื่อพัฒนาทักษะด้านภาษาหรือการขยายกลุ่มตัวอย่างออกไปยัง ต่างจังหวัดมากขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายครอบคลุมประชากรทุกภาคส่วน

2. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการสถาบันสอนภาษา อังกฤษของกลุ่มเป้าหมายควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเช่นการสัมภาษณ์เชิงลึกการสนทนากลุ่มคว่ำไปกับการแจกแบบสอบถาม

3. ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆเพิ่มเติมโดยอาจจะเลือกศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริ โภคซ้ำ(Repurchasing) เนื่องจากสถาบันสอนภาษามีการแบ่งหลักสูตรออกเป็นหลายระดับและมีการสมัครเรียนหลักสูตรต่อไปดังนั้นสถาบันสอนภาษาอังกฤษต้องวางแผนและกำหนดกลยุทธ์เพื่อรักษาลูกค้าเก่าไว้ให้ได้รวมถึงการขายฐานลูกค้าใหม่ต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรวิวรรณ ศรีพันธุ์. (2559). “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อสภาพการเรียนรู้การสอนของโรงเรียนดนตรี ขามาสมาสา”. ในเขตกรุงเทพมหานครหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
- กานต์รวี วัฒนปริดา. (2556). “การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกวดวิชาออนไลน์”. (การ ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- กัทธิดา จิโนเชียว. (2556). “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน จังหวัดปทุมธานี”. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ, วิชาเอกการตลาด.
- ณัฐวุฒิ เหลืองพิศาลพร. (2551). “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน เขต อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่”. (รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- นลินี เสนาปา. (2544). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของประชาชนใน เขต เทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่”. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ)
- พัชรภรณ์ ภูบุญศรี. (2552). “ปัจจัยสำคัญในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา” กรณีศึกษาเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีจังหวัด อุบลราชธานี.มหาวิทยาลัยขอนแก่น, คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี, สาขาวิชาการตลาด.
- ภัทรพร สมเพชร. (2550). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอมือง จังหวัด เชียงใหม่”. รายงานการวิจัย , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รดา วราวิริยะพงศ์. (2557). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาสถาบันกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนในเขต กรุงเทพมหานคร”.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- วัชรพงษ์ ชื่นเบิกบาน. (2553). “ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อหลักสูตรภาษา อังกฤษสำหรับผู้ใหญ่ ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร”. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.
- สุกัญญา พิชัยยงค์วงศ์. (2546). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ ระหว่างสถาบันสอนภาษา เอ.ยู.เอกับสถาบันสอนภาษาบริติชเคาน์ซิลในเขตกรุงเทพมหานคร”. (ปริญญานิพนธ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.
- ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์. (2554). “แนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต”. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.