

ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนบัลเลต์ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเช่

Satisfaction of Ballet Student Parents Towards Services

Marketing Mix of Vivace Dance and Music School

สกล ชาวแพรน้อย* และวรรณัย สายประเสริฐ**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์ต่อโดยใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเช่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์ทั้งหมดของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเช่ จำนวน 190 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองนักเรียนบัลเลต์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว หรือเจ้าของกิจการ โดยมีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 60,000 บาท ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีบุตรหลานเข้าเรียนบัลเลต์ 1 คน โดยเรียนในวันเสาร์ – อาทิตย์ และมีระยะเวลาในการเข้าเรียนที่โรงเรียนมากกว่า 1 ปี ซึ่งส่วนใหญ่บุตรหลานกำลังเรียนอยู่ในระดับชั้น Pre-Primary Ballet การเดินทางที่สะดวกเป็นเหตุผลที่ผู้ปกครองเลือกเรียนที่โรงเรียน โดยส่วนมากแล้วบุตรหลานไม่เคยเรียนบัลเลต์มาก่อนและผู้ปกครองส่วนใหญ่ไม่เคยมีความรู้ด้านการเต้นบัลเลต์มาก่อนเช่นเดียวกัน และผู้ปกครองจำนวนมากรู้จักโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเช่จากการแนะนำของผู้ปกครองท่านอื่น

เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์มีการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ด้านบุคลากร ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญสูงสุดคือ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีความสุข ด้านหลักฐานทางกายภาพ ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญสูงสุดคือ โรงเรียนมีความปลอดภัยแก่นักเรียน ด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีความสม่ำเสมอด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญสูงสุดคือ หลักสูตรที่ใช้ในการสอนมีความเหมาะสมกับ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นักเรียน ด้านราคา ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญสูงสุดคือ ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียนกับคุณภาพการสอน ด้านสถานที่ ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญสูงสุดคือ สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกต่อการเดินทาง และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีการให้ทดลองเรียน ก่อนการตัดสินใจเรียน และสำหรับระดับความพึงพอใจ พบว่า ผู้ปกครองของนักเรียนบัลเล่ย์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านบุคลากร ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีความสุภาพและเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง นักเรียน และผู้มาติดต่อ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ โรงเรียนมีบรรยากาศที่อบอุ่นในการต้อนรับนักเรียนและผู้ปกครอง ด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ มีความสม่ำเสมอด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเรียนแต่ละคลาส ด้านราคา ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียนกับคุณภาพการสอน และค่าเล่าเรียนเป็นลักษณะเหมาจ่าย ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติม ด้านสถานที่ ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกต่อการเดินทาง และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่ผู้ปกครองมีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ มีการให้ทดลองเรียนก่อนการตัดสินใจเรียน

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค IPA (Important-Performance Analysis: IPA) พบว่าปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B (Keep up with good work) โดยปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant B ทั้งหมดทุกปัจจัยย่อยคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มี 3 ปัจจัยย่อย ปัจจัยด้านราคาและด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาดมีเพียง 1 ปัจจัยย่อย สำหรับปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant C มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมี 5 ปัจจัยย่อย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่มี 3 ปัจจัยย่อย และปัจจัยด้านราคามี 2 ปัจจัยย่อย แต่ไม่พบปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ใน Quadrant C เลย สำหรับปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant D มีปัจจัยย่อยด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์ 2 ปัจจัยย่อย และปัจจัยย่อยด้านสถานที่ 1 ปัจจัยย่อย ดังนั้นโรงเรียนไม่มีความจำเป็นต้องรีบแก้ไขอย่างเร่งด่วน แต่ควรแก้ไขในลำดับต่อไป เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อลูกค้าในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับปัจจัยบริการอื่น ๆ และไม่มีปัจจัยย่อยใดเลยที่อยู่ใน Quadrant A (Concentrate – Here)

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the satisfaction of ballet students' parents towards service marketing mix of Vivace Dance and Music School. The study was based on the concept of marketing mix which consists of product, price, place, promotion, personnel, physical evidence, and process. The data was collected from all 190 parents of students at Vivace Dance and Music School. The data was analysed using descriptive statistics namely frequency, percentage and mean.

The results of the study showed that most of the parents were female, 31–40 years old, with Bachelor's degree. Most were in business or had a business of their own with average monthly income of more than 60,000

baht. Most parents sent one child to Vivace Dance and Music School for weekend classes. The students had been to Vivace for more than one year. Most students were at pre-primary ballet. The parents chose Vivace because of the convenient location. Most students had not had ballet lessons before and the parents also had no knowledge of ballet before. Most parents learned about Vivace Dance and Music School from other parents.

From the study of marketing mix, it was found that the parents ranked the overall factors in the high level in the following order, along with the sub-factor which was ranked the highest in each category. The factor that was ranked first was personnel, and the sub-factor which was ranked the highest was the staff were polite. For physical appearance, the school was safe. For process, the service was always up to the standard. For product, the lesson was appropriate for the students. For price, the price was reasonable considering the quality of teaching. For place, the location of the school was convenient. For promotion, trial lessons were offered before parents and students made the decision to learn ballet.

For the satisfaction of the parents, it was found that the parents were satisfied with the overall marketing mix at the high level in the following order, along with the sub-factor which was ranked the highest in each category. The factor that was ranked first was personnel, and the sub-factor which the parents were satisfied with the most was the staff were polite and were friendly towards the parents, the students, and other customers. For physical appearance, the school had a warm atmosphere.

For process, the service was always up to the standard. For product, lesson periods were appropriate. For price, the price was reasonable considering the quality of teaching, and the payment was one-time payment with no additional fees. For place, the location of the school was convenient. For promotion, trial lessons were offered before parents and students made the decision to learn ballet.

From Important-Performance Analysis (IPA), it was found that most sub-factors were in Quadrant B (Keep up with good work). All sub-factors of personnel, physical evidence, and process; 3 sub-factors of product; and one sub-factor of price, place and promotion, were in Quadrant B. In Quadrant C, there were 5 sub-factors of promotion, 2 sub-factors of place, and 2 sub-factors of price. No sub-factor of product was in Quadrant C. In Quadrant D, there were 2 sub-factors of price and product, and one sub-factor of place. Therefore Vivace School had no immediate problems to solve but the school can handle these problems in time as they affected the customers at the low level. No sub-factor was found in Quadrant A (Concentrate here).

