

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารมีความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารในด้านธุรกิจ ด้านการศึกษา หรือแม้กระทั่งใช้ในชีวิตประจำวันก็ตาม นอกจากภาษาไทยที่เป็นภาษาประจำชาติแล้ว ปัจจุบันภาษาต่างประเทศได้เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ ซึ่งถือว่าเป็นภาษาสากลที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก เนื่องจากภาษาอังกฤษมีการใช้กันทั่วโลกมากกว่าภาษาอื่นๆ และมีการเรียนการสอนกันทั่วโลกมากกว่าภาษาอื่นจึงกลายเป็นภาษาสากลที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารได้ทั่วโลก การเรียนการสอนภาษาอังกฤษประการแรกน่าจะใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันอย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ ดังนั้นการเรียนการสอนในระดับเริ่มเรียนรู้ภาษานั้น คงต้องเน้นการมีส่วนร่วมทางภาษาให้มากที่สุด คือผู้เรียนต้องเรียนรู้จากการฟัง และการพูดอย่างเป็นธรรมชาติจนเกิดทักษะ เริ่มจากการพูดในชีวิตประจำวันในครอบครัว แล้วค่อยขยายออกไปสู่โลกภายนอกมากขึ้น เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ในการศึกษาขั้นสูงขึ้นไป ซึ่งในปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังประสบกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ และวิกฤติการเมือง การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศภาษาอื่นนอกจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น หรือแม้กระทั่งภาษาตะวันตกอย่างภาษาสเปนซึ่ง เป็นที่ยอมรับทั้งในด้านการลงทุน อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ก็เป็นการช่วยบรรเทาภาวะทางเศรษฐกิจในขณะนี้ได้ นอกจากนี้การที่รัฐบาลประกาศให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ การเข้าใจเรียนรู้ภาษาต่างประเทศจะทำให้การติดต่อสื่อสารกับชาวต่างประเทศที่จะเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยดีขึ้น เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจให้เข้ามาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น ดังนั้นสถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพ น่าจะมีส่วนส่งเสริม ช่วยเหลือประเทศในด้านนี้ได้ (หัสชัย สิทธิรักษ์, 2552: ออนไลน์)

จากการที่ทุกหน่วยงาน ได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษจึงทำให้โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษมีการขยายตัวและหลากหลายภาษามากยิ่งขึ้น ทั้งโรงเรียนที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลของประเทศต่างๆ และ โรงเรียนที่ก่อตั้งขึ้น โดยองค์กรเอกชน โดยแต่ละโรงเรียนต่างใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อแข่งขันกัน เช่น มีการจัดหลักสูตรรับรองผลทั้งระยะสั้นและระยะยาว หลักสูตรเร่งรัดต่างๆ หรือแม้กระทั่งหลักสูตรที่สามารถปรับตามความต้องการของผู้เรียนได้ จึงเป็นกลยุทธ์ที่นำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่มาจากความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกัน (วรมดี อินตะแสน, 2547)

สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2546 ตามมติที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำหน้าที่ในการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศของนักศึกษา บุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และบุคคลทั่วไป โดยให้สถาบันภาษามีลักษณะเป็นองค์กรในกำกับมหาวิทยาลัย มีการดำเนินงาน และรูปแบบการบริหารงานนอกระบบราชการ เน้นความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ และพึ่งพาตนเอง โดยมีมหาวิทยาลัยควบคุม และให้เรียกชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า “Language Institute” (รายงานประจำปี 2552, 2552)

ดังนั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงเปิดให้บริการทั้งบุคลากรและนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมทั้งประชาชนทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการเรียนภาษา การทดสอบด้านภาษาและบริการด้านภาษาอื่น ๆ เช่น การแปลเอกสาร เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันมีการเปิดอบรมในหลายหลักสูตร โดยมีนโยบายที่จะพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ และทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตลอดจนประชาชนทั่วไปให้สามารถติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติได้ เพื่อประโยชน์ในการศึกษา การประกอบอาชีพการงาน การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม โดยมีพันธกิจขององค์กรดังนี้