บทนำ

บัลเลต์ เป็นศิลปะการแสดงจากภูมิปัญญาตามแบบชนชาติตะวันตกชนิดหนึ่งซึ่งอาศัยการเคลื่อนไหวด้วยพลังความเข้มแข็งของขา และปลายเท้า ทั้งการหมุน การกระโดดโลดแล่นให้เกิดความพลิ้วไหว นุ่มนวลราวกับนกนางแอ่นกลางอากาศ เล่นกันเป็นเรื่องราวมากมายหลายเรื่อง ปราศจากบทพูดหรือเสียงร้องของนักแสดง บัลเลต์มีการพัฒนาการมาจากการจัดการแสดงในราชสำนัก และต่อมาจากการจัดการแสดงก็ได้แพร่หลายเข้าไปเจริญงอกงามในประเทศฝรั่งเศส (นราพงษ์ จรัสศรี, 2548: 5) จนเกิดความเจริญรุ่งเรืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในรัชสมัยของพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 แห่งฝรั่งเศส หลังจากนั้นบัลเลต์ก็ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก

สำหรับประเทศไทยแล้วพบว่ามีการเรียนการสอนวิชารำละคร ร้องเพลงและเต้นบัลเลต์ที่โรงเรียนนาฏดุริยางคศาสตร์มาตั้งแต่ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ในเวลาต่อมาบัลเลต์ในประเทศไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีครูและนักบัลเลต์มืออาชีพชาวต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย บัลเลต์เริ่มมีการเรียนการสอนขึ้นนับจากสมัยรัชกาลที่ 7 ปัจจุบันมีโรงเรียนที่ดำเนินการสอนบัลเลต์ อย่างแพร่หลายทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ในประเทศไทยนั้นการเรียนบัลเลต์ส่วนใหญ่เด็ก ๆ จะเริ่มตั้งแต่เด็กอายุ 2.5 ปี โดยส่วนมากจะเรียนจนกระทั่งถึงอายุประมาณ 15 ปี นักเรียนส่วนใหญ่จะหยุดเรียนเนื่องจากผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานมุ่งเน้นความสนใจในด้านวิชาการมากกว่าในช่วงอายุดังกล่าว (สิรินทรา ภูมิ, 2557: สัมภาษณ์) การเต้นบัลเลต์จัดเป็นกิจกรรมที่พ่อแม่นิยมให้ลูกเรียนในวัยเด็ก เพราะสามารถพัฒนาบุคลิกภาพของเด็กได้ ทั้งยังช่วยให้เด็กมีท่าเดินที่สง่างาม หากปฏิบัติเป็นประจำเด็กจะมีสุขภาพแข็งแรง มีนิสัยร่าเริงแจ่มใส และมีความกล้าแสดงออก นอกจากนี้ยังเป็นการปลูกฝังให้เด็กรักเสียงเพลงตั้งแต่วัยเยาว์ และเป็น การปูพื้นฐานการเต้นให้พวกเขา ก่อนจะเลือกเรียนเต้นประเภทอื่น ดังนั้น บัลเลต์จึงมีประโยชน์หลายอย่าง (สุขภาพดีด้วยบัลเลต์, 2555. ระบบออนไลน์)

ในจังหวัดเชียงใหม่มีโรงเรียนที่ทำการเปิดสอนบัลเลต์หลายแห่งด้วยกันเช่น โรงเรียนเชียงใหม่บัลเลต์ โรงเรียนนาฏศิลป์แสงดาว และโรงเรียนรัสเซียบัลเลต์ เป็นต้น สำหรับโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่ถือเป็นโรงเรียนบัลเลต์แห่งใหม่ล่าสุดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ได้เปิดทำการในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 และได้เริ่มประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการสอนเต้น ดนตรี และโยคะบิณ โดยด้านการสอนเต้นสามารถแบ่งเป็น การเต้นบัลเลต์ การเต้นแจ๊ส การเต้นฮิป-ฮอป การเต้นออกก่าลังกาย และการเต้นโคฟเวอร์ ด้านการสอนดนตรีเป็นการสอนแบบตัวต่อตัว เปิดทำการสอนเฉพาะกีตาร์ คลาสสิก เปียโน และไวโอลิน ส่วนของการสอนบัลเลต์เปิดทำการสอนทั้งหมด 7 ระดับประกอบไปด้วย Baby Class, Pre-Primary Class, Primary Class, Grade 1, Grade 2 , Grade 3 และ Grade 4 โดยรูปแบบการเรียนการสอนบัลเลต์ของโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง โดยมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการเรียนการสอนในชั้นเรียนเพื่อนำมาปรับปรุงการสอนของโรงเรียน เพราะทางโรงเรียนต้องการจัดการเรียนการสอนให้เด็กมีความรู้สึกสนุกสนานในการมาเรียน และเป็นกิจกรรมที่เสริมทักษะแก่ผู้เรียนอีกทางหนึ่งด้วย ถึงแม้จะมีการสอนทั้งในด้านของการเต้นหลากหลายประเภทและดนตรี แต่การสอนบัลเลต์นั้นสามารถสร้างรายได้คิดเป็นมากกว่าร้อยละ 70 ของรายได้โรงเรียนทั้งหมดซึ่งถือเป็นรายได้หลักของโรงเรียน (สิรินทรา ภูมิ, 2557: สัมภาษณ์)

จากจำนวนผู้เรียนบัลเลต์เริ่มต้นที่ 5 คนในเดือนกรกฎาคม 2556 จนกระทั่งในปัจจุบันมีผู้ที่เรียนบัลเลต์จำนวนมากกว่า 190 คน โดยมีอายุตั้งแต่ 2.5 ปีถึง 18 ปี ปัจจุบันโรงเรียนวิวาเช่ถือเป็นโรงเรียนบัลเลต์ที่มีปริมาณนักเรียน

มากเป็นอันดับ 3 ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือว่ามีความโน้มในการเติบโตสูง ในส่วนของจังหวัดเชียงใหม่ยังมีแนวโน้มในการขยายตัวของจำนวนนักเรียนอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากผู้ปกครองมีความสนใจมากขึ้นที่จะหากิจกรรมเสริมทักษะนอกห้องเรียนให้บุตรหลาน รวมถึงผู้ปกครองหลายท่านพบว่าหลังจากเริ่มเรียนบัลเลต์แล้วบุตรหลานมีบุคลิกภาพที่งดงามขึ้น มีความกล้าแสดงออกและสมาธิมากขึ้น จึงทำให้การแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนบัลเลต์มีการแข่งขันกันอย่างสูง และสิ่งที่น่าสนใจในการแข่งขันก็คือรูปแบบของการทำการตลาดของธุรกิจโรงเรียนบัลเลต์ การทำการตลาดนั้นจะเป็นในรูปแบบปากต่อปากของผู้ปกครองต่อผู้ปกครอง ประกอบกับผู้ปกครองเป็นผู้ที่มีสิทธิในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้บุตรหลานด้วยตนเอง เป็นสาเหตุให้ความสามารถในการทำให้ผู้ปกครองมีความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่มาใช้บริการจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้โรงเรียนได้รับความไว้วางใจจากผู้ปกครอง อีกทั้งผู้ปกครองสามารถเปลี่ยนโรงเรียนให้บุตรหลานได้ง่าย เนื่องจากในการเปลี่ยนโรงเรียนนั้นมีค่าใช้จ่ายน้อย และยังมีตัวเลือกที่หลากหลายจึงเป็นสาเหตุให้ผู้ปกครองสามารถเลือกที่จะเปลี่ยนโรงเรียนให้บุตรหลานของตนได้อยู่เสมอ (ปฐมาภรณ์ วิริโยทัย, 2557: สัมภาษณ์) ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเช่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครองที่บุตรหลานเรียนอยู่ ณ ปัจจุบันให้ได้มากที่สุด และเป็นข้อมูลในการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับผู้ปกครองที่มีความสนใจจะส่งบุตรหลานเข้ามาเรียน อีกทั้งยังสามารถก่อให้เกิดการบอกต่อ เพื่อส่งผลให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

1. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2557) ได้กล่าวถึงแนวคิดส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่สำคัญนั้นมีอยู่ 7 ประการ รายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบมีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง แนวคิดโดยรวมของ วัตถุประสงค์ และ กระบวนการ ซึ่งสื่อความหมายถึงสินค้า และ บริการ ที่ให้คุณค่าและความพึงพอใจแก่ลูกค้า ผลิตภัณฑ์บริการสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ระดับ คือ ผลประโยชน์หลัก ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์เสริม และผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ องค์ประกอบเหล่านี้ถูกนำไปใช้ในการจัดการบริการให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผลิตภัณฑ์บริการยังรวมถึงแนวคิดเรื่องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ล้อมรอบผลิตภัณฑ์หลัก (Product Surround Concept) และตราสัญลักษณ์อีกด้วย แนวความคิดเหล่านี้สามารถนำไปใช้เพื่อสร้างความแตกต่างในด้านบริการของกิจการที่ยั่งยืนต่อไป

2. ราคา (Price) หมายถึง ปริมาณเงินที่ลูกค้าจำเป็นต้องจ่ายเพื่อที่จะมีสิทธิได้รับสินค้าหรือบริการ ลูกค้าจะทำการเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนที่ลูกค้าต้องจ่ายในรูปแบบของตัวเงินเพื่อที่จะได้รับสินค้าหรือใช้บริการกับคุณประโยชน์ที่ได้รับทั้งคุณประโยชน์ทางด้านหน้าที่ของสินค้าหรือคุณประโยชน์ทางอารมณ์ ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกสิ่งที่ไม่ให้ความพึงพอใจของตน การกำหนดราคาตาม 3 วิธีหลัก คือ วิธีการกำหนดราคาจากต้นทุน วิธีการกำหนดราคาจากคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ารับรู้ และวิธีการกำหนดราคาจากการแข่งขัน การกำหนดราคาที่เหมาะสมมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับกิจการบริการ

3. การจัดจำหน่ายบริการ (Place) หมายถึง กระบวนการเพื่อจัดแสดงหรือจัดส่งสินค้าหรือบริการให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นระบบการนำพาคุณค่าไปให้ผู้บริโภค ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบริการนั้น ต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 2 ประการ คือ การเข้าถึงได้ และความพร้อมที่จะให้บริการได้ อีกทั้งยังต้องพิจารณาเรื่องทำเลที่ตั้งของกิจการ และช่องทางในการนำเสนอบริการ กิจการจะต้องพิจารณาเลือกทั้งทำเลที่ตั้งและช่องทางการนำเสนอให้เหมาะสมกับกิจการมากที่สุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่ทำการสื่อสารประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และชักจูงลูกค้าให้ซื้อผลิตภัณฑ์ สำหรับการบริการซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ บทบาทของการสื่อสารการตลาดจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการสื่อสารการตลาดนั้นช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าใจถึงบริการได้เป็นรูปธรรมมากขึ้น และยังช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการนำเสนอบริการแก่ลูกค้าอีกด้วย โดยตระหนักถึงลักษณะและจุดเด่นของการสื่อสารทางการตลาดแต่ละประเภท และใช้การผสมผสานกันระหว่างเครื่องมือต่างๆ ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารแบบปากต่อปากและการตลาดทางตรง

5. บุคลากร (People) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคลทั้งหมดที่มีส่วนร่วมในการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า ได้แก่ พนักงานฝ่ายต่างๆ ให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการ พนักงานเหล่านี้จะต้องผ่านการคัดเลือกและฝึกอบรมเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้การสร้างความแตกต่างให้กับกิจการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่สร้างความได้เปรียบแก่องค์กรให้อยู่เหนือคู่แข่ง นอกจากนี้ส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรยังรวมถึง ตัวลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้ารายอื่นอีกด้วย

6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการบริการ สถานที่ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน และรวมไปถึงองค์ประกอบที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริการ หลักฐานทางกายภาพทำหน้าที่เป็นบรรจักษ์ของบริการ อำนวยความสะดวกในการบริการ และสร้างความแตกต่างให้แก่บริการนั้นๆ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทที่สำคัญคือ ภูมิทัศน์บริการ และสิ่งที่จับต้องได้ประเภทอื่น ลูกค้าจะสามารถใช้เป็นส่วนประกอบในการพิจารณาตัดสินใจใช้บริการ

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง ลำดับขั้นตอน กระบวนการที่ธุรกิจใช้ในการจัดส่งบริการของธุรกิจให้กับลูกค้า ระเบียบ รวมทั้งวิธีการทำงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า การออกแบบกระบวนการที่มีประสิทธิภาพนั้นกิจการควรจัดทำผังกระบวนการบริการขึ้นมา อีกทั้งยังสามารถนำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ในการดำเนินงานของกิจการให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นได้ โดยจะต้องมุ่งเน้นให้ทั้งพนักงานและลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด เพื่อให้กิจการประสบความสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

Philip Kotler and others (2005: 14) ได้เสนอแนวคิดเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) ขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับความคาดหวังของผู้ซื้อ ถ้าสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า จะเกิดความไม่พอใจกับลูกค้า (Dissatisfied) ถ้าสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์เทียบเท่ากับความคาดหวัง จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ (Satisfied) และถ้าสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์มีเหนือความคาดหวังของลูกค้าจะก่อให้เกิดความประทับใจ (Delighted) ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ

และการบอกต่อในอนาคต และลูกค้าที่ไม่พึงพอใจส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์คู่แข่งและวิจารณ์ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจนั้น

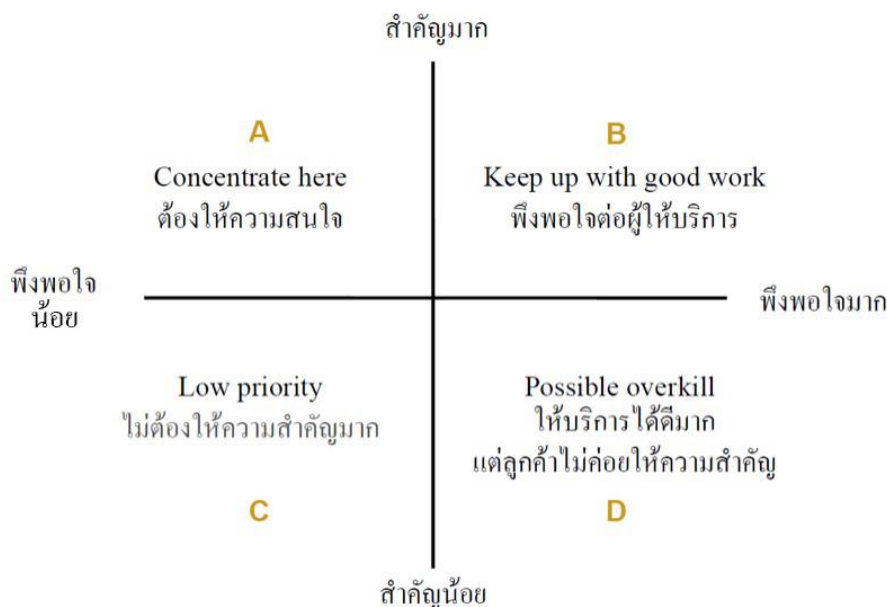
3. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

John A. Martilla and John C. James (1977) ได้เสนอการวิเคราะห์ความพึงพอใจ (Importance-Performance Analysis หรือ IPA) สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

IPA เป็นเทคนิคที่ใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อวัดผลหรือประเมินการยอมรับและพึงพอใจในตัวสินค้าของผู้บริโภคในการตลาดลักษณะเฉพาะรูปแบบต่างๆ เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ได้ง่ายสำหรับการประเมินหรือวัดผลในคุณลักษณะผลประกอบการและความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ หรืออีกนัยหนึ่งสิ่งนี้ก็คือความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับผลิตภัณฑ์หรือบริการตามต้องการ

IPA มีข้อได้เปรียบในการประเมินผลการยอมรับของผู้บริโภคในโปรแกรมทางการตลาด เป็นการประเมินที่มีต้นทุนต่ำ มีเทคนิคการประเมินที่เข้าใจง่าย และให้ข้อมูลที่ในเชิงลึกที่สำคัญในแง่ของส่วนประสมการตลาดกับกิจการกิจการสามารถมุ่งความสนใจไปยังส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือระบุพื้นที่ที่อาจใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น การนำเสนอผลการประเมิน IPA ในรูปกราฟ ทำให้สามารถแปลผล จัดการข้อมูลได้อย่างสะดวกและเข้าใจมากขึ้น ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์และตัดสินใจด้านการตลาดได้ดียิ่งขึ้น

ลักษณะที่น่าสนใจของ IPA คือ ผลที่ได้สามารถแสดงออกมาในรูปภาพที่ง่ายต่อการแปลผล ในรูปของกราฟมิติจากคุณลักษณะต่างๆ ซึ่งมาจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (Martilla and James, 1977 : อ้างใน ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2550) ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงการวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและการประเมินความคิดเห็น (ความพึงพอใจ) ของผลิตภัณฑ์และบริการ

เมื่อนำค่าความสำคัญและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติผลลัพธ์ที่ได้ตกอยู่ที่ Quadrants ใดๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrants A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ

Quadrants B (Keep up the good Work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก

Quadrants C (Low Priority) คือ ผลการบริการต่ำ ในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อผู้บริโภค ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน

Quadrants D (Possible Overkill) คือ ผู้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนบัลเลต์ มีการศึกษาที่หลากหลาย โดยการศึกษาที่ผ่านมา ได้แก่ เสาวลักษณ์ จงอักษร (2552) ไอยรา ปรีดาสันติ (2554) พรวัดณ์ สืบไกรสร (2550)

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ความพึงพอใจของผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเซ่ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายบริการ/สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์ทั้งหมดของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเซ่ ที่ยังเรียนอยู่ วันที่ 1 มกราคม 2558 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 190 ราย (สิรินทรา ภูมิ, 2558, สัมภาษณ์) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากประชากรทั้งหมด

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากแหล่งข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ปกครองนักเรียนบัลเลต์ที่กำลังเรียนของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเซ่ และการสัมภาษณ์โดยมีสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือ โรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเซ่ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์ที่เรียนอยู่ของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเซ่ เช่น ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนบุตรหลานที่นำมาเรียน วันเวลาที่บุตรหลานเรียน ระยะเวลาที่เรียน ระดับชั้นของบุตรหลาน เหตุผลที่เลือกเรียน ประวัติการเรียนบัลเลต์ของบุตรหลาน ความรู้ด้านบัลเลต์ของผู้ปกครอง แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักโรงเรียน มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนบัลเลต์ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเช่ ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด บุคลากร หลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดโดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นได้นำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ราย ก่อนเก็บข้อมูลจริง ได้ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.981

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว หรือเจ้าของกิจการ มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 60,000 บาท นำบุตรหลานเข้าเรียนบัลเลต์ 1 คน โดยนำบุตรหลานมาเรียนในวันเสาร์ – อาทิตย์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเช่

ตารางที่ 1 แสดงการให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และต่ำสุดของผู้ปกครองที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเช่

| ส่วนประสมการตลาดบริการ | ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญสูงสุด | ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญต่ำสุด | ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด | ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด |
|------------------------|--|--|--|--|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | หลักสูตรที่ใช้ในการสอนมีความเหมาะสมกับนักเรียน | มีคลาสเรียนให้เลือกหลากหลาย | ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเรียนแต่ละคลาส | มีคลาสเรียนให้เลือกหลากหลาย |
| ด้านราคา | ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียนกับคุณภาพการสอน | มีรูปแบบการชำระค่าเล่าเรียนที่หลากหลาย | ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียนกับคุณภาพการสอน และค่าเล่าเรียนเป็นลักษณะเหมาจ่าย ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติม | มีรูปแบบการชำระค่าเล่าเรียนที่หลากหลาย |
| ด้านสถานที่ | สถานที่ตั้งของโรงเรียนมี | โรงเรียนตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของ | สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกต่อการ | โรงเรียนตั้งอยู่ใกล้กับที่พักอาศัยของ |

| | ความสะดวกต่อการเดินทาง | นักเรียน | เดินทาง | นักเรียน |
|-------------------------------|---|---|--|---|
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | มีการให้ทดลองเรียน ก่อนการตัดสินใจเรียน | มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้โบปสิว หรือ แผ่นพับ | มีการให้ทดลองเรียน ก่อนการตัดสินใจเรียน | มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้โบปสิว หรือ แผ่นพับ |
| ด้านบุคลากร | เจ้าหน้าที่ให้บริการ มีความสุภาพ | เจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ | เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีความสุภาพและเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง นักเรียน และผู้มาติดต่อ | จำนวนครูผู้สอนต่อนักเรียนแต่ละคลาสที่จำนวนที่เหมาะสม |
| ด้านหลักฐานทางกายภาพ | โรงเรียนมีความปลอดภัยแก่นักเรียน | จุดให้บริการผู้ปกครองและนักเรียนภายในโรงเรียน ตั้งอยู่ในจุดที่สามารถให้บริการได้ทั่วถึง เช่น เคาน์เตอร์ติดต่อ ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น | โรงเรียนมีบรรยากาศที่อบอุ่นในการต้อนรับนักเรียนและผู้ปกครอง | จำนวนห้องเรียนมีเพียงพอกับจำนวนนักเรียน |
| ด้านกระบวนการ | มีความสม่ำเสมอ ด้านคุณภาพ การให้บริการ | กระบวนการในการให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับสมัคร การชำระเงิน เป็นต้น | มีความสม่ำเสมอ ด้านคุณภาพการให้บริการ | กระบวนการจัดกลุ่มในแต่ละคลาสเรียนมีความเหมาะสมตามพื้นฐานของผู้เรียน |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบการให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการของของโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่ ผลการศึกษาพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญ และมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากทุกบัจจัยย่อย

ด้านราคา พบว่าผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญ และมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านราคาอยู่ในระดับมากทุกบัจจัยย่อย

ด้านสถานที่ พบว่าผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญ และมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านสถานที่อยู่ในระดับมากทุกบัจจัยย่อย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญและมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนมากอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบัจจัยย่อยเรื่องการมีกรประชาสัมพันธ์ โดยใช้ใบปลิว หรือแผ่นพับ ซึ่งผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญและมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านบุคลากร พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่มีการให้ระดับความสำคัญส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นบัจจัยย่อยเรื่องครูผู้สอนมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ บัจจัยย่อยครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักเรียนและผู้ปกครอง บัจจัยย่อยครูผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักเรียน และบัจจัยย่อยเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความสุภาพที่ผู้ปกครองให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่าผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากทุกบัจจัยย่อย

ด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่าผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญ และมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพอยู่ในระดับมากทุกบัจจัยย่อย

ด้านกระบวนการ พบว่าผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญ และมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากทุกบัจจัยย่อย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบการให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการของของโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่ จำแนกตามระยะเวลาที่นำบุตรหลานเข้าเรียน ผลการศึกษาพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองทั้งที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และมากกว่า 1 ปีมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากเหมือนกันทุกบัจจัย

ด้านราคา ผู้ปกครองทั้งที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และมากกว่า 1 ปีมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านราคาอยู่ในระดับมากเหมือนกันทุกบัจจัย

ด้านสถานที่ ผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะมากกว่า 1 ปีมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านสถานที่อยู่ในระดับมากทุกบัจจัย แต่สำหรับผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีส่วนมากมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นบัจจัยย่อยเรื่องโรงเรียนตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครองกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองส่วนใหญ่ทั้งที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และมากกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบัณฑิตย่อยเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ใบปลิว หรือแผ่นพับที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านบุคลากร ผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบัณฑิตย่อยเรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความสุภาพ และเรื่องเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง นักเรียน และผู้มาติดต่อที่ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และสำหรับผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปีนั้น ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบัณฑิตย่อยเรื่องครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักเรียนและผู้ปกครองที่ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย แต่สำหรับผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลา มากกว่า 1 ปีนั้น ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบัณฑิตย่อยเรื่องสภาพบรรยากาศของโรงเรียนเหมาะสมต่อการเรียนที่ผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านกระบวนการ ผู้ปกครองทั้งที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และมากกว่า 1 ปีมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากเหมือนกันทุกปัจจัย

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA)

พบว่าบัณฑิตย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B (Keep up with good work) โดยบัณฑิตที่อยู่ใน Quadrant B ทั้งหมดทุกปัจจัยย่อยคือ บัณฑิตด้านบุคลากร ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ รองลงมาคือ บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มี 3 บัณฑิตย่อย บัณฑิตด้านราคาและด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาดมีเพียง 1 บัณฑิตย่อย ดังนั้นโรงเรียนต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

บัณฑิตย่อยลำดับรองลงมาอยู่ใน Quadrant C (Low Priority) โดยบัณฑิตที่อยู่ใน Quadrant C มากที่สุดคือ บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดมี 5 บัณฑิตย่อย รองลงมาคือ บัณฑิตด้านสถานที่มี 3 บัณฑิตย่อย และบัณฑิตด้านราคามี 2 บัณฑิตย่อย แต่ไม่พบบัณฑิตย่อยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ใน Quadrant C เลย ดังนั้นโรงเรียนไม่มีความจำเป็นต้องรีบแก้ไขอย่างเร่งด่วน แต่ควรแก้ไขในลำดับต่อไป เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อผู้ปกครองในระดับต่ำ

บัณฑิตย่อยลำดับรองลงมาอีกจะอยู่ใน Quadrant D (Possible Overkill) โดยบัณฑิตที่อยู่ใน Quadrant D มีบัณฑิตย่อยด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์ 2 บัณฑิตย่อย และบัณฑิตย่อยด้านสถานที่ 1 บัณฑิตย่อย ดังนั้นโรงเรียนไม่มีความจำเป็นต้องรีบแก้ไขอย่างเร่งด่วน แต่ควรแก้ไขในลำดับต่อไป เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อผู้ปกครองในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับปัจจัยบริการอื่นๆ

และไม่มีบัณฑิตย่อยใดเลยที่อยู่ใน Quadrant A (Concentrate Here) ดังนั้นทางโรงเรียนยังไม่มีมีความจำเป็นเร่งด่วนในการแก้ไขปรับปรุงในเรื่องเกี่ยวกับการให้บริการใดๆ

อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

1. อภิปรายผลการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการมีการให้ระดับความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

สำหรับในบัจจัยย่อยพบว่า ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรวิวัฒน์ สืบไกรสร (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องบัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดด้านการบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกนิมนาสติกและการเต้นจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในบัจจัยย่อยเรื่องหลักสูตรการสอนมีมาตรฐาน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของไอยรา ปรีดาสันต์ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังในบัจจัยย่อยเรื่องมีเนื้อหาสาระสำคัญของหลักสูตรตรงกับความต้องการ และระยะเวลาเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสม อยู่ในระดับมาก และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในบัจจัยย่อยเรื่องระยะเวลาเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสม และบัจจัยย่อยเรื่องมีเนื้อหาสาระสำคัญของหลักสูตรตรงกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเสาวลักษณ์ จงอักษร (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องบัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของผู้ปกครองนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญต่อบัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรียงตามลำดับคือเรื่อง วิชาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน ตำรา คู่มือ เอกสารประกอบการสอนที่มีมาตรฐาน และโรงเรียนกวดวิชามีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากบัจจัยย่อยแต่ละบัจจัยของส่วนประสมการตลาดบริการของการศึกษาในครั้งนี้ผ่านมาจากเสาวลักษณ์ จงอักษร แตกต่างจากการศึกษาในครั้งนี้

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าบัจจัยย่อยส่วนใหญ่ของบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง บัจจัยย่อยทุกบัจจัยของโรงเรียนเต้นและดนตรีวิวาเช่ สามารถตอบสนองต่อผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้ประกอบการมีความคาดหวังมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่โรงเรียนต้องพยายามรักษาไว้ สำหรับบัจจัยย่อยเรื่องมีคลาสเรียนให้เลือกหลากหลายและความเหมาะสมของระยะเวลาในการเรียนแต่ละคลาส ซึ่งเป็นบัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D หมายถึง ทางโรงเรียนให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความคาดหวังน้อยกว่าผู้ประกอบการ

ด้านราคา

ผู้ประกอบการมีการให้ระดับความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อบัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สำหรับในบัจจัยย่อยพบว่า ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรวิวัฒน์ สืบไกรสร (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องบัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดด้านการบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกนิมนาสติกและการเต้นจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อยด้านราคาเรื่องอัตราค่าเล่าเรียน อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของไอยรา ปรีดาสันต์ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง

ความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อบัณฑิตด้านราคาเรียนเหมาะสมและค่าเรียนจ่ายครั้งเดียวไม่ต้องจ่ายเพิ่ม อยู่ในระดับมาก และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในบัณฑิตด้านราคาเรียนเหมาะสม และค่าเรียนจ่ายครั้งเดียวไม่ต้องจ่ายเพิ่ม อยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของเสาวลักษณ์ จงอักษร (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของผู้ปกครองนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในบัณฑิตด้านเรื่องคุณภาพเหมาะสมกับราคา และเรื่องเมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเรียนกับโรงเรียนกวดวิชาอื่นๆ ค่าใช้จ่ายของที่นี่มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก แต่ผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่ตรงกับผลการศึกษาของทั้ง โอยรา ปรีดาสันดี และเสาวลักษณ์ จงอักษร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ความสำคัญในบัณฑิตด้านเรื่องซึ่งเกี่ยวกับการชำระเงินที่หลากหลาย หรือการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต อยู่ในระดับมาก

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าบัณฑิตด้านเรื่องความเหมาะสมของค่าเล่าเรียนกับคุณภาพการสอน อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง บัณฑิตด้านทุกปัจจัยของโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่ สามารถตอบสนองต่อผู้ปกครองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้ปกครองมีความคาดหวังมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่โรงเรียนต้องพยายามรักษาไว้ สำหรับบัณฑิตด้านเรื่องค่าเล่าเรียนเป็นลักษณะเหมาะสม ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติม และระดับค่าเล่าเรียนของโรงเรียนเมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่นๆ อยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งเป็นบัณฑิตด้านที่อยู่ใน Quadrant D หมายถึง ทางโรงเรียนให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความคาดหวังน้อยต่อจากผู้ปกครอง

เรื่องการมีรูปแบบการชำระค่าเล่าเรียนที่หลากหลาย และการมีความแตกต่างของค่าเล่าเรียนในแต่ละระดับชั้น อยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งเป็นบัณฑิตด้านที่อยู่ใน Quadrant C หมายถึง บัณฑิตด้านดังกล่าวเป็นบัณฑิตด้านที่ทางโรงเรียนสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากบัณฑิตด้านดังกล่าวผู้ปกครองมีความคาดหวังต่ำ

ด้านสถานที่

ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญต่อบัณฑิตด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สำหรับในบัณฑิตด้านพบว่า ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรวิวัฒน์ สืบไกรสร (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดด้านการบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกยิมนาสติกและการเต้นจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในบัณฑิตด้านเรื่องความสะดวกต่อการเดินทาง อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของโอยรา ปรีดาสันดี (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องสามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในบัณฑิตด้านเรื่องสามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก อยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของเสาวลักษณ์ จงอักษร (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของผู้ปกครองนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญต่อบัณฑิตด้านเรื่องอยู่ในแหล่งชุมชน เดินทางสะดวกการจราจรไม่ติดขัด อยู่ในระดับมาก

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าปัจจัยย่อยเรื่องสถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกต่อการเดินทาง เป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยของโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่ สามารถตอบสนองต่อผู้ปกครองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้ปกครองมีความคาดหวังมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่โรงเรียนต้องพยายามรักษาไว้

เรื่องที่จอตระของโรงเรียนเพียงพอต่อลูกค้า โรงเรียนตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของนักเรียน และโรงเรียนตั้งอยู่ใกล้กับที่พักอาศัยของนักเรียน ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C หมายถึง ปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ทางโรงเรียนสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวผู้ปกครองไม่มีความคาดหวัง และสำหรับปัจจัยย่อยเรื่องโรงเรียนมีทางเข้า – ออกสะดวก ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D หมายถึง ทางโรงเรียนให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความคาดหวังน้อยกว่าผู้ปกครอง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สำหรับในปัจจัยย่อยพบว่า ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของไอยรา ปรีดาสันดี (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องมีการให้ส่วนลด ค่าเรียนเมื่อลงทะเบียนต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก แต่ผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทั้ง ชรวัดณ์ สืบไกรสร และเสาวลักษณ์ จงอักษร เนื่องจากปัจจัยย่อยแต่ละปัจจัยของการศึกษาในครั้งนี้ที่ผ่านมาแตกต่างจากการศึกษาครั้งนี้

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าปัจจัยย่อยเรื่องมีการให้ทดลองเรียนก่อนการตัดสินใจเรียน อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยของโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่ สามารถตอบสนองต่อผู้ปกครองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้ปกครองมีความคาดหวังมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่โรงเรียนต้องพยายามรักษาไว้ สำหรับปัจจัยย่อยเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ใบปลิว หรือแผ่นพับ มีการประชาสัมพันธ์ โดยป้ายประกาศ มีการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านเฟซบุ๊กเพจของโรงเรียน มีการแจกของชำร่วยหรือของขวัญแก่นักเรียน ในโอกาสพิเศษต่างๆ และมีส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ชำระค่าเล่าเรียนเป็นรายปี ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C หมายถึง ปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ทางโรงเรียนสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวผู้ปกครองไม่มีความคาดหวัง

ด้านบุคลากร

ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สำหรับในปัจจัยย่อยพบว่า ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของชรวัดณ์ สืบไกรสร (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดด้านการบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกใช้บริการ ศูนย์ฝึกนิมนาสติกและการเดินทางจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่อง

พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความจริงใจในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ โอโยรา ปรีดาสันต์ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตร ภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยย่อย ด้านบุคลากรเรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการและพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี อยู่ในระดับมาก

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าปัจจัยย่อยทุกปัจจัยของปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยของโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่ สามารถตอบสนองต่อผู้ปกครองได้เป็นอย่างดีใน คุณลักษณะที่ผู้ปกครองมีความคาดหวังมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่โรงเรียนต้องพยายามรักษาไว้

ด้านหลักฐานทางกายภาพ

ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อ พิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชรวัดณ์ สืบไกรสร (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้าน ส่วนประสมการตลาดด้านการบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกยิมนาสติกและการเต้นจังหวัด เชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ โอโยรา ปรีดาสันต์ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังในปัจจัยย่อยเรื่องบรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก อีกทั้งยัง สอดคล้องกับผลการศึกษาของเสาวลักษณ์ จงอักษร (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวด วิชาคณิตศาสตร์ของผู้ปกครองนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัด สงขลา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านหลักฐานที่เป็นตัววัดอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยแต่ละปัจจัยของส่วนประสมการตลาดด้านหลักฐานทางกายภาพแล้วพบว่าผลการศึกษาไม่ สามารถนำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ผ่านมาของทั้งชรวัดณ์ สืบไกรสร และเสาวลักษณ์ จงอักษรได้ เนื่องจาก ปัจจัยย่อยในการศึกษามีความแตกต่างกัน

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าปัจจัยย่อยทุกปัจจัยของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพอยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยของโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่ สามารถตอบสนองต่อผู้ปกครองได้เป็น อย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้ปกครองมีความคาดหวังมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่โรงเรียนต้องพยายามรักษาไว้

ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อ พิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สำหรับในปัจจัยย่อยพบว่า ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของชรวัดณ์ สืบไกรสร (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดด้านการบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกใช้บริการศูนย์

ฝึกนิมนาสติกและการเต้นจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในปัจจุบันย่อยเรื่องกระบวนการจัดกลุ่มการเรียนรู้เหมาะสม อยู่ในระดับมาก

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าปัจจัยย่อยทุกปัจจัยของปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยของโรงเรียนต้นและดนตรีวิวาเช่ สามารถตอบสนองต่อผู้ปกครองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้ปกครองมีความคาดหวังมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่โรงเรียนต้องพยายามรักษาไว้

นอกจากนี้ผลการศึกษาค้างนี้ยังพบว่า ผู้ปกครองมีค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัย แต่หากพิจารณาสำหรับปัจจัยย่อยต่างๆ ในแต่ละปัจจัยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีการให้ระดับความสำคัญสูงสุด และมีความพึงพอใจสูงสุดเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2557) ว่าบุคคลจะมีส่วนช่วยให้การสร้างความแตกต่างให้กับกิจการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่สร้างความได้เปรียบแก่องค์กรให้อยู่เหนือคู่แข่ง ดังนั้นการคัดเลือกบุคลากรจึงสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นส่วนในการก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ

2. ข้อค้นพบ

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ปกครองทั้งที่นำบุตรหลานมาเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีและมากกว่า 1 ปีมีการให้ระดับความสำคัญต่อย่อยเรื่องมีคลาสเรียนให้เลือกหลากหลายน้อยที่สุดเหมือนกัน และผู้ปกครองทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจต่อย่อยเรื่องนี้น้อยที่สุดเช่นเดียวกัน

2. ด้านราคา

ผู้ปกครองทั้งที่นำบุตรหลานมาเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีและมากกว่า 1 ปีมีความพึงพอใจต่อย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ผู้ปกครองทั้งสองกลุ่มมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อย่อยเรื่องมีรูปแบบการชำระค่าเล่าเรียนที่หลากหลายอยู่ในระดับต่ำกว่าเมื่อเทียบกับปัจจัยย่อยอื่น ๆ

3. ด้านสถานที่

ผู้ปกครองทั้งที่นำบุตรหลานมาเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีและมากกว่า 1 ปีมีการให้ระดับความสำคัญต่อย่อยเรื่องสถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกต่อการเดินทางมากที่สุดเหมือนกัน และผู้ปกครองทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจต่อย่อยเรื่องนี้สูงที่สุดเช่นเดียวกัน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทั้งหมด การประชาสัมพันธ์โดยการใช้ใบปลิวหรือแผ่นพับเป็นสิ่งที่ทั้งผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเรียนเป็นระยะเวลา มากกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจในปัจจุบันย่อยเรื่องดังกล่าวน้อยที่สุดเช่นเดียวกัน อีกทั้งผู้ปกครองยังมีการให้ระดับความสำคัญในปัจจุบันย่อยเรื่องนี้น้อยที่สุดเช่นเดียวกัน ปัจจัยย่อยการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเพจของโรงเรียนนั้นเป็นเรื่องที่ผู้ปกครองทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจมากที่สุดในปัจจัยย่อยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

การให้ทดลองเรียนก่อนการตัดสินใจสมัครเรียนเป็นปัจจัยที่ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญมากที่สุด อีกทั้งผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้าเรียนเรียนเป็นระยะเวลา มากกว่า 1 ปีก็มีความพึงพอใจในปัจจุบันเรื่องนี้มากที่สุดเช่นกัน

5. ด้านบุคลากร

ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญและมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด อีกทั้งยังค้นพบว่า ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยของปัจจัยด้านบุคลากร เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วนั้น ทุกปัจจัยย่อยอยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายความว่าปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญมาก และสิ่งที่รับสามารถสร้างความพึงพอใจได้สูง โรงเรียนจำเป็นต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

ปัจจัยย่อยเรื่องจำนวนครูผู้สอนต่อนักเรียนแต่ละคลาสมีจำนวนที่เหมาะสมเป็นหัวข้อที่ผู้ปกครองทั้งที่ นำบุตรหลานมาเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีและมากกว่า 1 ปีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องนี้น้อยที่สุดเช่นเดียวกัน

6. ด้านหลักฐานทางกายภาพ

ผู้ปกครองทั้งที่นำบุตรหลานมาเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีและมากกว่า 1 ปีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่อง สภาพบรรยากาศของโรงเรียนเหมาะสมต่อการเรียนมากที่สุดเหมือนกัน และสำหรับปัจจัยย่อยเรื่องจำนวนห้องเรียนมี เพียงพอกับจำนวนนักเรียน ผู้ปกครองทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องนี้เป็นลำดับสุดท้ายเช่นเดียวกัน

7. ด้านกระบวนการ

ผู้ปกครองทั้งที่นำบุตรหลานมาเรียนเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีและมากกว่า 1 ปีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน กระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ผู้ปกครองทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องกระบวนการจัดกลุ่มใน แต่ละคลาสเรียนมีความเหมาะสมตามพื้นฐานของผู้เรียนน้อยที่สุดเช่นเดียวกัน

8. จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่อยู่ใน Quadrant B มีดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หลักสูตรการสอนมีมาตรฐาน หลักสูตรที่ใช้ในการสอนมีความเหมาะสมกับนักเรียน และวันและเวลาของคลาสเรียนที่เปิดสอนมีความเหมาะสม ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียนกับ คุณภาพการสอน ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกต่อการเดินทาง ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด ได้แก่ มีการให้ทดลองเรียน ก่อนการตัดสินใจเรียน และปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัย ดังนั้นปัจจัยดังกล่าวถือว่าเป็นปัจจัยที่ทางโรงเรียนสามารถทำได้ดีแล้วจึงควรระดับ ความสามารถในการให้บริการต่อไป

9. จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว ไม่พบปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดด้านใดเลยที่อยู่ใน Quadrant A หมายความว่าทางโรงเรียนยังไม่มีส่วนร่วมในการแก้ไขปรับปรุงในเรื่องเกี่ยวกับการบริการใดๆ

3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียน เด่นและดนตรีวิวาเช่ ผู้ศึกษาพบว่าไม่มีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านใดที่อยู่ใน Quadrant A (ผู้ปกครองให้ความสำคัญต่อด้านนี้ แต่สิ่งที่ได้รับในด้านนี้ยังไม่เป็นที่พึงพอใจ) ซึ่งหมายความว่ากลยุทธ์ที่โรงเรียนเด่นและดนตรีวิวาเช่ ดำเนินอยู่นั้นมีความเหมาะสม ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาโรงเรียนเด่นและดนตรีวิวาเช่ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากในปัจจุบันทางโรงเรียนมีการจัดคลาสเรียนที่มีความเหมาะสมแล้ว จึงยังไม่จำเป็นต้องปรับปรุงการจัดคลาสเรียนในปัจจุบัน แต่สำหรับข้อเสนอแนะในอนาคตทางโรงเรียนควรมีการเพิ่มคลาสเรียนสำหรับเด็กผู้ชายด้วย เนื่องจากมีผู้ปกครองบางส่วนให้ความสนใจ

ด้านราคา

ทางโรงเรียนควรเพิ่มช่องทางการรับชำระเงินช่องทางอื่น เช่น การรับชำระด้วยบัตรเครดิต การโอนผ่านธนาคาร เป็นต้น และทางโรงเรียนควรมีการเก็บค่าเล่าเรียนในลักษณะแบบเหมาจ่ายไม่มีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เพิ่มเติมต่อไป และควรมีการรักษาระดับราคาให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่น ๆ

ด้านสถานที่

ผู้ปกครองของนักเรียนบัลเลต์มีความพึงพอใจต่อบรรยากาศด้านสถานที่ของโรงเรียน ซึ่งแสดงว่าทำเลที่ตั้งของโรงเรียนในปัจจุบันมีความเหมาะสม และสะดวกต่อการเดินทาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ทางโรงเรียนควรปรับเปลี่ยนวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการใช้ใบปลิว หรือแผ่นพับของทางโรงเรียน และทางโรงเรียนควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์โดยผ่านช่องทางของเฟสบุ๊คเพจของโรงเรียน หรือป้ายประกาศที่ติดภายในบริเวณโรงเรียนแทน เนื่องจากเป็นช่องทางที่ผู้ปกครองจะสามารถเข้าถึงได้สะดวกมากกว่า นอกจากนี้ทางโรงเรียนควรมีการทดลองเรียนก่อนการตัดสินใจเรียน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองมีการให้ระดับความสำคัญและมีความพึงพอใจอย่างมากต่อไป อีกทั้งทางโรงเรียนควรมอบส่วนลดค่าเล่าเรียนสำหรับผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้ามาเรียนเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี เนื่องจากสามารถช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ปกครองได้

ด้านบุคลากร

ทางโรงเรียนควรรักษาระดับความสามารถในการให้บริการของบุคลากรของโรงเรียนทั้งครูและเจ้าหน้าที่ โดยควรเริ่มต้นตั้งแต่การคัดเลือกครูผู้สอนที่มีคุณสมบัติผ่านเกณฑ์ที่จะสามารถเป็นครูสอนเต้นจากสถาบันที่มีมาตรฐาน อีกทั้งผู้บริหารควรจัดการประเมินคุณภาพการสอนของครูทุก ๆ 3 เดือนโดยการใช้เกณฑ์การวัดคุณภาพการสอนที่มีมาตรฐานและเฉพาะเจาะจงกับการเต้นแต่ละประเภท อีกทั้งยังควรมีการสอบถามความคิดเห็นจากผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอด้วย นอกจากนี้ยังควรตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ โดยจัดให้มีกล่องรับความคิดเห็นจากผู้ปกครองเรื่องการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และทางโรงเรียนควรมีเพิ่มจำนวนครูผู้สอนในแต่ละคลาสให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นเพื่อที่จะสามารถดูแลนักเรียนทุกคนได้อย่างทั่วถึง

ด้านพื้นฐานทางกายภาพ

เนื่องจากจำนวนห้องเรียนของโรงเรียนมีอยู่ในปัจจุบันอาจไม่เพียงพอต่อจำนวนนักเรียนจะมีเพิ่มขึ้นในอนาคต จึงขอเสนอสำหรับการวางแผนในอนาคตให้ทางโรงเรียนพิจารณาเรื่องการเพิ่มจำนวนห้องเรียน เพื่อรองรับต่อจำนวนนักเรียนที่เพิ่มขึ้น

ด้านกระบวนการ

ในปัจจุบันทางโรงเรียนมีกระบวนการจัดกลุ่มในแต่ละคลาสเรียนทำโดยใช้อายุเป็นเกณฑ์เท่านั้น ควรเพิ่มการใช้ความสามารถของผู้เรียนเป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มควบคู่ด้วย ซึ่งจะทำให้นักเรียนในแต่ละคลาสมีความสามารถใกล้เคียงกัน และทำให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพสูงขึ้นอีกด้วย

บรรณานุกรม

- พรวิวัฒน์ สืบไกรสร. (2550). *ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดด้านการบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกยิมนาสติกและการเต้นจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2557). *การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นราพงษ์ จรัสศรี. (2548). *ประวัติศาสตร์ศิลปะตะวันตก*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บางกอก บัลเลต์ ช็อป. (2555). *สุขภาพดีด้วย บัลเลต์*. ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2558, จาก <http://www.bangkokballetshop.com/store/article>
- ปฐมภรณ์ วิริโยทัย. ครูผู้สอน. (2558, 8 มกราคม). สัมภาษณ์.
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).
- สิรินทรา ภูมิ, สัมภาษณ์, ครูผู้สอน 8 มกราคม 2558.
- เสาวลักษณ์ จงอักษร. (2552). *ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของผู้ปกครองนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสงขลา*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์).
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์.
- ไอยรา ปีตาสันดี. (2554). *ความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- Kotler , P. & others. (2005). *Principles of Marketing an Asian perspective*. Pearson Education South Asia Pte Ltd.
- Martilla, J.A. & James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 77-79.