1. เพื่อพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ และพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาของนักศึกษา บุคลากรของมหาวิทยาลัย และบุคคลทั่วไป
2. เพื่อเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในวัฒนธรรมต่างประเทศ
3. เพื่อผลิตตำราและสื่อการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ทันสมัยและมีคุณภาพ
4. เพื่อให้บริการทดสอบเทียบความรู้ความสามารถในการใช้ภาษา
5. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรและสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศ และต่างประเทศในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภาษา

ในปัจจุบัน หลักสูตรที่สร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่คือ หลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้นซึ่งประกอบด้วย หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการสนทนาและอาชีพ หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาต่อ และหลักสูตรอังกฤษเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ โดยรายได้กว่าร้อยละ 60 ล้วนมาจากการดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น (รายงานประจำปี 2552, 2552)

อย่างไรก็ตาม อัตราการขยายตัวของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากยิ่งขึ้นและมีภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้น ในขณะเดียวกัน ความต้องการในการศึกษาหาความรู้ภาษานั้นก็มีเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากบุคคลหรือองค์กรต่างๆ ได้เล็งเห็นความสำคัญของภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสาร โดยปัจจุบันมีโรงเรียนสอน

ภาษาอังกฤษที่มีชื่อเสียงทั้งหมด 8 แห่ง ได้แก่ British Council Chiang Mai, โรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศล้านนา (EFL), โรงเรียนบ้านภาษา ศูนย์การศึกษานิวซีแลนด์ (NES), โรงเรียนเกียรติพัฒนา สอนภาษา กวดวิชา คอมพิวเตอร์ (CEC/E-20), โรงเรียนสอนภาษาสมาคมนักเรียนเก่าสหรัฐอเมริกา (AUA), โรงเรียนพิชชาพัฒน์ (NAVA), สถาบันภาษาและคอมพิวเตอร์อีซีซี (ประเทศไทย)(ECC) และ ENCONCEPT Academy ซึ่งทั้ง 8 แห่งที่กล่าวมานั้นมีรูปแบบการดำเนินงานคล้ายคลึงกับสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือ มีวัตถุประสงค์เพื่อการเสริมทักษะทางภาษาอังกฤษแก่ผู้เรียน (รายงานการสำรวจสถาบันสอนภาษาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่, 2553)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงให้ความสนใจในการศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงการให้บริการการเรียนการสอนหลักสูตรระยะสั้นภาษาอังกฤษ ตลอดจนนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้บริการและมีการบอกต่อ เพื่อส่งผลให้องค์กรดำเนินงานตามพันธกิจและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจท่ามกลางความแข่งขันที่รุนแรงต่อไปได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษา ปัญหา และอุปสรรคต่างๆของการให้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้นของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงปัญหา และอุปสรรคต่างๆของการให้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้นของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3. สามารถนำข้อมูลและผลจากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการให้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้นของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ที่ได้รับการที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการประเมินบริการที่ได้รับกับความคาดหวังที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ผู้เข้าอบรม หมายถึง ผู้เข้าอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้นของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็น นักเรียน นักศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และบุคคลทั่วไปซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการหรือใช้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้นอยู่ในปัจจุบัน

หลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น หมายถึง หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการสนทนาและอาชีพ หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาต่อ และหลักสูตรอังกฤษเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะทางด้านภาษาที่เน้นการตอบสนองความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ได้จริงในการติดต่อสื่อสารการแข่งขันในตลาดแรงงาน การประกอบอาชีพการงาน และการศึกษา โดยมีระยะเวลาการอบรมแต่ละหลักสูตรไม่เกิน 60 ชั่วโมงต่อหลักสูตร

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับธุรกิจบริการ เพื่อทำให้เกิดการบริหารคุณภาพรวม (TQM: Total Quality Management) ที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หมายถึง หน่วยงานในกำกับของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่ง มีนโยบายที่จะพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ และทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตลอดจนประชาชนทั่วไปให้สามารถติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติได้ เพื่อประโยชน์ในการศึกษา การประกอบอาชีพการงาน การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม